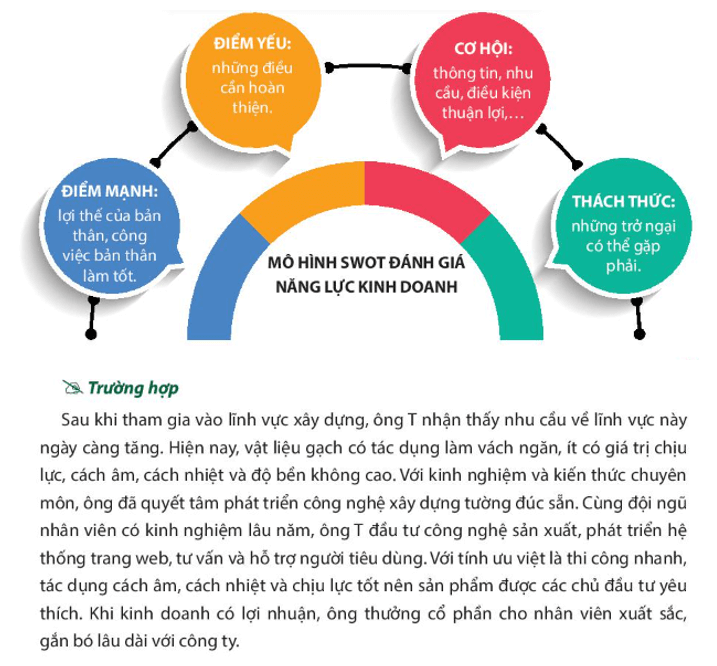
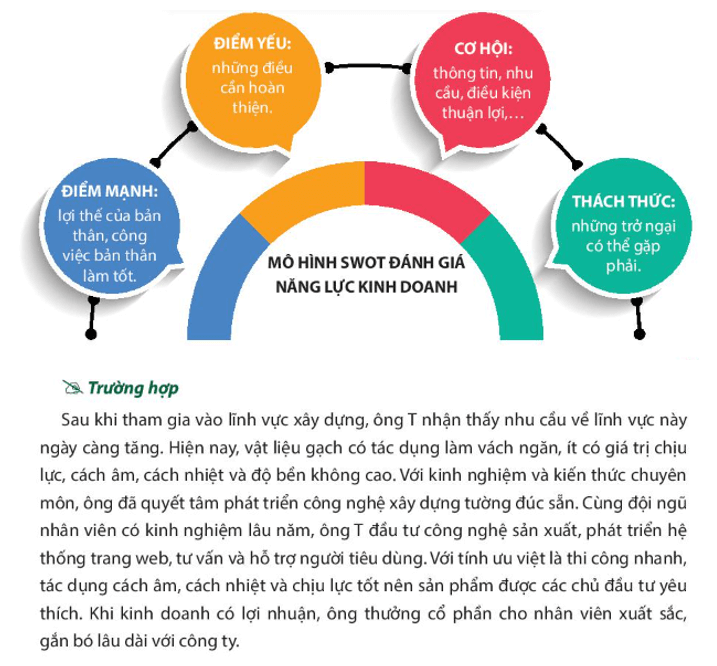
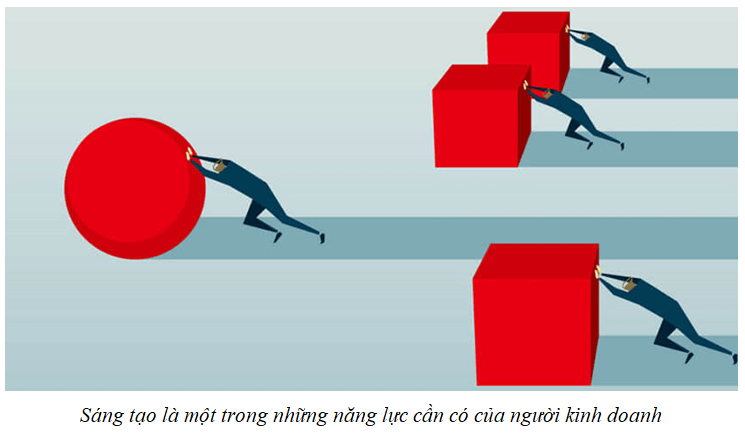
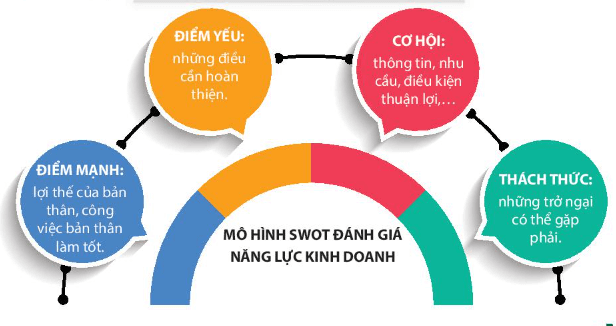
# Bài 7: Năng lực cần thiết của người kinh doanh

**Giải KTPL 11 Bài 7: Năng lực cần thiết của người kinh doanh**  
**Mở đầu trang 50 KTPL 11**: Em hãy chia sẻ câu chuyện về một doanh nhân thành công. Theo em, yếu tố nào đã mang lại sự thành công của doanh nhân trong câu chuyện đó?  
**Lời giải:**  
**♦ Câu chuyện về doanh nhân Đặng Lê Nguyên Vũ**  
- Đặng Lê Nguyên Vũ được biết đến là nhà sáng lập, đồng thời là chủ tịch, kiêm Tổng Giám đốc của Tập đoàn Trung Nguyên. Năm 2012, ông được vinh danh là “Vua cà phê Việt Nam” bởi National Geographic Traveller và Forbes Asia.  
- Con đường kinh doanh của ông gặp không ít gian nan:  
+ Năm 1981, bố ông gặp trọng bệnh, gia cảnh sa sút, nhưng đây cũng là lúc ý chí làm giàu trong ông được nhen nhóm  
+ Năm 1992 , ông theo học khoa Y tại Đại học Tây Nguyên, vừa học vừa đi làm kiếm sống, trang trải học phí.  
+ Năm 1996 , ông cùng với 3 người bạn của mình hợp tác, lập nên “Hàng cà phê Trung Nguyên”. Những ngày đầu, đó chỉ là cơ sở xay rang có diện tích vài mét vuông cùng chiếc máy rang bằng tay cũ, chủ yếu là rang xay cà phê và giao đến cho các quán khác.  
+ Năm 1998, quán cà phê đầu tiên của Trung Nguyên được mở tại Thành phố Hồ Chí Minh, với tư cách là doanh nghiệp đầu tiên kinh doanh mô hình nhượng quyền thương hiệu. Từ đó, các quán cà phê nhượng quyền thương hiệu Trung Nguyên xuất hiện.  
+ Từ năm 2000, cà phê Trung Nguyên và cái tên Đặng Lê Nguyên Vũ đã trở thành thương hiệu được nhiều người biết đến, mở rộng thị trường.  
+ Năm 2003, sản phẩm G7 ra đời. Sản phẩm chính thức đánh dấu bước phát triển mới của Trung Nguyên trong việc chiếm lĩnh thị trường Việt Nam; khi lần đầu tiên vượt qua Vinacafe và Nestlé về thị phần.  
+ Thành công nối tiếp thành công, Trung Nguyên cho xây dựng hàng loạt nhà máy cà phê; trong đó nhà máy ở Bình Dương lớn nhất Việt Nam còn nhà máy tại Bắc Giang lớn nhất châu Á. Danh mục sản phẩm cà phê của Trung Nguyên cứ dài ra mãi, từ cà phê chồn; cà phê rang xay; cà phê hạt nguyên chất đến cà phê tươi; cà phê hòa tan…  
+ Không chỉ xây dựng nhà máy chế biến, Đặng Lê Nguyên Vũ còn cho lập Làng cà phê Trung Nguyên rộng 20.000m2; Bảo tàng cà phê tại Buôn Mê Thuột nhằm biến nơi đây thành thủ phủ cà phê toàn cầu. Với ước mong vươn ra chiếm lĩnh thị trường thế giới, năm 2008, Trung Nguyên đã thành lập văn phòng tại Singapore nhằm mục tiêu phát triển thị trường này thành một cứ điểm để mở rộng ra khối Asean và toàn cầu.  
+ Tính đến nay, cà phê Trung Nguyên đã có mặt tại hơn 60 quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới.  
**♦ Một số yếu tố mang lại thành công cho doanh nhân Đặng Lê Nguyên Vũ**  
- Niềm đam mê, ý chí và quyết tâm lập nghiệp, không ngại khó khăn, thất bại.  
- Sự năng động và không ngừng tư duy, sáng tạo, đổi mới.  
- Tài năng quản lí, lãnh đạo,….  
**1. Năng lực cần thiết của người kinh doanh**  
**Giải KTPL 11 trang 51**  
**Câu hỏi trang 51 KTPL 11**: Từ thông tin trên, em hãy xác định khả năng phân tích thị trường và tầm nhìn chiến lược trong kinh doanh của cụ Lương Văn Can.  
**Thông tin.** Năm 20 tuổi, Lương Văn Can đi thi và đỗ cử nhân tại trường thi Hương ở Hà Nội. Phụng sự Tổ quốc - đó là mục tiêu cao nhất mà danh sĩ họ Lương đặt ra. Trong khi bị đi đày sang Campuchia, Lương Văn Can đã biến cái rủi thành một cơ hội: cụ là người Việt tiên phong khai phá một thị trường bỏ ngỏ, mở đường cho một phong trào buôn bán sang Campuchia. Những đồng tiền kiếm được từ việc kinh doanh lại được đóng góp cho phong trào cách mạng.  
Với những cá nhân có chí khí, họ có thể xoay chuyển tình huống, họ biết biến những yếu tố bất lợi thành một thời cơ mới. Trong thời gian kiếm kế sinh nhai tại Nam Vang, Lương Văn Can đã phát hiện ra nơi đây chính là một thị trường đầy tiềm năng còn đang bị bỏ ngỏ. Hàng hóa sơ sài và việc buôn bán cũng không mấy được chú trọng phát triển. Điều này cho ta thấy ở Lương Văn Can một sự nhạy bén khác thường trong lĩnh vực kinh doanh. Sau những suy tính, tự vạch ra đường đi nước bước cụ thể, Lương Văn Can bí mật liên lạc với gia đình, quyết tâm thành lập một đường dây buôn bán xuyên biên giới Việt Nam - Campuchia. Để mở được đường dây buôn bán này là cả một quá trình tìm hiểu thị trường rất cặn kẽ, giá cả các mặt hàng hiếm ở Nam Vang và so sánh với giá cả hàng hóa ở Việt Nam.  
Theo kế hoạch của cụ, mọi người chia nhau đi nghiên cứu thị trường rồi kín đáo liên hệ với bà Cử Can ở Hà Nội và các thương gia trong nước, thiết lập một đường dây thương mại bí mật xuyên biên giới, dùng tiếng lóng đánh điện tín về Hà Nội và Sài Gòn đề đặt hàng đưa sang Nam Vang. Việc buôn bán từ đó phát triển rất nhanh.  
Cụ Lương Văn Can còn chỉ ra những điểm hạn chế chính của người làm kinh doanh Việt Nam thời bấy giờ: không có thương phẩm, không có thương đạo, không có thương học, không biết giao thiệp, không biết trọng nghề, không có kiên tâm, không có tín thực,...  
**Lời giải:**  
- **Khả năng phân tích thị trường**: trong thời gian sinh sống tại Campuchia, thông qua quan sát và phân tích, cụ Lương Văn Can đã nhận thấy việc buôn bán tại Campuchia chưa được chú trọng, hàng hóa sơ sài => vì vậy, cụ Lương Văn Can nhận thấy, Campuchia chính là một thị trường đầy tiềm năng còn đang bị bỏ ngỏ.  
- **Tầm nhìn chiến lược trong kinh doanh**: thiết lập đường dây buôn bán hàng hóa từ Việt Nam sang Campuchia.  
**Câu hỏi trang 51 KTPL 11**: Cụ Lương Văn Can đã tổ chức thực hiện chiến lược kinh doanh như thế nào?  
**Thông tin.** Năm 20 tuổi, Lương Văn Can đi thi và đỗ cử nhân tại trường thi Hương ở Hà Nội. Phụng sự Tổ quốc - đó là mục tiêu cao nhất mà danh sĩ họ Lương đặt ra. Trong khi bị đi đày sang Campuchia, Lương Văn Can đã biến cái rủi thành một cơ hội: cụ là người Việt tiên phong khai phá một thị trường bỏ ngỏ, mở đường cho một phong trào buôn bán sang Campuchia. Những đồng tiền kiếm được từ việc kinh doanh lại được đóng góp cho phong trào cách mạng.  
Với những cá nhân có chí khí, họ có thể xoay chuyển tình huống, họ biết biến những yếu tố bất lợi thành một thời cơ mới. Trong thời gian kiếm kế sinh nhai tại Nam Vang, Lương Văn Can đã phát hiện ra nơi đây chính là một thị trường đầy tiềm năng còn đang bị bỏ ngỏ. Hàng hóa sơ sài và việc buôn bán cũng không mấy được chú trọng phát triển. Điều này cho ta thấy ở Lương Văn Can một sự nhạy bén khác thường trong lĩnh vực kinh doanh. Sau những suy tính, tự vạch ra đường đi nước bước cụ thể, Lương Văn Can bí mật liên lạc với gia đình, quyết tâm thành lập một đường dây buôn bán xuyên biên giới Việt Nam - Campuchia. Để mở được đường dây buôn bán này là cả một quá trình tìm hiểu thị trường rất cặn kẽ, giá cả các mặt hàng hiếm ở Nam Vang và so sánh với giá cả hàng hóa ở Việt Nam.  
Theo kế hoạch của cụ, mọi người chia nhau đi nghiên cứu thị trường rồi kín đáo liên hệ với bà Cử Can ở Hà Nội và các thương gia trong nước, thiết lập một đường dây thương mại bí mật xuyên biên giới, dùng tiếng lóng đánh điện tín về Hà Nội và Sài Gòn đề đặt hàng đưa sang Nam Vang. Việc buôn bán từ đó phát triển rất nhanh.  
Cụ Lương Văn Can còn chỉ ra những điểm hạn chế chính của người làm kinh doanh Việt Nam thời bấy giờ: không có thương phẩm, không có thương đạo, không có thương học, không biết giao thiệp, không biết trọng nghề, không có kiên tâm, không có tín thực,...  
**Lời giải:**  
Cụ Lương Văn Can đã tổ chức thực hiện chiến lược kinh doanh theo từng bước cụ thể và thận trọng:  
+ Trước khi bắt tay vào công việc kinh doanh, cụ Lương Văn Can và các cộng sự của mình đã dành nhiều thời gian để: nghiên cứu, tìm hiểu cặn kẽ về thị trường Campuchia; từ đó xem xét, đánh giá những mặt hàng nào đang khan hiếm ở Campuchia và so sánh với giá cả ở Việt Nam.  
+ Bí mật liên hệ với bà Cử Can ở Hà Nội và các thương gia trong nước, dùng tiếng lóng để đánh điện tín về Hà Nội và Sài Gòn để đặt hàng, đưa sang Campuchia.  
+ Bí mật thiết lập đường dây buôn bán xuyên biên giới Việt Nam - Campuchia.  
**Câu hỏi trang 51 KTPL 11**: Người kinh doanh cần có những năng lực kinh doanh nào?  
**Thông tin.** Năm 20 tuổi, Lương Văn Can đi thi và đỗ cử nhân tại trường thi Hương ở Hà Nội. Phụng sự Tổ quốc - đó là mục tiêu cao nhất mà danh sĩ họ Lương đặt ra. Trong khi bị đi đày sang Campuchia, Lương Văn Can đã biến cái rủi thành một cơ hội: cụ là người Việt tiên phong khai phá một thị trường bỏ ngỏ, mở đường cho một phong trào buôn bán sang Campuchia. Những đồng tiền kiếm được từ việc kinh doanh lại được đóng góp cho phong trào cách mạng.  
Với những cá nhân có chí khí, họ có thể xoay chuyển tình huống, họ biết biến những yếu tố bất lợi thành một thời cơ mới. Trong thời gian kiếm kế sinh nhai tại Nam Vang, Lương Văn Can đã phát hiện ra nơi đây chính là một thị trường đầy tiềm năng còn đang bị bỏ ngỏ. Hàng hóa sơ sài và việc buôn bán cũng không mấy được chú trọng phát triển. Điều này cho ta thấy ở Lương Văn Can một sự nhạy bén khác thường trong lĩnh vực kinh doanh. Sau những suy tính, tự vạch ra đường đi nước bước cụ thể, Lương Văn Can bí mật liên lạc với gia đình, quyết tâm thành lập một đường dây buôn bán xuyên biên giới Việt Nam - Campuchia. Để mở được đường dây buôn bán này là cả một quá trình tìm hiểu thị trường rất cặn kẽ, giá cả các mặt hàng hiếm ở Nam Vang và so sánh với giá cả hàng hóa ở Việt Nam.  
Theo kế hoạch của cụ, mọi người chia nhau đi nghiên cứu thị trường rồi kín đáo liên hệ với bà Cử Can ở Hà Nội và các thương gia trong nước, thiết lập một đường dây thương mại bí mật xuyên biên giới, dùng tiếng lóng đánh điện tín về Hà Nội và Sài Gòn đề đặt hàng đưa sang Nam Vang. Việc buôn bán từ đó phát triển rất nhanh.  
Cụ Lương Văn Can còn chỉ ra những điểm hạn chế chính của người làm kinh doanh Việt Nam thời bấy giờ: không có thương phẩm, không có thương đạo, không có thương học, không biết giao thiệp, không biết trọng nghề, không có kiên tâm, không có tín thực,...  
**Lời giải:**  
Các năng lực cần thiết của người kinh doanh:  
+ Năng động, sáng tạo  
+ Chuyên môn, nghiệp vụ  
+ Quản lí, lãnh đạo  
+ Thiết lập quan hệ, nắm bắt thông tin  
+ Dự báo và kiểm soát rủi ro  
+ Huy động, khai thác và sử dụng có hiệu quả các nguồn lực  
+ Ý chí, khát vọng đổi mới, vươn lên,...  
**2. Đánh giá năng lực của người kinh doanh**  
**Giải KTPL 11 trang 52**  
**Câu hỏi trang 52 KTPL 11**: Em hãy nêu những điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức của ông T trong kinh doanh qua trường hợp trên.  
  
**Lời giải:**  
**Phân tích trường hợp**  
*- Điểm mạnh của ông T:*  
+ Có kinh nghiệm và kiến thức chuyên môn trong lĩnh vực xây dựng.  
+ Có đội ngũ nhân viên lâu năm, giàu kinh nghiệm.  
*- Điểm yếu của ông T:* cần phải đầu tư thêm thời gian để nghiên cứu về thị trường và công nghệ sản xuất ra sản phẩm mới, có tính năng tốt hơn vật liệu gạch thông thường.  
*- Cơ hội của ông T:*  
+ Nhu cầu trong lĩnh vực xây dựng ngày càng tăng.  
+ Sự phát triển của công nghệ sản xuất.  
+ Công nghệ xây tường đúc sẵn có nhiều ưu điểm vượt trội so với vật liệu gạch, nên nhận được sự quan tâm, yêu thích của các chủ đầu tư.  
*- Thách thức của ông T:* có thể sẽ xuất hiện các đối thủ cạnh tranh trong thời gian tới.  
**Câu hỏi trang 52 KTPL 11**: Sử dụng mô hình SWOT, em hãy đánh giá những điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức khi em là một nhà kinh doanh.  
  
**Lời giải:**  
**(\*) Tham khảo:** Phân tích điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội, thách thức khi em là một nhà kinh doanh sản phẩm cây cảnh mini  
**- Điểm mạnh:**  
+ Bản thân có sự đam mê, yêu thích trong việc trồng và chăm sóc cây cảnh.  
+ Bản thân đã có một số những kiến thức và kĩ thuật cơ bản trong việc trồng, chăm sóc một số loại cây cảnh, như: sen đá, xương rồng, lưỡi hổ, dương xỉ,…  
+ Có sự hỗ trợ về chuyên môn, kĩ thuật từ người thân (do bố em là kĩ sư nông nghiệp).  
**- Điểm yếu:**  
+ Khả năng decor (trang trí) các tiểu cảnh còn hạn chế.  
+ Kĩ năng giao tiếp, thuyết phục… cần được rèn luyện thêm.  
**- Cơ hội:**  
+ Nhiều bạn học sinh trong trường và người dân trên địa bàn em sinh sống có nhu cầu chơi cây cảnh mini hoặc sử dụng cây cảnh mini là quà tặng,…  
+ Xu hướng “tiêu dùng xanh” đang phát triển ở Việt Nam.  
+ Quanh khu vực em đang sinh sống chưa có ai kinh doanh mặt hàng này.  
+ Gia đình em có sẵn một khoảng sân nhỏ - đây là nơi em có thể thực hiện việc trồng và chăm sóc các cây cảnh mini.  
+ Sự phát triển của các trang mạng xã hội => em có thể sử dụng các trang mạng xã hội để quảng cáo, giới thiệu về sản phẩm cây cảnh mini…  
+ Sự phát triển của thương mại điện tử => em có thể thực hiện bán hàng trực tuyến đối với các sản phẩm như: hạt giống, cây giống, chậu hoa nhỏ, đất, phụ kiện trang trí cho chậu cây cảnh mini,…  
**- Thách thức:** có thể sẽ xuất hiện các đối thủ cạnh tranh trong thời gian tới.  
**Luyện tập**  
**Luyện tập 1 trang 52 KTPL 11**: Em đồng tình hay không đồng tình với nhận định nào sau đây? Vì sao?  
a. Năng lực kinh doanh phải đi cùng với nguồn vốn mới khởi nghiệp thành công.  
b. Người kinh doanh có năng lực sẽ giúp doanh nghiệp thích ứng với những thay đổi của thị trường một cách tốt nhất.  
c. Trong kinh doanh, chỉ cần năng động, sáng tạo, luôn dám nghĩ dám làm là đủ.  
d. Người kinh doanh tự đánh giá được năng lực của bản thân sẽ đưa ra được những quyết định chính xác.  
**Lời giải:**  
**- Nhận định a. Không đồng tình,** vì: năng lực kinh doanh và nguồn vốn rất quan trọng, nhưng không phải là những yếu tố duy nhất để đảm bảo cho sự thành công trong quá trình khởi nghiệp. Ví dụ: người có năng lực và nguồn vốn ban đầu, nhưng trong quá trình kinh doanh, họ không chịu rèn luyện, tích lũy thêm tri thức để nâng cao năng lực; không đổi mới, sáng tạo; sử dụng lãng phí nguồn vốn,… thì rất dễ dẫn đến thất bại.  
**- Nhận định b. Đồng tình,** vì: một trong những năng lực cần thiết của người kinh doanh là: khả năng nắm bắt thông tin, dự báo và kiểm soát rủi ro… Trong khi thị trường luôn có sự biến động, nếu người kinh doanh có năng lực tốt, họ có thể dự báo, dự đoán tương đối chính xác những thời cơ thuận lợi hoặc những rủi ro, thách thức có thể gặp phải. Trên cơ sở đó, sẽ đưa ra những quyết định kịp thời, giúp doanh nghiệp nhanh chóng thích ứng với thay đổi của thị trường.  
**- Nhận định c. Không đồng tình,** vì: bên cạnh sự năng động, sáng tạo, để thành công, người kinh doanh còn cần thêm những năng lực khác, như: chuyên môn nghiệp vụ; năng lực quản lý, lãnh đạo; năng lực thiết lập quan hệ, nắm bắt thong tin; khả năng sự báo và kiểm soát rủi ro; khả năng huy động, khai thác và sử dụng có hiệu quả các nguồn lực,…  
**- Nhận định d. Đồng tình,** vì:  
+ Thông qua việc đánh giá năng lực của bản thân, người kinh doanh có thể xác định được: những điểm mạnh bản thân có thể phát huy; điểm yếu cần khắc phục; những cơ hội thuận lợi có thể nắm bắt và giải pháp để giải quyết những thách thức của thị trường…  
+ Trên cơ sở sự tự nhận thức, đánh giá đó, người kinh doanh sẽ đưa ra được những quyết định đúng. Ví dụ như: Khi điểm mạnh và cơ hội lớn hơn điểm yếu và thách thức => có thể triển khai hoạt động sản xuất, kinh doanh. Ngược lại, khi điểm mạnh và cơ hội nhỏ hơn điểm yếu và thách thức => có thể suy nghĩ thêm để cải tiến, khắc phục những hạn chế hoặc tạm dừng hoạt động sản xuất kinh doanh.  
**Giải KTPL 11 trang 53**  
**Luyện tập 2 trang 53 KTPL 11**: Em hãy đánh giá năng lực kinh doanh của từng chủ thể trong các trường hợp sau:  
**- Trường hợp a.** Bà H kinh doanh từ năm 16 tuổi và đã thành công trong ngành chế biến thuỷ sản. Bà mạnh dạn đầu tư xây dựng nhà máy hiện đại. Sản phẩm của doanh nghiệp không chỉ được tiêu thụ tại các siêu thị lớn, nhỏ mà còn cả hệ thống bán lẻ. Không chỉ tạo ra sản phẩm có chất lượng cao, giá cả ổn định, bà còn tạo vốn cho ngư dân và các đơn vị liên kết phát triển. Bà tích cực hợp tác với các nhà khoa học để chuyển giao khoa học công nghệ, nâng cao năng suất và chất lượng. Bà rất quan tâm đến đời sống người lao động nữ. Bà đã được tặng nhiều bằng khen và danh hiệu vì những đóng góp của mình.  
**- Trường hợp b.** Anh N có ý tưởng thành lập doanh nghiệp sản xuất mĩ phẩm. Anh đã phát huy thế mạnh của bản thân về kiến thức hoá học, sinh học, dược học, cho ra các sản phẩm chất lượng và an toàn. Thông qua việc khảo sát thị hiếu của thị trường, anh lên kế hoạch kinh doanh, hướng đến các sản phẩm vì sắc đẹp, sức khỏe người tiêu dùng. Dù phải đối diện với rất nhiều thử thách vì là doanh nghiệp mới; nguy cơ cạnh tranh của các doanh nghiệp cùng ngành; nhưng anh N tin với sự quyết tâm và kiên trì học hỏi, đi từng bước nhỏ, lên kế hoạch cụ thể, đặt chất lượng sản phẩm lên hàng đầu thì doanh nghiệp sẽ xây dựng được thương hiệu.  
**Lời giải:**  
**- Trường hợp a.** Bà H cũng có năng lực kinh doanh tốt. Điều này được thể hiện thông qua việc:  
+ Mạnh dạn đầu tư xây dựng nhà máy hiện đại, tạo ra những sản phẩm có chất lượng cao, giá cả ổn định.  
+ Tạo vốn cho ngư dân và các đơn vị phát triển; hợp tác với các nhà khoa học để chuyển giao khoa học công nghệ, nâng cao năng suất và chất lượng.  
**- Trường hợp b.** Anh N cũng có năng lực kinh doanh tốt. Điều này được thể hiện thông qua việc:  
+ Biết tận dụng thế mạnh của bản thân trong các lĩnh vực hoá học, sinh học, dược học để tạo ra các sản phẩm có chất lượng tốt và an toàn với sức khỏe người dùng.  
+ Nghiên cứu thị trường một cách kĩ lưỡng để sản xuất và kinh doanh những mặt hàng phù hợp với xu hướng, thị hiếu của người tiêu dùng.  
+ Quyết tâm và kiên trì học hỏi, đi từng bước nhỏ, lên kế hoạch cụ thể, đặt chất lượng sản phẩm lên hàng đầu.  
**Luyện tập 3 trang 53 KTPL 11**: Hãy chia sẻ tấm gương về một doanh nhân mà em yêu thích, từ đó rút ra bài học cho bản thân  
**Lời giải:**  
**♦ Tấm gương về doanh nhân Đặng Lê Nguyên Vũ**  
- Đặng Lê Nguyên Vũ được biết đến là nhà sáng lập, đồng thời là chủ tịch, kiêm Tổng Giám đốc của Tập đoàn Trung Nguyên. Năm 2012, ông được vinh danh là “Vua cà phê Việt Nam” bởi National Geographic Traveller và Forbes Asia.  
- Con đường kinh doanh của ông gặp không ít gian nan:  
+ Năm 1981, bố ông gặp trọng bệnh, gia cảnh sa sút, nhưng đây cũng là lúc ý chí làm giàu trong ông được nhen nhóm  
+ Năm 1992 , ông theo học khoa Y tại Đại học Tây Nguyên, vừa học vừa đi làm kiếm sống, trang trải học phí.  
+ Năm 1996 , ông cùng với 3 người bạn của mình hợp tác, lập nên “Hàng cà phê Trung Nguyên”. Những ngày đầu, đó chỉ là cơ sở xay rang có diện tích vài mét vuông cùng chiếc máy rang bằng tay cũ, chủ yếu là rang xay cà phê và giao đến cho các quán khác.  
+ Năm 1998, quán cà phê đầu tiên của Trung Nguyên được mở tại Thành phố Hồ Chí Minh, với tư cách là doanh nghiệp đầu tiên kinh doanh mô hình nhượng quyền thương hiệu. Từ đó, các quán cà phê nhượng quyền thương hiệu Trung Nguyên xuất hiện.  
+ Từ năm 2000, cà phê Trung Nguyên và cái tên Đặng Lê Nguyên Vũ đã trở thành thương hiệu được nhiều người biết đến, mở rộng thị trường.  
+ Năm 2003, sản phẩm G7 ra đời. Sản phẩm chính thức đánh dấu bước phát triển mới của Trung Nguyên trong việc chiếm lĩnh thị trường Việt Nam; khi lần đầu tiên vượt qua Vinacafe và Nestlé về thị phần.  
+ Thành công nối tiếp thành công, Trung Nguyên cho xây dựng hàng loạt nhà máy cà phê; trong đó nhà máy ở Bình Dương lớn nhất Việt Nam còn nhà máy tại Bắc Giang lớn nhất châu Á. Danh mục sản phẩm cà phê của Trung Nguyên cứ dài ra mãi, từ cà phê chồn; cà phê rang xay; cà phê hạt nguyên chất đến cà phê tươi; cà phê hòa tan…  
+ Không chỉ xây dựng nhà máy chế biến, Đặng Lê Nguyên Vũ còn cho lập Làng cà phê Trung Nguyên rộng 20.000m2; Bảo tàng cà phê tại Buôn Mê Thuột nhằm biến nơi đây thành thủ phủ cà phê toàn cầu. Với ước mong vươn ra chiếm lĩnh thị trường thế giới, năm 2008, Trung Nguyên đã thành lập văn phòng tại Singapore nhằm mục tiêu phát triển thị trường này thành một cứ điểm để mở rộng ra khối Asean và toàn cầu.  
+ Tính đến nay, cà phê Trung Nguyên đã có mặt tại hơn 60 quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới.  
**♦ Một số bài học rút ra cho bản thân:**  
- Muốn khởi nghiệp thành công, thì cần phải có: niềm đam mê, ý chí và quyết tâm lập nghiệp, không ngại khó khăn, thất bại; sự năng động và không ngừng tư duy, sáng tạo, đổi mới….  
- Thường xuyên rèn luyện để nâng cao chuyên môn nghiệp vụ; năng lực quản lí, lãnh đạo; năng lực khai thác và sử dụng có hiệu quả các nguồn lực,…  
**Vận dụng**  
**Vận dụng trang 53 KTPL 11**: Em hãy lập kế hoạch để phát triển năng lực kinh doanh của bản thân.  
**Lời giải:**  
**(\*) Bài tham khảo:**  
**♦ Ý tưởng kinh doanh:** kinh doanh mặt hàng cây cảnh mini  
**♦ Đánh giá năng lực kinh doanh của bản thân**  
**- Điểm mạnh:**  
+ Bản thân có sự đam mê, yêu thích trong việc trồng và chăm sóc cây cảnh.  
+ Bản thân đã có một số những kiến thức và kĩ thuật cơ bản trong việc trồng, chăm sóc một số loại cây cảnh, như: sen đá, xương rồng, lưỡi hổ, dương xỉ,…  
+ Có sự hỗ trợ về chuyên môn, kĩ thuật từ người thân (do bố em là kĩ sư nông nghiệp).  
**- Điểm yếu:**  
+ Khả năng decor (trang trí) các tiểu cảnh còn hạn chế.  
+ Kĩ năng giao tiếp, thuyết phục… cần được rèn luyện thêm.  
**- Cơ hội:**  
+ Nhiều bạn học sinh trong trường và người dân trên địa bàn em sinh sống có nhu cầu chơi cây cảnh mini hoặc sử dụng cây cảnh mini là quà tặng,…  
+ Xu hướng “tiêu dùng xanh” đang phát triển ở Việt Nam.  
+ Quanh khu vực em đang sinh sống chưa có ai kinh doanh mặt hàng này.  
+ Gia đình em có sẵn một khoảng sân nhỏ - đây là nơi em có thể thực hiện việc trồng và chăm sóc các cây cảnh mini.  
+ Sự phát triển của các trang mạng xã hội => em có thể sử dụng các trang mạng xã hội để quảng cáo, giới thiệu về sản phẩm cây cảnh mini…  
+ Sự phát triển của thương mại điện tử => em có thể thực hiện bán hàng trực tuyến đối với các sản phẩm như: hạt giống, cây giống, chậu hoa nhỏ, đất, phụ kiện trang trí cho chậu cây cảnh mini,…  
**- Thách thức:** có thể sẽ xuất hiện các đối thủ cạnh tranh trong thời gian tới.  
**♦ Kế hoạch thực hiện**  
- Học hỏi, tích lũy thêm kiến thức và kĩ năng trồng, chăm sóc một số loại cây cảnh mini thông dụng, được nhiều người ưa chuộng, như: sen đá, dương xỉ, lưỡi hổ, xương rồng, kim tiền,…  
- Tìm nguồn cung cấp hạt giống, cây giống, phụ kiện trang trí,… có chất lượng tốt, giá cả phù hợp.  
- Tạo sản phẩm thử nghiệm trước khi sản xuất kinh doanh trên quy mô lớn hơn.  
- Tạo lập một số fanpage trên facebook chuyên về giới thiệu các loại cây cảnh mini; sản xuất các video ngắn có nội dung liên quan đến cây cảnh mini,…  
- Rèn luyện các kĩ năng về giao tiếp, kĩ năng thuyết phục khách hàng,…  
**Lý thuyết Năng lực cần thiết của người kinh doanh**  
**1. Năng lực cần thiết của người kinh doanh**  
- Các năng lực cần thiết của người kinh doanh:  
+ Năng động, sáng tạo;  
+ Chuyên môn nghiệp vụ;  
+ Quản lí, lãnh đạo;  
+ Thiết lập quan hệ, nắm bắt thông tin;  
+ Dự báo và kiểm soát rủi ro;  
+ Huy động, khai thác và sử dụng có hiệu quả các nguồn lực;  
+ Ý chí, khát vọng đổi mới, vươn lên,...  
  
**2. Đánh giá năng lực của người kinh doanh**  
- Đánh giá năng lực của người kinh doanh cần dựa vào: điểm mạnh, điểm yếu, nắm bắt được cơ hội và giải quyết những thách thức của thị trường.  
  
**Xem thêm lời giải bài tập Kinh tế pháp luật lớp 11 Chân trời sáng tạo với cuộc sống hay, chi tiết khác:**   
Bài 2: Cung - cầu trong nền kinh tế thị trường  
Bài 3: Lạm phát trong kinh tế thị trường  
Bài 4: Thất nghiệp trong kinh tế thị trường  
Bài 5: Thị trường lao động, việc làm  
Bài 6: Ý tưởng và cơ hội kinh doanh