

**GIỚI
VÀ
KINH DOANH**

BỘ TÀI LIỆU TẬP HUẤN GIỚI VÀ KINH DOANH (GET AHEAD)



Tổ chức
Lao động
Quốc tế

**GIỚI
VÀ
KINH DOANH**

**BỘ TÀI LIỆU DÀNH CHO HỌC VIÊN
GIỚI VÀ KINH DOANH (GET AHEAD)**

TÀI LIỆU DÀNH CHO HỌC VIÊN

Bản quyền của Tổ chức Lao động Quốc tế 2011

Các ấn bản của Văn phòng Tổ chức Lao động quốc tế có bản quyền theo Điều 2 của Công ước Toàn cầu về Bản quyền. Tuy nhiên, một số trích dẫn ngắn được phép xuất bản mà không cần phải xin phép, với điều kiện phải chỉ rõ nguồn thông tin. Để được phép tái bản hay dịch thuật, liên hệ Phòng xuất bản của ILO (Tổ chức lao động quốc tế), International Labour Office, CH-1211 Genève 22, Thụy Sĩ, hoặc qua email: pubdroit@ilo.org. Văn phòng Tổ chức Lao động Quốc tế sẵn sàng tiếp nhận những yêu cầu này. Các thư viện, tổ chức và người sử dụng đã đăng ký với các tổ chức bản quyền được phép tái bản theo giấy phép được cấp. Hãy tham khảo thông tin về các tổ chức bản quyền ở các quốc gia tại trang web www.ifrro.org.

Danh mục các ấn phẩm của ILO

Bộ tài liệu tập huấn Giới và Kinh doanh (GET AHEAD) tài liệu dành cho học viên;
Tổ chức Lao động Quốc tế ILO tại Việt Nam, 2011.

ISBN: 978-92-2-825322-1 (print); 978-92-2-825323-8 (web pdf)

Những chức danh được nêu trong các ấn phẩm của ILO hoàn toàn tuân theo các thông lệ của Liên Hiệp Quốc và không ám chỉ bất kỳ quan điểm nào của ILO về tình trạng hợp pháp của các quốc gia, khu vực hay vùng lãnh thổ, hay đề cập gì tới sự phân định biên giới quốc gia.

Trách nhiệm về các quan điểm đưa ra trong các bài báo, bài nghiên cứu hay các ấn phẩm khác hoàn toàn thuộc về các tác giả của chúng, và ILO không đưa ra bất cứ sự chứng thực hay xác nhận nào đối với các quan điểm đưa ra trong các tài liệu đó.

Việc dẫn chiếu tên các doanh nghiệp, sản phẩm và quy trình kinh doanh không ám chỉ sự xác nhận hay chứng thực của ILO đối với những doanh nghiệp, sản phẩm hay quy trình đó, và việc không nêu tên doanh nghiệp, sản phẩm hay quy trình cũng không có nghĩa là ILO không chấp nhận chúng.

Các ấn phẩm và ấn phẩm điện tử của ILO có thể được tìm thấy ở các nhà sách lớn hay các văn phòng của ILO tại rất nhiều nước, hay trực tiếp tại Phòng phát hành của ILO, International Labour Office, CH-1211 Geneva 22, Switzerland.

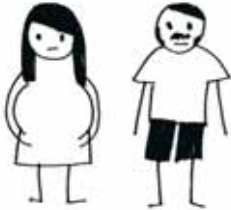
Danh mục hay danh sách những ấn phẩm mới được cung cấp miễn phí tại địa chỉ trên hoặc qua email: pubvente@ilo.org

Xem tại Website: www.ilo.org/publns

In tại Việt Nam

Thiết kế và in bởi ASDesign Company

Bài 3: Thúc đẩy bình đẳng giới	1
Bài 4: Vòng đời của con người và doanh nghiệp	4
Bài 5: 10 đặc điểm cần có để kinh doanh thành công	6
Bài 7: Kinh doanh và môi trường xung quanh của phụ nữ làm kinh doanh.....	9
Bài 8: Bản đồ kinh doanh	10
Bài 11&12: Ý tưởng kinh doanh là gì và Lựa chọn ý tưởng kinh doanh	12
Bài 14: 4 yếu tố cơ bản (4P) của marketing.....	14
Bài 15: Hiểu biết sản phẩm / dịch vụ của mình	15
Bài 16: Tìm hiểu khách hàng và đối thủ cạnh tranh	16
Bài 18: Cách thức bán hàng hiệu quả	17
Bài 19: Lập kế hoạch marketing	18
Bài 20: Quản lý sản xuất và dịch vụ	19
Bài 22: Quản lý tiền	23
Bài 23: Tính giá thành và định giá bán	25
Bài 24: Ghi chép sổ sách kế toán.....	29
Bài 25: Quản lý bản thân và nhóm làm việc	34
Bài 26: Quản lý công việc kinh doanh cá thể, hộ gia đình hoặc nhóm kinh doanh	35
Bài 27: Hộ gia đình kinh doanh: chia sẻ công việc, quyền ra quyết định và thu nhập.....	36
Bài 28: Hợp tác trong kinh doanh	37
Bài 29: Các tổ chức và dịch vụ hỗ trợ phụ nữ làm kinh doanh	40
Bài 31: Lập kế hoạch hành động cho công việc kinh doanh	41

1. Giới tính là gì?	2. Giới là gì?
	
Giới tính là những khác biệt về mặt sinh học giữa phụ nữ và nam giới	Giới là những khác biệt về mặt xã hội và những mối quan hệ giữa phụ nữ và nam giới, bé gái và bé trai. Những khác biệt này do giáo dục mà có, nó thay đổi liên tục và rất đa dạng trong một xã hội và giữa các nền văn hóa - xã hội khác nhau
Có nghĩa chỉ ra những khác biệt về mặt sinh học giữa nam và nữ, giữa em trai và em gái. Sự khác biệt này là giống nhau trên toàn thế giới và khó thay đổi.	Có nghĩa là chỉ ra sự khác biệt về văn hóa-xã hội giữa nam và nữ ▪ Do giáo dục mà có ▪ Những khác biệt đó có thể thay đổi theo thời gian ▪ Có sự khác nhau trong môi trường sống khác nhau và giữa các nền văn hóa - xã hội khác nhau
<i>Ví dụ:</i> - Phụ nữ có bộ phận sinh dục nữ và có thể mang bầu, sinh con và cho bú bằng chính bầu sữa của mình; - Nam giới có bộ phận sinh dục nam và có thể sản xuất ra tinh trùng.	<i>Ví dụ:</i> <i>Người ta thường cho rằng:</i> - Nam giới là trụ cột và có trách nhiệm bảo đảm kinh tế cho gia đình trong khi phụ nữ là người có trách nhiệm nội trợ và chăm sóc các thành viên gia đình; - Nam giới phải là người quyết đoán mạnh mẽ, phụ nữ là phái yếu và phải phụ thuộc vào đàn ông; - Nam giới là người có khả năng làm lãnh đạo trong gia đình và xã hội... - Tuy nhiên, nam giới cũng có thể học cách chăm sóc con cái giống như phụ nữ.

Trên thế giới, các mối quan hệ về giới thường được biểu hiện bởi sự bất bình đẳng và mất cân bằng giữa hai giới tính. Ở mỗi giai đoạn trong vòng đời của con người, sự khác biệt và bất bình đẳng có thể tồn tại giữa các bé trai và bé gái, giữa nam giới và phụ nữ về các cơ hội, trách nhiệm, quyền và lợi ích và các hoạt động mà họ thực hiện.

Bình đẳng giới nghĩa là gì?



Bình đẳng giới, hay bình đẳng giữa nam và nữ có nghĩa là nam và nữ có **quyền** được bình đẳng về quyền lợi, cơ hội, đối xử ở **tất cả các độ tuổi** trong **tất cả các lĩnh vực** của cuộc sống và công việc.

- Bình đẳng giới không phải là sự hoán đổi những đặc điểm giới tính; càng không phải là sự hoán đổi vai trò, vị trí của phụ nữ sang nam giới và ngược lại; không phải là sự chia đều 50/50...mà là bình đẳng trong quyền, nghĩa vụ, vị trí trong xã hội và việc tiếp cận các nguồn lực và điều này không phụ thuộc vào việc họ được sinh ra là phụ nữ hay nam giới.

- Bình đẳng giới là:

- Thừa nhận và coi trọng các đặc điểm giống và khác nhau giữa phụ nữ và nam giới;
- Cả phụ nữ và nam giới đều bình đẳng và được tôn trọng như nhau;
- Cả nam giới và nữ giới đều được chia sẻ quyền, trách nhiệm trong việc để thực hiện các vai trò về: lao động sản xuất, duy trì nòi giống và chăm sóc các thành viên trong gia đình, tham gia vào các hoạt động chính trị và các hoạt động cộng đồng. Trong đó vai trò duy trì nòi giống và chăm sóc các thành viên trong gia đình là đặc biệt quan trọng;
- Tạo cơ hội được chăm sóc, được học tập và phát triển như nhau cho cả nam giới và phụ nữ ngay từ giai đoạn còn là trẻ em;
- Tạo điều kiện cho phụ nữ và nam giới bù đắp những khoảng cách, những bất lợi do đặc điểm giới tính, quan niệm truyền thống và nhu cầu thực tế đối với vai trò giới thực tế của họ.

- Bình đẳng giới có nghĩa là nam giới và phụ nữ phải được bình đẳng về các quyền của người lao động và quyền con người, được đánh giá bình đẳng và có sự công bằng về trách nhiệm và cơ hội, phân công công việc, thu nhập và trong việc ra quyết định.

Làm thế nào để đạt được bình đẳng giới?

Đạt được bình đẳng giới là đạt được sự công bằng trong các kết quả với cả phụ nữ và nam giới. Đó là sự công bằng và đối xử như nhau giữa nam và nữ có xem xét đến sự khác biệt về nhu cầu và các mối quan tâm của hai giới tính, các cản trở về mặt xã hội và sự phân biệt đối xử (trong quá khứ) đối với một số nhóm đối tượng cụ thể.



Ví dụ:

- Bảo vệ và chăm sóc cho phụ nữ khi họ mang bầu, sinh con, nuôi con...; bảo vệ nam giới để bảo đảm họ có sức khỏe tốt, đóng góp và việc duy trì nòi giống và chia sẻ với phụ nữ trong việc chăm sóc con cái (...);
- Phụ nữ và nam giới đều có quyền như nhau đối với việc tiếp cận và quyết định về tài sản, cũng như các vấn đề trong cuộc sống và xã hội.
- Bé gái và bé trai đều được chăm sóc và đến trường đi học như nhau;

Hãy nhớ rằng:

- Đạt được bình đẳng giới:
Không chỉ là mối quan tâm của phụ nữ
Mà là trách nhiệm của tất cả
- Bình đẳng giới sẽ đem lại lợi ích cho tất cả mọi người
Không có nghĩa là phụ nữ được nhiều hơn và nam giới được ít hơn
Mà có nghĩa là mọi người đều được nhiều hơn
- Bình đẳng giới cần phải được đưa vào trong các chương trình phát triển doanh nghiệp:
Trong tất cả các loại hình dịch vụ phát triển kinh doanh
Trong tất cả các giai đoạn của việc xây dựng, thực hiện và đánh giá chương trình:
 - Sử dụng kinh nghiệm của cả phụ nữ và nam giới
 - Đánh giá những tác động của mọi hoạt động đối với cả phụ nữ và nam giới

Bài 4: Vòng đời của con người và doanh nghiệp

Vòng đời của mỗi con người gồm có những dấu mốc quan trọng nào?

Mỗi người đều trải qua các dấu mốc sau:



Sơ sinh



Mầm non



Tuổi thiếu niên và vị thành niên



Thanh niên



Trưởng thành và kết hôn



Trung niên



Về hưu



Chết / đầu thai

Vòng đời của con người và doanh nghiệp

Vòng đời của con người	Vòng đời của doanh nghiệp
Lên kế hoạch và mang thai rồi sinh con	Suy nghĩ về một công việc kinh doanh mới và lên kế hoạch. Khởi sự công việc kinh doanh mới; xây dựng mạng lưới hỗ trợ phù hợp cho hoạt động kinh doanh
Những tháng đầu tiên, lớn dần lên và đi học	Đánh giá lại ý tưởng, chọn ra những ý tưởng có tính thực tế cao
Học tập những kỹ năng, thử nghiệm và chịu trách nhiệm với những công việc đầu tiên của mình; chọn bạn	Thúc đẩy sự phát triển của doanh nghiệp và quảng cáo sản phẩm hoặc dịch vụ; tìm kiếm nhà cung cấp và khách hàng
Bắt đầu trưởng thành và tốt nghiệp, chuẩn bị cho cuộc sống riêng của mình	Đánh giá lại quá trình lên kế hoạch; dự trữ hàng cho những sản phẩm bán chạy; đầu tư vào công tác nghiên cứu, đào tạo; đầu tư thiết bị mới
Trưởng thành hoàn toàn, lập gia đình, xây dựng và chăm lo cho gia đình	Phát triển các mối quan hệ; trở nên tự tin trong kinh doanh; có khả năng tuyển công nhân; tái đầu tư lợi nhuận để doanh nghiệp ổn định và phát triển
Trung niên: đây là giai đoạn củng cố và mở rộng các mối quan hệ, có thể có khủng hoảng hoặc là bắt đầu một điều gì mới (những thay đổi về nghề nghiệp hoặc thay đổi trong đời sống riêng tư)	Củng cố và lựa chọn hướng phát triển và mở rộng; có nguy cơ giảm nhiệt tình hình kinh doanh; để các đối thủ cạnh tranh lấy mất khách hàng; có nhu cầu đào tạo lại; cần xem xét lại các mục tiêu và đánh giá lại nhu cầu về nhân viên
Trung niên tới nghỉ hưu	Tiếp tục kinh doanh, lựa chọn duy trì kinh doanh nhỏ hay phát triển lớn hơn. Đào tạo người kế cận
Chết hoặc đầu thai	Tăng cường phát triển doanh nghiệp một cách có trách nhiệm. Chuyển giao trách nhiệm quản lý dần cho con cháu; thay đổi hoặc thành lập doanh nghiệp mới

Bài 5: 10 đặc điểm cần có để kinh doanh thành công

? Để kinh doanh thành công bạn cần phải có những đặc điểm nào?

Để đạt được thành công, bạn cần phải:

- **Biết tìm kiếm cơ hội:** luôn tìm cách để nâng cao chất lượng sản phẩm, tìm kiếm khách hàng mới, hoặc nâng cao tay nghề và kỹ năng kinh doanh
- **Kiên trì:** đừng bỏ cuộc khi gặp phải khó khăn và phải tìm ra cách để vượt qua các khó khăn đó và tìm kiếm những người có thể giúp đỡ bạn
- **Thực hiện đúng cam kết:** biết giữ đúng lời hứa hay những cam kết với bạn hàng, với khách hàng, với các nhân viên của mình; thực hiện tốt kế hoạch sản xuất, bảo đảm đúng số lượng, chất lượng và giao hàng đúng thời hạn, điều này sẽ giúp làm tăng uy tín cho doanh nghiệp của bạn
- **Đảm bảo chất lượng và hiệu quả:** tuân thủ đúng các quy trình sản xuất và phân công tổ chức sản xuất hợp lý nhằm bảo đảm chất lượng sản phẩm tốt; tìm kiếm cách cải tiến quy trình sản xuất để tiết kiệm thời gian cũng như nguyên vật liệu và lao động nhưng vẫn bảo đảm chất lượng của sản phẩm
- **Chấp nhận rủi ro:** là người làm kinh doanh bạn cần phải chuẩn bị sẵn sàng để chấp nhận rủi ro, việc chấp nhận rủi ro cũng đem lại các cơ hội khác như có thể mở rộng được thị trường, bán được nhiều hàng hơn. Cần phải hiểu rõ về các rủi ro có thể xảy ra và cơ hội có được để có được quyết định đúng đắn.

Để lập kế hoạch cho việc kinh doanh, bạn cần:

- **Có mục tiêu kinh doanh:** là người làm kinh doanh bạn cần phải có mục tiêu rõ ràng để có kế hoạch chuẩn bị và tổ chức sản xuất, kinh doanh có hiệu quả và biết được khi nào bạn có thể đạt được những mục tiêu mà mình đề ra
- **Có kế hoạch và giám sát thực hiện một cách hệ thống:** tất cả các nội dung trong kinh doanh đều phải lập kế hoạch và phân công công việc cụ thể, giám sát chất lượng sản phẩm và tiến độ sản xuất, càng cụ thể càng chi tiết thì sẽ càng có hiệu quả cao
- **Tìm kiếm thông tin:** các thông tin liên quan đến công việc kinh doanh là đặc biệt cần thiết và bạn có thể tìm kiếm các thông tin này từ nhiều nguồn khác nhau như báo, đài, truyền hình, mạng lưới kinh doanh của bạn về số lượng và đặc điểm của khách hàng, của đối thủ cạnh tranh; về thói quen và nhu cầu của khách hàng; về nhà cung cấp nguyên vật liệu... và biết cách sử dụng đúng các thông tin đó.

Để quản lý, bạn cần phải có:

- **Năng lực thuyết phục và xây dựng mạng lưới:** “Buôn có bạn, bán có phường”, việc liên kết, liên doanh với các bạn hàng, các nhà sản xuất khác là đặc biệt cần thiết. Từ đó, bạn sẽ có nhiều khách hàng hơn, có nhiều thông tin hơn và khi cần thì có thể hợp tác để sản xuất một số lượng hàng lớn cũng như bảo vệ lẫn nhau tốt hơn; cũng từ đó làm tăng uy tín trong kinh doanh của bạn...
- **Tự tin:** bạn phải tự tin vào khả năng có thể vượt qua trở ngại trong sản xuất, kinh doanh của mình để có thể đạt được thành công

Nếu còn thiếu một vài đặc điểm nào đó, bạn cần phải làm thế nào?

- Bạn có thể:
 - Học tập để nâng cao **kiến thức chuyên môn, tay nghề**;
 - **Liên kết hoặc thuê những người có kiến thức kỹ năng, tay nghề để hỗ trợ cho công việc kinh doanh của bạn**;
 - **Rèn luyện để có bản lĩnh** khắc phục những khuyết thiếu của mình
 - Rèn luyện thường xuyên 10 đặc điểm trên để nâng cao khả năng của mình.
- Thỉnh thoảng, bạn cũng cần tự mình trả lời những câu hỏi dưới đây để xem mình có tiến bộ hơn không, sử dụng những biểu tượng mặt cười để tự đánh giá.

				
---	---	---	---	---

1. Tôi luôn tìm kiếm cơ hội để nâng cao chất lượng cuộc sống cho bản thân và cho gia đình (tìm kiếm cơ hội, chất lượng)
2. Khi gặp khó khăn tôi luôn giành thời gian để tìm kiếm các giải pháp tháo gỡ khó khăn (kiên trì, tìm kiếm thông tin)
3. Tôi luôn nỗ lực để hoàn thành công việc đúng thời hạn (thực hiện đúng cam kết)
4. Tôi luôn thích thú với những việc mình đã làm tốt (chất lượng)
5. Tôi luôn nghĩ rằng tôi phải thành công trong tất cả những việc mình làm (tự tin)
6. Cuối cùng thì chồng (hoặc gia đình) cũng hiểu được những việc mà tôi dự định làm nhưng tôi đã phải tốn rất nhiều thời gian để giải thích cho họ hiểu (kiên trì, thương lượng, đạt được sự đồng thuận từ phía gia đình)
7. Tôi không bao giờ lo ngại về những cơ hội mới mở ra, cho dù nó có thể gây hại (chấp nhận rủi ro)
8. Tôi luôn đặt ra mục tiêu cho chính mình nên tôi có thể dễ dàng biết được mình có đang đi đúng hướng không (lập kế hoạch và giám sát)

9. Đôi khi cũng cần phải chấp nhận rủi ro, mạo hiểm nhưng điều đó không có nghĩa là mình sẽ ở vào tình huống khó khăn (dự đoán được những rủi ro)
10. Khi tôi cần quyết định một việc gì đó tôi luôn hỏi ý kiến của nhiều người và tìm thêm những thông tin cần thiết trước khi ra quyết định (tìm kiếm thông tin, có kế hoạch)
11. Tôi tìm kiếm lời khuyên từ những người biết rõ về vấn đề đó (xây dựng mạng lưới)
12. Tôi biết mình sẽ ra sao trong tương lai (có mục tiêu)
13. Khi gặp phải khó khăn hoặc ài đó gây cản trở cho công việc của mình, tôi luôn tìm cách để vượt qua (kiên trì)
14. Tôi luôn biết cách để diễn đạt những ý tưởng của mình với gia đình (kỹ năng giao tiếp và thuyết phục người khác đồng ý)
15. Nếu tôi càng có mục tiêu rõ ràng thì càng dễ có cơ hội để đạt được thành công (có mục tiêu, tự tin)
16. Tôi luôn cho rằng, việc giữ lời hứa là rất quan trọng (đáng tin cậy)

Bài 7: Kinh doanh và môi trường xung quanh của phụ nữ làm kinh doanh

? Trong quá trình hoạt động kinh doanh, bạn thường gặp những khó khăn nào trong các mối quan hệ về gia đình, cộng đồng, xã hội, văn hóa?

Môi trường văn hóa, xã hội và địa lý có thể ảnh hưởng tốt hoặc không tốt tới cơ hội kinh doanh của phụ nữ. Những khó khăn thường gặp là:

- Những yêu cầu và áp lực từ phía các thành viên trong gia đình (chồng/ vợ, con chưa đồng tình, gây cản trở...)
- Những đề nghị cần giúp đỡ của người thân khi họ gặp khó khăn (của bố/ mẹ, anh/ em của vợ/ chồng...)
- Những áp lực và khó khăn xảy ra trong việc thực hiện các trách nhiệm xã hội trong cộng đồng (trích kinh phí đóng góp, hỗ trợ các hoạt động xã hội từ thiện...)
- Sự giám sát, kiểm tra và nhắc nhở yêu cầu trả các khoản vay của các tổ chức tín dụng và những người cho vay...

? Cách giải quyết các khó khăn đó như thế nào?

Bạn cần phải dự liệu trước các khó khăn trên để có thể giải quyết một cách hài hòa các mối quan hệ, cả trong kinh doanh và trong cuộc sống. Bạn cần:

- Suy nghĩ, tính toán, lựa chọn cách giải quyết cho phù hợp với từng mối quan hệ;
- Sẵn sàng đối mặt với các áp lực từ cuộc sống cá nhân và áp lực từ các hoạt động xã hội,
- Tìm kiếm sự giúp đỡ từ những người khác;
- Luôn biết cách xây dựng mục tiêu phù hợp cho việc kinh doanh và cần phải kiên định với nó;

Khi giải quyết thành công những khó khăn, thách thức từ môi trường kinh doanh sẽ hỗ trợ tốt cho công việc kinh doanh của doanh nhân nữ. Từ đó, góp phần làm tăng uy tín của doanh nhân trong gia đình và cộng đồng, cũng như rèn luyện thêm kinh nghiệm và bản lĩnh cho doanh nhân nữ.

Bài 8: Bản đồ kinh doanh

? Bạn có hiểu biết về môi trường văn hóa, kinh tế và xã hội của cộng đồng, địa phương nơi bạn đang (hoặc dự định) kinh doanh không?

Bạn cần vẽ ra một bản đồ và nắm được các thông tin chi tiết về:

- Dân cư: số lượng, giới tính, tuổi, mức thu nhập; có tay nghề, trình độ văn hóa như thế nào, đông hay ít dân
- Cơ quan và các tổ chức: Ủy ban nhân dân, trường học, trạm y tế, nhà văn hóa, bưu điện...
- Địa điểm thương mại: chợ, cửa hàng, quán ăn
- Địa điểm sản xuất, kinh doanh khác: đồng ruộng, nhà máy, xưởng chế biến, xưởng thủ công...
- Đường giao thông: đường bộ, đường thủy, đường liên thôn, đường liên xã và các trục đường chạy qua xã, thôn...
- Phương tiện giao thông: xe đạp, xe máy, ô tô, xe buýt, tàu hỏa...
- Các điểm sinh hoạt cộng đồng: đình, đền, chùa, sân bóng...
- Và quan trọng nhất bạn cần biết doanh nghiệp của bạn nằm ở đâu trong bản đồ kinh doanh này.

? Bạn có biết phân tích cơ hội và thách thức từ môi trường xung quanh đối với hoạt động kinh doanh của mình thông qua bản đồ kinh doanh này không?

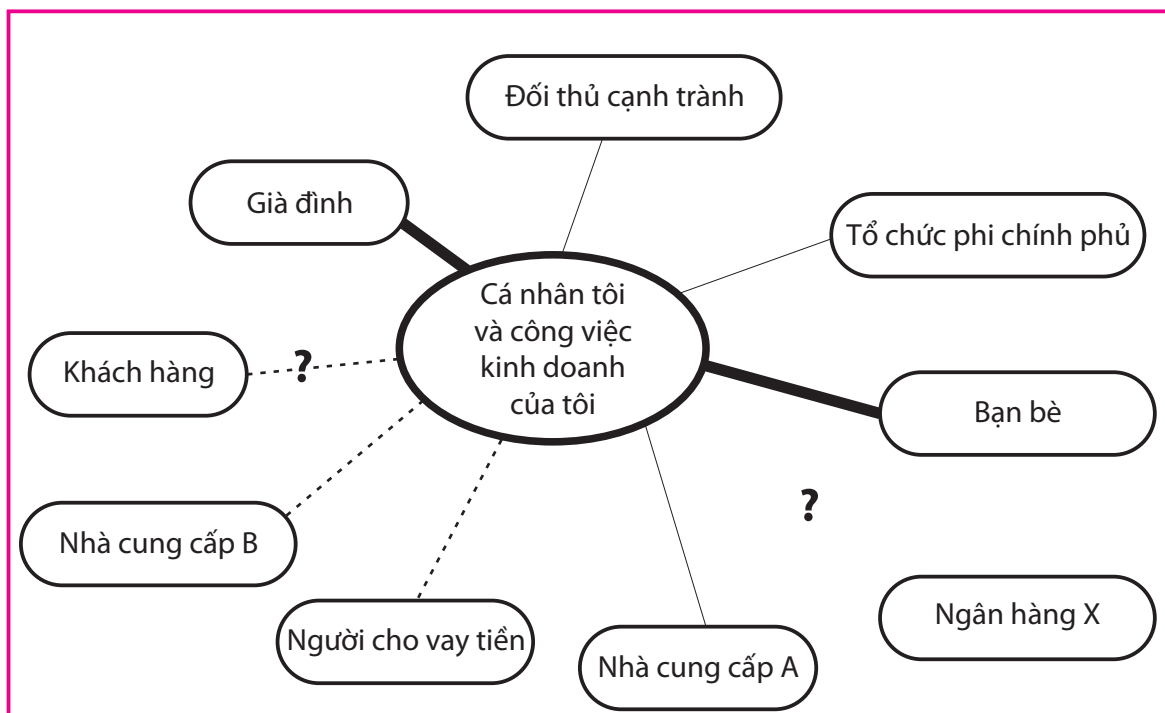
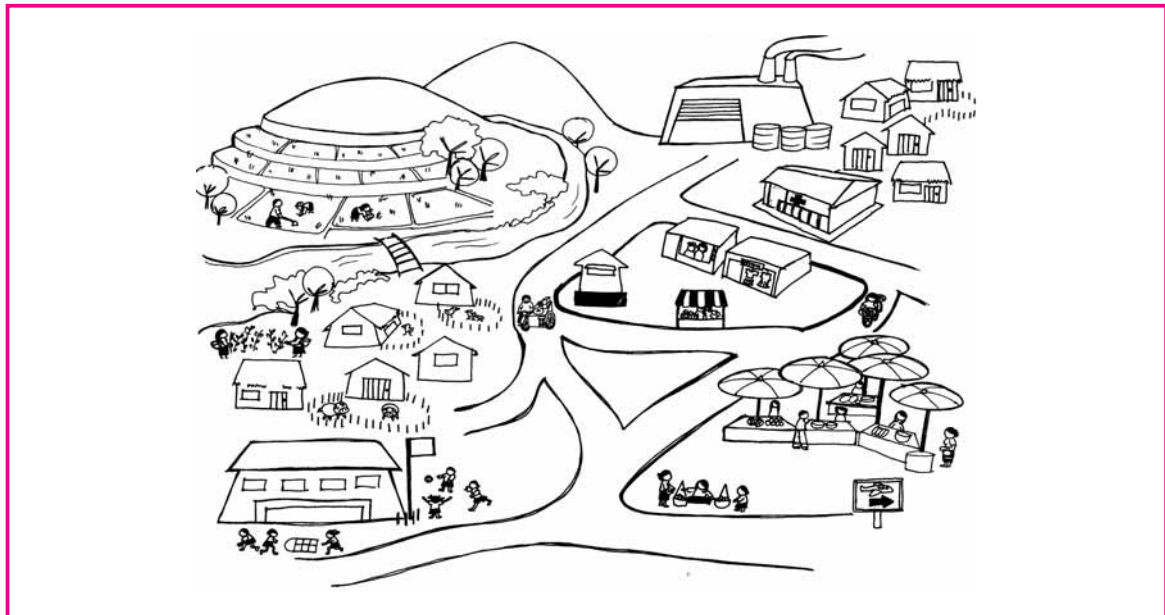
- Hãy nhìn vào bản đồ kinh doanh và đưa ra những cơ hội và thách thức đối với công việc kinh doanh của bạn? Từ bản đồ kinh doanh đó, bạn rút ra được kết luận gì về những thuận lợi và khó khăn đối với công việc kinh doanh của mình?
- Bạn có thể rút ra điều gì từ việc phân tích các yếu tố về môi trường như: dân số, địa điểm cơ quan, tổ chức, thương mại, giao thông và những yếu tố khác?

Đặc biệt bạn cần lưu ý đến các yếu tố sau:

- **Cầu:** là bên khách hàng, các nhu cầu, mong muốn và khả năng thanh toán của họ như thế nào.
 - **Cung:** là bên cung cấp ra thị trường các sản phẩm hàng hóa, với chất lượng và số lượng cũng như các đặc điểm khác của hàng hóa, sự tồn tại của các đối thủ cạnh tranh nhiều hay ít, mức độ cạnh tranh ra sao
- Cơ hội** là các yếu tố bên ngoài thuận lợi cho công việc kinh doanh của bạn. Ví dụ như: khoảng cách thuận lợi về địa lý đối với nơi cung cấp nguyên liệu hay với khách hàng sẽ

làm giảm chi phí sản xuất kinh doanh, đây là một cơ hội tốt cho bạn...-Vai trò của các tổ chức hỗ trợ kinh doanh đối với công việc sản xuất kinh doanh của bạn, như cho vay vốn, hỗ trợ kỹ thuật, đào tạo tay nghề...

Bản đồ kinh doanh



Ý tưởng kinh doanh và lựa chọn ý tưởng kinh doanh

→ **Ý tưởng kinh doanh là những ý nghĩ mới nảy sinh về lĩnh vực sản xuất kinh doanh của bạn.**

? **Vậy làm cách nào để tạo ra được những ý tưởng kinh doanh mới?**

- Quan sát và tìm hiểu về môi trường xung quanh nơi bạn đang sống (như nhìn vào bản đồ kinh doanh của bạn);
- Suy nghĩ và viết ra giấy những ý tưởng về các dịch vụ, sản phẩm, cách kinh doanh mới lạ chưa từng có ở nơi bạn sống; đừng ngại đưa ra những ý nghĩ “điên rồ”, “không bình thường”;
- Suy nghĩ một cách sáng tạo
- Đừng cố bắt chước những gì người khác đã làm.

? **Khi đã có nhiều ý tưởng kinh doanh hoặc ý tưởng cải tiến cho hoạt động kinh doanh, bạn dựa vào đâu để lựa chọn được ý tưởng phù hợp nhất với mình?**

Ý tưởng kinh doanh có thể có rất nhiều, nhưng làm sao để lựa chọn được ý tưởng kinh doanh tốt nhất đối với bạn.

Hãy cân nhắc thật kỹ và chọn ra 3 ý tưởng mà theo bạn là tốt nhất. Tiếp đó hãy tiếp tục lựa chọn dựa theo 3 tiêu chí sau:

1. **Kỹ năng (hay tay nghề)** mà bạn hoặc các phụ nữ và lao động tại địa phương có (nấu ăn, làm ruộng, làm hàng thủ công mỹ nghệ, buôn bán hàng ngoài chợ). Dựa vào những kỹ năng đó có thể kinh doanh gì? (cửa hàng ăn, quầy hàng bán rau quả, cửa hàng thủ công mỹ nghệ...)
2. **Nguồn lực sẵn có** (tài chính và nhân lực, nguyên vật liệu):
 - + Bạn có những nguồn tài chính nào? (tiết kiệm, vốn vay...)
 - + Có những nguồn nhân lực nào? (người trong gia đình, người lao động cần có việc làm...)
 - + Có những nguyên vật liệu nào? (hoà quả, rau xanh, tôm cá, đất sét...)

Dựa vào những nguồn lực này có thể kinh doanh gì?

3. **Có cầu:** ý tưởng kinh doanh phải có sự **khác biệt, hấp dẫn** và/hoặc chưa có trong cộng đồng ví dụ: với tình hình an toàn vệ sinh thực phẩm hiện nay, các doanh nghiệp, bệnh viện, nhà trường cũng như các nhân viên và người lao động trong khu vực có cầu lớn về lương thực, thực phẩm sạch và có nguồn gốc rõ ràng, đồng thời họ có khả năng chi trả cho các sản phẩm đó... Đây chính là cơ hội thị trường.

Bạn hãy nghiên cứu để hiểu thật kỹ các vấn đề của **3 tiêu chí** trên; tiếp đó, xem xét mọi thông tin liên quan đến từng tiêu chí thật nghiêm túc.

Bạn có thể sử dụng bảng và các biểu tượng sau để cho điểm cho các ý tưởng kinh doanh của mình:



Rất tốt



Kém



Tốt



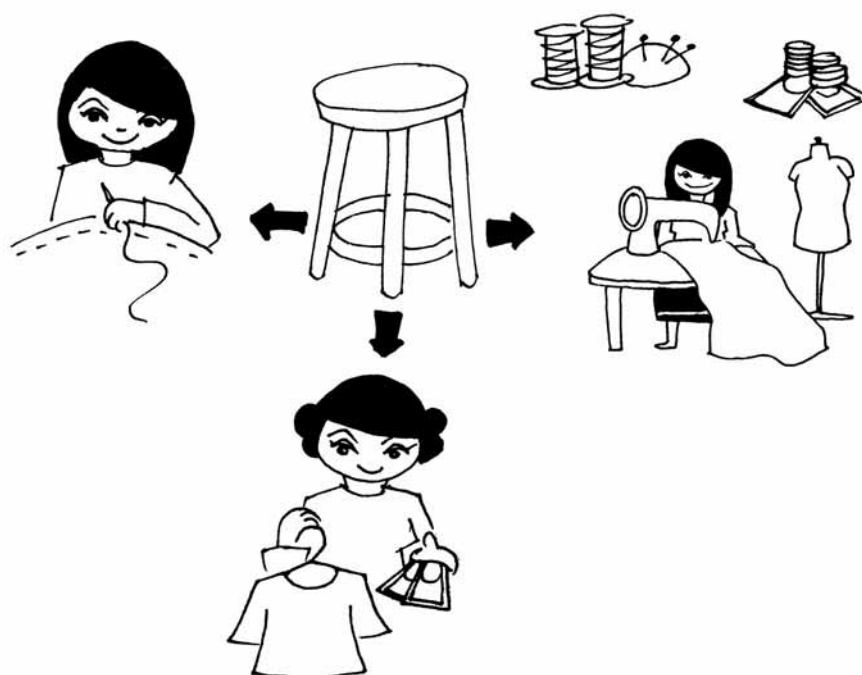
Rất kém



Trung bình

Ý tưởng kinh doanh	Kỹ năng	Nguồn lực			Cầu (khách hàng; đối thủ cạnh tranh)	Tiêu chí khác
		Thiết bị	Nguyên liệu	Tài chính (vốn khởi sự, vốn lưu động)		
Ý tưởng 1						
Ý tưởng 2						
Ý tưởng 3						

Ý tưởng nào có nhiều mặt cười nhất sẽ có thể là ý tưởng kinh doanh tốt nhất đối với bạn.



Bài 14: 4 yếu tố cơ bản (4P) của marketing

? Marketing là gì? Các yếu tố cơ bản của marketing?

Marketing là **những hoạt động** mà doanh nhân **làm để thoả mãn nhu cầu của khách hàng, nhằm mang lại lợi nhuận** cho mình, thông qua 4 yếu tố cơ bản là:



Sản phẩm



Giá cả



Phân phối (Địa điểm)



Quảng bá và xúc tiến

Có nghĩa là làm thoả mãn nhu cầu của khách hàng về:

- **Sản phẩm** hay **dịch vụ**: Sản phẩm hay dịch vụ đó dùng để làm gì? Sử dụng sản phẩm hay dịch vụ này mang lại lợi ích gì cho khách hàng? Hình thức, chất lượng của sản phẩm như thế nào, có đáp ứng được nhu cầu của khách hàng không?
- **Giá cả**: giá bán có phù hợp với khách hàng và khách hàng tiềm năng của bạn hay không? Bạn có đưa ra các mức giá khác nhau cho những đối tượng khách hàng khác nhau không (khách hàng mua với số lượng lớn, khách hàng mua nợ, khách hàng thường xuyên...)?
- **Phân phối** hay **Địa điểm**: sản phẩm hay dịch vụ này được bán ở đâu? Chỗ đó khách hàng có dễ vào hay không? Có dịch vụ giao hàng tận nhà hay không? Địa điểm bán hàng có hấp dẫn khách mua hay không? Làm sao giao được sản phẩm hay dịch vụ đến tay khách hàng một cách thuận lợi nhất?
- **Quảng bá và xúc tiến**: làm thế nào để khách hàng biết đến sản phẩm hay dịch vụ của bạn? Bạn đã quảng bá như thế nào để thu hút khách hàng? (ví dụ quảng bá trên các bảng hiệu, quảng cáo theo kiểu truyền miệng, trên báo chí, đài phát thanh truyền hình ...); bạn đã từng tặng quà, cho khách hàng dùng thử sản phẩm miễn phí, tặng vé xổ số trúng thưởng...) Làm thế nào để bạn ràng buộc khách hàng vào sản phẩm hay dịch vụ của mình?

Bài 15: Hiểu biết sản phẩm / dịch vụ của mình

? Bạn có hiểu rõ các đặc điểm của sản phẩm hoặc dịch vụ của mình không?

Đặc điểm của Sản phẩm thường được thể hiện như sau:

1. Sản phẩm được sử dụng cho mục đích gì? Sản phẩm sẽ đem lại những lợi ích gì cho khách hàng khi sử dụng nó?
2. **Số đo cụ thể** về trọng lượng, kích thước như thế nào?
3. **Hình thức** có được thiết kế theo sự ưa chuộng của khách hàng không? ví dụ như đẹp mắt, theo thói quen, hay mang nét văn hóa truyền thống...
4. **Màu sắc** của sản phẩm có được thiết kế theo sự ưa chuộng của khách hàng, hay phản ánh đến chất lượng của sản phẩm; hoặc theo mùa vụ, vùng miền; hay theo văn hóa truyền thống của người tiêu dùng...
5. **Bao bì** cách thức bao gói có tác dụng gì? Liệu có phải để thu hút khách hàng hay chỉ để bảo vệ sản phẩm?
6. **Nhãn hiệu của sản phẩm** để làm gì? để phân biệt sản phẩm của bạn với các sản phẩm khác tương tự của các nhà sản xuất khác? Nhãn hiệu cũng cần phải dễ nhớ và nên có liên quan đến sản phẩm, tuân theo một số nguyên tắc nhất định như: đơn giản, dễ nhớ và có thể chứa đựng những khác biệt của sản phẩm ... cần được thiết kế "bắt mắt" để thu hút khách hàng.

? Trong quá trình kinh doanh bạn có tạo ra các giá trị khác cho sản phẩm hay dịch vụ của mình không?

Các giá trị khác có thể là:

- **Thái độ bán hàng:** Ân cần, chu đáo, niềm nở tạo được sự thân thiện
- **Quan tâm đến khách hàng:**
 - + *Nắm bắt được tâm lý, thị hiếu, thói quen tiêu dùng của khách hàng;*
 - + *Đưa ra một số nhận xét hợp lý và thân thiện nhằm làm hài lòng khách hàng*
 - + *Quan tâm đến cả năng lực tài chính (túi tiền) của họ;*
 - + *Cần dự đoán xem khách hàng có khó khăn gì khi sử dụng sản phẩm của bạn không để tìm cách hỗ trợ họ...*
- **Cách thức phục vụ:** *Giao hàng ở đâu, bao giờ, vận chuyển, lắp đặt, tư vấn hỗ trợ khi cần thiết...*
- **Cho đổi sản phẩm:** *Có được đổi sản phẩm khác hay chỉ những bộ phận có hỏng hóc, trực trực, hay có điều kiện nào khác...*
- **Bảo hành tốt:** *Nguyên tắc và tần suất bảo hành, thời gian bảo hành, cách thức bảo hành...*

Bài 16: Tìm hiểu khách hàng và đối thủ cạnh tranh

? Ai là khách hàng hoặc có thể là khách hàng của bạn? Bạn biết những thông tin gì về họ?

- Khách hàng hoặc khách hàng tiềm năng của bạn là những người:
 - + **có nhu cầu, mong muốn** về sản phẩm/ dịch vụ của bạn
 - + đồng thời **có khả năng trả tiền** cho những sản phẩm/ dịch vụ đó.

Để có các thông tin về khách hàng, bạn cần trả lời càng chi tiết càng tốt các câu hỏi sau:

- Họ là nam hay nữ hay cả hai; độ tuổi; nghề nghiệp và thu nhập; họ ở đâu và các đặc điểm văn hóa nơi họ sinh sống; hoàn cảnh hôn nhân và gia đình... Trong thời gian đến, những thông tin này có thay đổi không.
- Vì sao họ lại mua sản phẩm, dịch vụ của bạn. Yêu cầu của họ đối với các sản phẩm, dịch vụ đó như thế nào (giá cả, kích cỡ, màu sắc, chất lượng, kiểu dáng, cách thức bán hàng và giao hàng...)? Đây là điểm quan trọng nhất mà họ cần đối với từng loại hàng hoá mà bạn cung cấp?
- Họ thường mua hàng với số lượng như thế nào?
- Họ thường mua hàng ở đâu (họ thường mua ở cửa hàng quen hay thường xuyên tìm thêm các địa chỉ mua hàng mới);
- Họ thường mua hàng khi nào (hàng ngày, hàng tuần, hàng tháng hay theo mùa).
- Họ có muốn tìm mua loại hàng khác tương tự hay không?
- Số lượng khách hàng của bạn có tăng lên không? Vì sao?

? Ai là đối thủ cạnh tranh của bạn? Các thông tin bạn cần có về đối thủ cạnh tranh là gì?

- Đối thủ cạnh tranh là những người đang kinh doanh loại sản phẩm/ dịch vụ **giống** hoặc **tương tự** hoặc **có thể thay thế** cho sản phẩm / dịch vụ của bạn.
- **Các thông tin cần có về đối thủ cạnh tranh**
 - + Họ bán hàng với giá bao nhiêu?
 - + Chất lượng hàng hoá, dịch vụ của họ như thế nào?
 - + Họ cung cấp thêm những dịch vụ khác nào cho các khách hàng?
 - + Địa điểm kinh doanh của họ như thế nào?
 - + Trang thiết bị của họ có hiện đại hay không?
 - + Nhân viên của họ có chuyên nghiệp và được trả lương cao không?
 - + Họ có quảng cáo cho hàng hoá của mình hay không?
 - + Họ có những điểm mạnh và điểm yếu gì?
 - + Liệu các cơ sở kinh doanh thành đạt khác có phương thức hoạt động tương tự hay không?

Bài 18: Cách thức bán hàng hiệu quả

? Bán hàng có vai trò như thế nào trong quá trình kinh doanh của bạn?

- Bán hàng là khi bạn trao sản phẩm/ dịch vụ cho khách hàng và thu tiền về. Đây là khâu cuối cùng và quan trọng nhất thể hiện bạn có kinh doanh thành công không? Là kết quả kinh doanh của bạn.

? Vậy làm thế nào để bán hàng hiệu quả?

Để bán hàng hiệu quả, bạn hãy:

- Chủ động tạo ra mong muốn mua sản phẩm ở khách hàng, bằng cách:
 - + Chuẩn bị trước cho mỗi lần giao dịch, có mục đích, nắm rõ các thông tin về khách hàng và việc làm ăn giao dịch giữa họ và bạn.
 - + Luôn thân thiện và làm cho khách hàng tin tưởng ở bạn; không được chê bai sản phẩm của đối thủ mà họ đã mua trước đó - vì họ đã quyết định mua, và 'khách hàng luôn luôn đúng'. Hãy tìm hiểu tại sao họ lại mua sản phẩm đó của đối thủ.
 - + Hãy nói về những lợi ích cụ thể mà sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn sẽ mang lại cho khách hàng
 - + Hãy bán và chào mời những thứ khách hàng cần, chứ không phải những thứ bạn có.
- Luôn luôn hiểu rõ về sản phẩm/ dịch vụ mà mình chào bán.
- Quảng cáo về chất lượng và lợi ích của sản phẩm, đừng quá tập trung vào quảng cáo giá cả. Nếu bạn tập trung quá mức vào giá thấp khách hàng sẽ ngầm hiểu là chất lượng cũng thấp. Chỉ đề cập đến giá khi bạn đã nêu đầy đủ những lợi ích của sản phẩm mà khách hàng có thể có được.
- Trong mọi trường hợp không bao giờ đổ lỗi cho người khác (nhà cung cấp, nhân viên hay khách hàng).
- Hãy lắng nghe khách hàng và giải thích nhẹ nhàng, dễ chịu để khách hàng mua sản phẩm với một tâm trạng thoải mái.

Và hãy nhớ rằng:

- Muốn có kỹ năng bán hàng tốt, bạn cần phải tập luyện thường xuyên.
- Khách hàng là quan trọng nhất trong việc kinh doanh của bạn: không có khách hàng sẽ không kinh doanh được.
- Việc thu hút một khách hàng mới tốn kém và khó khăn hơn nhiều so với việc giữ những khách hàng hiện tại mà bạn đang có. Vì vậy, hãy luôn làm hài lòng những khách hàng hiện tại của mình. Điều này phụ thuộc rất nhiều vào người bán hàng của cơ sở kinh doanh của bạn.

Bạn có biết phần lớn doanh thu của bạn đến từ những khách hàng hiện tại?!

Bài 19: Lập kế hoạch marketing

? Lập kế hoạch marketing như thế nào?

- Lập Kế hoạch marketing là việc bạn phối hợp 4 yếu tố Sản phẩm (hay dịch vụ), Giá cả, Phương thức phân phối (địa điểm), Quảng bá và xúc tiến để đưa ra được những hoạt động cụ thể nhằm làm cho khách hàng, nhất là khách hàng mục tiêu của bạn biết đến, mua và tiếp tục mua các sản phẩm hay dịch vụ của bạn. Để làm được điều này bạn cần trả lời những câu hỏi sau:

Sản phẩm hay dịch vụ:

- Sản phẩm hay dịch vụ có đáp ứng được nhu cầu của khách hàng không? Có đa dạng không?
- Sản phẩm hay dịch vụ có chất lượng như thế nào?
- Sản phẩm hay dịch vụ này có những công dụng gì?
- Sản phẩm hay dịch vụ có hình thức như thế nào?
- Sản phẩm tương tự hay sản phẩm thay thế có đặc điểm gì khác?

Giá cả:

- Mức giá này có phù hợp với khách hàng hay không?
- Sản phẩm hay dịch vụ có thể bán ở mức giá thấp hơn hay không?
- Có thể đặt nhiều mức giá khác nhau cho các đối tượng khách hàng khác nhau không (khách hàng mua số lượng lớn, khách hàng thường xuyên, khách hàng mua chịu...)?

Phân phối - Địa điểm:

- Sản phẩm này được bán ở đâu? Hoặc làm thế nào bạn có thể đưa được sản phẩm của bạn đến với khách hàng?
- Nơi hay cách bán hàng có thuận lợi cho khách hàng không?
- Nơi bán hàng có được trang trí và trưng bày bắt mắt không?
- Có dịch vụ giao hàng đến tận nhà không?

Quảng bá và xúc tiến:

- Cách quảng cáo đưa thông tin về sản phẩm như thế nào?
- Khi mua sản phẩm hay dịch vụ khách hàng có được hưởng các quyền lợi gì khác không (tặng thêm sản phẩm, gói quà miễn phí, cho đổi hàng...)?

Và điều quan trọng nhất là bạn hãy viết kế hoạch này ra giấy thay vì ghi nhớ trong đầu để bạn có thể thực hiện nó một cách thuận lợi hơn!

Bài 20: Quản lý sản xuất và dịch vụ

? Làm thế nào để quản lý sản xuất và kinh doanh một cách hiệu quả?

- Bạn phải tổ chức sản xuất thật hợp lý, vừa để đảm bảo về chất lượng và tiết kiệm. Nghĩa là bạn phải biết những việc gì cần làm để sắp xếp và quản lý cho thật tốt, bạn phải biết cách chọn và bố trí lao động cho phù hợp với từng công việc. Do đó, bạn nên dùng các bảng biểu sau để ghi chép phục vụ cho việc quản lý và tổ chức sản xuất:



Danh mục nguyên vật liệu



Tên nguyên vật liệu	Số lượng	Ghi chú



Danh mục công đoạn sản xuất



Công đoạn	Thời gian (phút)	Ghi chú



Danh mục công cụ và thiết bị

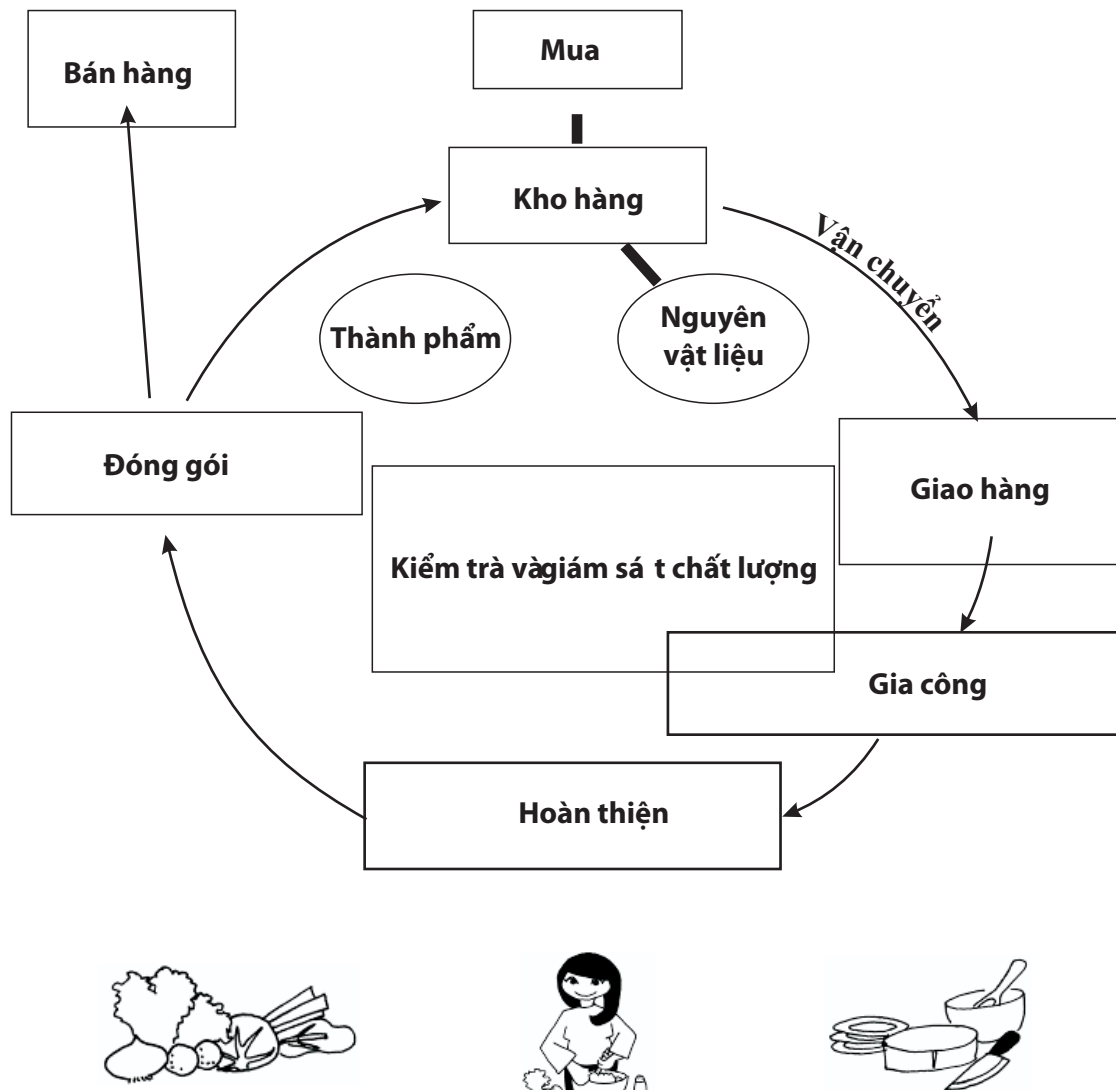


Tên công cụ/ thiết bị	Số lượng	Ghi chú

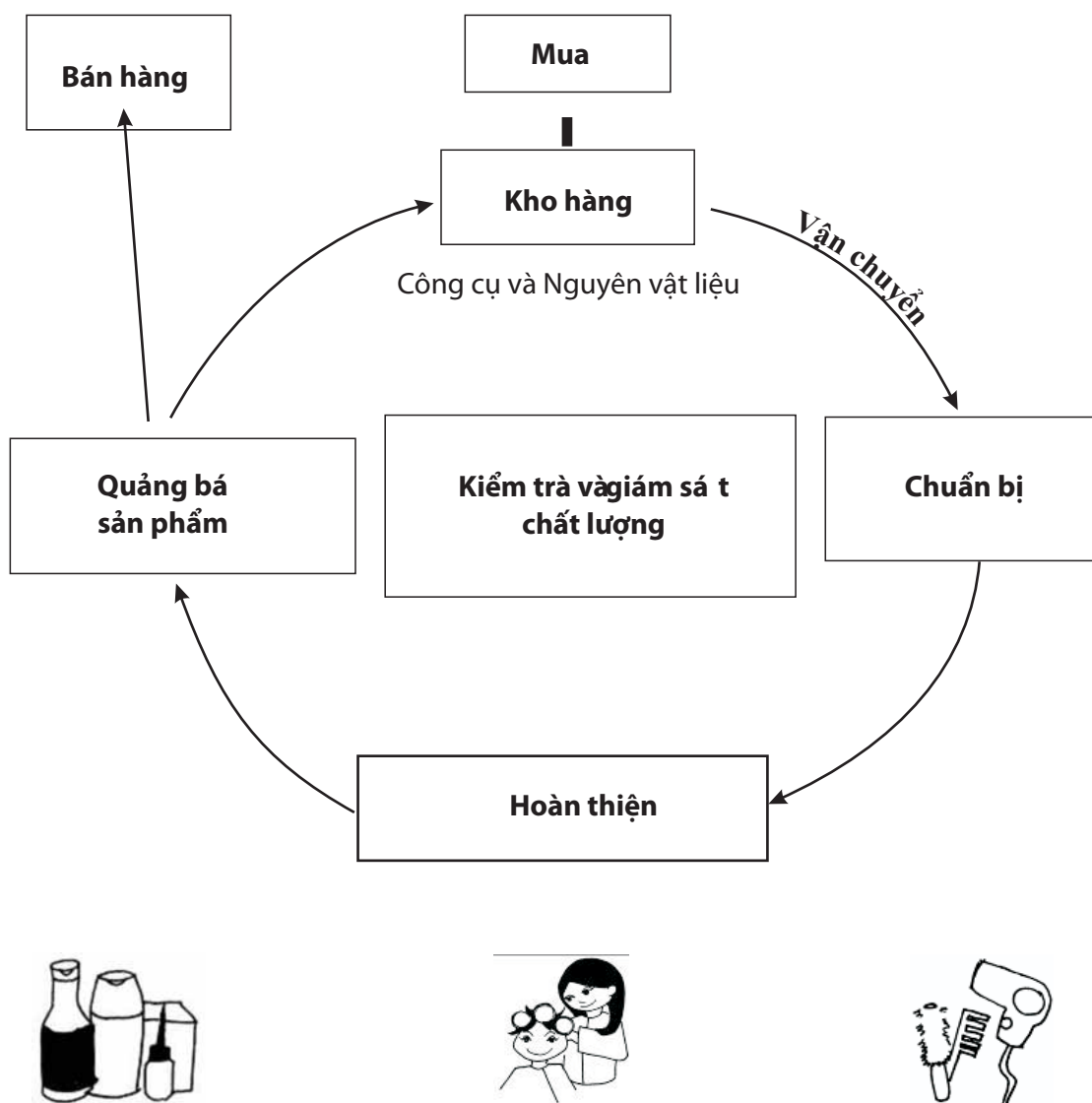
- Từ việc hoàn thành các bảng trên, bạn cần xem xét xem cần phải cải tiến điểm nào, có công đoạn sản xuất nào cần phải thay đổi không? Và từ đó bạn có thể tiết kiệm được chi phí nào không, ...

NGUYÊN VẬT LIỆU	CÁC CÔNG ĐOẠN	CÔNG CỤ VÀ THIẾT BỊ
Ví dụ: Pha nước chanh cần có: Chanh Nước Đường Cốc	Ví dụ: Pha nước chanh: Cắt chanh Vắt chanh Cho nước Cho đường Khuấy đều Cốc	Ví dụ: Pha nước chanh: Bình Khay Cái vắt Dao Cốc
Ví dụ: Cắt tóc cần có: Dầu gội Nước	Ví dụ: Cắt tóc Chải tóc Gội sạch, làm khô Chải tóc Cắt	Ví dụ: Cắt tóc Lược Lược chải Kéo Gương Máy sấy tóc

Chu kỳ sản xuất: Kinh doanh hàng hóa



Chu kỳ sản xuất: Kinh doanh dịch vụ



? Lợi ích của việc tách biệt các khoản tiền chi cho gia đình và tiền chi cho hoạt động của kinh doanh?

-
- A collection of 12 line drawings arranged around a central figure. The central figure is a woman with long dark hair, wearing a light-colored long-sleeved shirt and a dark skirt, holding two large money bags with dollar signs. Surrounding her are various items: top-left, two children (a girl and a boy) standing together; top-center, a pair of pants hanging; top-right, a bicycle; middle-right, a faucet; below that, a plate of food including a tomato, a cucumber, and some leafy greens; further right, a pot with a spoon; bottom-right, a person sitting at a table eating; bottom-center, a stall with a person behind the counter and a large umbrella; bottom-left, a television set; and top-left (relative to the TV), a small house with a thatched roof.

23

Vay vốn là một quá trình khó khăn và mất thời gian. Trước khi vay vốn bạn cần tìm hiểu kỹ: Người cho vay là ai? Mỗi người cho vay có các điểm khác nhau về: mục đích sử dụng vốn vay; số tiền cho vay; thời hạn được vay; tiến độ hoàn trả vốn vay; lãi suất và cách thức thu lãi (định kỳ, một lần vào cuối kỳ vay...); tài sản bảo đảm; hồ sơ vay vốn; thời gian xử lý hồ sơ và xét duyệt cho vay; cách thức giải ngân (theo tiến độ sử dụng vốn, 1 lần, nhiều lần...); Có ưu đãi hay ân hạn không.

? Các cách quản lý tiền trong kinh doanh như thế nào?

Để quản lý tiền trong kinh doanh, cần:

- Lưu giữ và sắp xếp các chứng từ hoá đơn thật đầy đủ và ngăn nắp;
- Có hệ thống sổ sách kế toán và ghi chép chi tiết, kịp thời.

Bài 23: Tính giá thành và định giá bán

? Làm thế nào để tính được chi phí (giá thành) để sản xuất và bán được sản phẩm hoặc dịch vụ;

- Bạn hãy ghi lại đầy đủ các chi phí để sản xuất và bán được sản phẩm, bằng cách sử dụng các loại biểu và các bước tính giá thành như sau:

Các bước tính giá thành sản phẩm/ dịch vụ

Bước 1. Tính chi phí nguyên vật liệu / tháng.

Sử dụng biểu để liệt kê đủ các loại nguyên vật liệu cần cho quá trình sản xuất cho một tháng:

- Điền tên, số lượng và đơn giá từng loại nguyên vật liệu để sản xuất kinh doanh cho 1 tháng.
- Tính chi phí từng loại nguyên vật liệu: **Số lượng x Đơn giá = Thành tiền**
- Cộng lấy tổng chi phí cho các loại nguyên vật liệu cho 1 tháng.

Biểu tính chi phí nguyên vật liệu

Số lượng sản phẩm / tháng

Tên nguyên vật liệu trực tiếp	Số lượng	Đơn giá	Thành tiền

→

**Tổng chi phí NVL
cho 1 tháng**

Bước 2. Tính chi phí lao động trực tiếp cho 1 tháng- Nếu bạn trả công lao động theo lương tháng hay theo ngày thì bạn chuyển ngay sang bước 3

Dùng biểu chi phí lao động trực tiếp để tính. Liệt kê tất cả các công đoạn sản xuất sản phẩm (hoặc cung cấp dịch vụ)

- Điền thời gian lao động tính theo giờ (hoặc phút) của từng công đoạn để tạo ra một sản phẩm (dịch vụ) và;
- Điền chi phí lao động / giờ
- Tính chi phí từng công đoạn: **Thời gian x Chi phí / giờ = Thành tiền cho từng công đoạn**

- Cộng tổng lại, sẽ được tổng chi phí lao động trực tiếp để sản xuất ra một lô sản phẩm hoặc 1 sản phẩm (nếu đủ lớn để dễ tính)
- Lấy **chi phí lao động trực tiếp** cho 1 lô sản phẩm (hoặc 1 sản phẩm) **x số** lô sản phẩm (số sản phẩm) sản xuất được trong tháng để có kết quả điền vào ô chi phí lao động / tháng

Lưu ý: để dự tính được số lượng sản phẩm sản xuất được trong một tháng, có thể tính bằng cách: lấy tổng số giờ trực tiếp trong 1 tháng chia cho tổng thời gian để sản xuất ra 1 sản phẩm.

Các công đoạn chi phí lao động trực tiếp	Thời gian	Cphí/giờ	Thành tiền
			→
Tổng chi phí lao động trực tiếp để sản xuất ra một lô sản phẩm			Chi phí lao động trực tiếp cho 1 tháng

Bước 3. Tính chi phí chung (hay chi phí gián tiếp, hay chi phí cố định) của 1 tháng. Dùng biểu tính chi phí chung để tính. Bằng cách:

- Liệt kê mọi chi phí khác (chi phí lao động trả lương theo tháng hoặc ngày, tiền thuê mặt bằng, tiền điện...) và điền chi phí hàng tháng cho từng loại
- Riêng chi phí khấu hao tài sản trang thiết bị cho 1 tháng thì sử dụng biểu tính khấu hao, sau đó cộng tổng giá trị khấu hao 1 tháng và điền kết quả khấu hao vào biểu tính chi phí chung
- Tính tổng chi phí chung / tháng.

Loại chi phí chung	Chi 1 tháng

Biểu tính khấu hao

Thứ tự	Tên trang thiết bị hay tài sản	Giá trị tài sản (nguyên giá)	Số tháng sử dụng (tuổi thọ)	Giá trị khấu hao 1 tháng
	Cộng			

**Tổng giá trị
khấu hao 1 tháng**

Bước 4. Cộng lấy tổng chi phí trong 1 tháng

$$\begin{array}{l} \text{Tổng chi phí} \\ \text{1 tháng} \end{array} = \begin{array}{l} \text{Chi phí} \\ \text{nguyên vật liệu} \\ \text{trực tiếp 1 tháng} \end{array} + \begin{array}{l} \text{Chi phí nhân công} \\ \text{lao động trực tiếp} \\ \text{trong 1 tháng} \end{array} + \begin{array}{l} \text{Chi phí chung} \\ \text{(chi phí gián tiếp} \\ \text{hàý cố định)} \\ \text{trong 1 tháng} \end{array}$$

Nếu bạn không có phần chi phí lao động trực tiếp (không tính bước 3) thì Tổng chi phí 1 tháng của bạn là:

$$\begin{array}{l} \text{Tổng chi phí} \\ \text{1 tháng} \end{array} = \begin{array}{l} \text{Chi phí} \\ \text{nguyên vật liệu} \\ \text{trực tiếp 1 tháng} \end{array} + \begin{array}{l} \text{Chi phí chung} \\ \text{(chi phí gián tiếp} \\ \text{hàý cố định)} \\ \text{trong 1 tháng} \end{array}$$

Bước 5. Tính giá thành hay tổng chi phí cho 1 đơn vị sản phẩm

Chi phí để sản xuất và bán được 1 sản phẩm (hoặc dịch vụ) là Giá thành của sản phẩm đó và được tính như sau:

$$\text{Giá thành} = \frac{\text{Tổng chi phí 1 tháng}}{\text{Số lượng sản phẩm 1 tháng}}$$

Định giá bán cho sản phẩm hoặc dịch vụ như thế nào?

Để định giá cho sản phẩm, doanh nhân cần căn cứ vào:

1-Giá thành 1 đơn vị sản phẩm

2-Giá bán của đối thủ cạnh tranh

3-Giá khách hàng chấp nhận trả

Giá bán của tôi

Vậy, Giá bán của tôi sẽ là:

$$\boxed{\text{Giá bán của tôi}} = \boxed{\text{Giá thành 1 đơn vị sản phẩm}} + \boxed{\text{Tỷ lệ \% lợi nhuận (được cộng thêm)}}$$

Điểm hòa vốn là điểm mà ở đó doanh thu từ số lượng sản phẩm bán ra bằng với chi phí để sản xuất

Tổng doanh thu = Tổng chi phí

Và được tính như sau:

Ta ký hiệu:

- Số lượng sản phẩm hòa vốn là

SLSP

- Giá bán là

G2

- Chi phí biến đổi của 1 sản phẩm hay giá vốn là

G1

- Chi phí cố định của 1 tháng là

CPCĐ

$$\text{SLSP(hòa vốn)} = \frac{\text{CPCĐ}}{\text{G2} - \text{G1}}$$

Đó là **Sản lượng** (hay số lượng sản phẩm) **hòa vốn**

Bài 24: Ghi chép sổ sách kế toán

? Ghi chép sổ sách kế toán là gì?



Ghi chép sổ sách kế toán nghĩa là ghi lại:

- **Số tiền mà doanh nghiệp thu được**
- **Số tiền doanh nghiệp chi ra**
- **Số tiền người khác nợ bạn**
- **Số tiền bạn nợ người khác**



? **Sổ sách kế toán gồm những loại chủ yếu nào? Và cách ghi chúng ra sao?**

Sổ tiền mặt

Đơn vị tính: ngàn đồng

Ngày	Diễn giải	Thu	Chi	Tồn dư	Chi chú

Sổ theo dõi các khoản nợ của khách hàng

Họ tên khách hàng:

Đơn vị tính: ngàn đồng

Ngày	Diễn giải	Số lượng hàng	Đơn giá	Thành tiền	Đã thanh toán	Còn nợ kỳ này	Dư nợ lũy kế	Chữ ký

Sổ theo dõi các khoản nợ của doanh nghiệp

Họ tên người cung cấp (người cho nợ):

Đơn vị tính: ngàn đồng

Ngày	Diễn giải	Số lượng hàng	Đơn giá	Thành tiền	Đã thanh toán	Còn nợ kỳ này	Dư nợ lũy kế	Chữ ký của người cho nợ

Tên doanh nghiệp
SỔ THEO DÕI NHẬP - XUẤT HÀNG HÓA (NGUYÊN VẬT LIỆU, HÀNG HÓA)

Đơn vị tính: triệu / ngàn đồng

Ngày	Diễn giải	Nhập			Xuất			Tồn		
		Đơn giá	Số lượng	Thành tiền	Đơn giá	Số lượng	Thành tiền	Đơn giá	Số lượng	Thành tiền
A	B	1	2	3	4	5	6	7	8	9
	Dư đầu kỳ									

Lưu ý:

- Nếu mở sổ theo dõi cho từng loại hàng hóa thì cần phải đầy đủ số lượng, đơn giá và thành tiền, càng chi tiết càng tốt.
- Trong trường hợp mở sổ cho tất cả các loại hàng hóa, thì vẫn nên ghi chi tiết số lượng cho từng loại, nhưng khi tính toán tồn và cộng cuối kỳ thì chỉ cho các cột thành tiền.
- Nếu mỗi lần xuất nhập quá chi tiết và nhiều loại hàng hóa thì, có thể chỉ ghi cho các cột thành tiền.

KẾ HOẠCH (BÁO CÁO) KẾT QUẢ SẢN XUẤT KINH DOANH

Đơn vị tính: 1000 đồng

	Tháng thứ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Cả năm
I	Doanh thu bán hàng													
II	Tổng chi phí SX-KD													
II.1	Nguyên vật liệu													
II.2	Lương, tiền công													
II.3	Tiền điện, nước													
II.4	Tiền điện thoại													
II.5	Marketing													
II.6	Bảo hiểm													
II.7	Giấy phép kinh doanh													
II.8	Khấu hao													
II.9	Lãi xuất tiền vay, khác													
III	Lợi nhuận trước thuế (I-II)													
	Lợi nhuận sau thuế													

Bài 25: Quản lý bản thân và nhóm làm việc

? Vai trò của việc quản lý bản thân và doanh nghiệp? Nên thực hiện quản lý như thế nào?

- Nhiều doanh nhân, đặc biệt là các nữ doanh nhân rất giỏi trong khá nhiều việc kinh doanh nhưng đôi khi lại “quên” việc quản lý, nên đã dẫn đến rắc rối.
- Bạn đã chọn phong cách quản lý nào?

Các phong cách quản lý

Phong cách quản lý truyền thống (theo thứ bậc)	Chú trọng việc đạt được mục đích, bất kể mục đích đó là gì! Người lãnh đạo thường có xu hướng đưa ra các quyết định có tính phân cấp và làm việc theo phương pháp áp đặt, cấp trên ra lệnh cho cấp dưới.
Phong cách quản lý theo kiểu công nghiệp	Chú trọng đến năng suất và kết quả đầu ra, ít quan tâm đến yếu tố con người.
Phong cách quản lý lấy yếu tố con người làm trung tâm	Chú trọng đến việc khuyến khích động viên con người, làm việc theo nhóm, khuyến khích mọi người cùng ra quyết định
Phong cách quản lý xã hội	Chú trọng tới năng lực xã hội, giao tiếp và định hướng dịch vụ.

- Sự kết hợp của tất cả những phong cách trên sẽ là tốt nhất!
- Làm thế nào để bạn quản lý những người khác trong doanh nghiệp của bạn? Hãy trả lời các câu hỏi sau đây:
 - Bạn có phân chia công việc hoặc nhiệm vụ cho mọi người, dựa trên năng lực của họ?
 - Họ có phối hợp với những người khác trong khi thực hiện nhiệm vụ không?
 - Bạn có thường xuyên giám sát, tư vấn cho họ và lắng nghe họ không?

Bài 26: Quản lý công việc kinh doanh cá thể, hộ gia đình hoặc nhóm kinh doanh

? Cơ sở kinh doanh của bạn nên là cơ sở kinh doanh cá thể, hộ gia đình hoặc nhóm kinh doanh? công tác tổ chức và quản lý cơ sở này nên thế nào?

- Sử dụng bảng sau để phân tích các hành động trợ giúp cho mỗi loại hình kinh doanh:

Bảng phân tích các hành động trợ giúp và cản trở kinh doanh

Loại hình kinh doanh:.....

Ai?	Với ai?	Cái gì?	Khi nào?	Trợ giúp(+)	Cản trở(-)

- Ví dụ: một người nhà của bạn (có thể là bố, hoặc mẹ, hoặc anh, chị, em) là người có thể lực trong nhà (có sức mạnh kinh tế hoặc có uy tín) có thể trợ giúp bạn khi thấy ý tưởng kinh doanh của bạn hay hoặc vừa ý người đó; mà cũng có thể sẽ cản trở bạn nếu ý tưởng của bạn không được người đó đồng tình.

Lưu ý : bảng phân tích này có thể sử dụng cả khi bạn chuẩn bị khởi đầu kinh doanh hay khi nảy sinh một ý tưởng kinh doanh mới hoặc mở rộng công việc

Bài 27: Hộ gia đình kinh doanh: chia sẻ công việc, quyền ra quyết định và thu nhập

? Tầm quan trọng trong phân chia công việc, chia sẻ quyền ra quyết định và phân chia thu nhập trong một hộ gia đình kinh doanh như thế nào?

- Trong một hộ gia đình kinh doanh nếu chia sẻ công việc, quyền ra quyết định và thu nhập không công bằng và bất công, thì sớm muộn cũng sẽ có rắc rối và làm cho công việc kinh doanh khó khăn.
- Trong một hộ gia đình kinh doanh cần phải rõ ràng quyền điểm “Ai làm gì? Ai quyết định việc gì? Và phân chia ra sao giữa các thành viên?”
- Ở nhiều nơi, phụ nữ làm phần lớn công việc nhưng lại không có quyền quyết định. Nhiều khi họ cũng bị lép vế hơn nam giới trong thu nhập dù làm cùng một việc hoặc công việc tương tự như nhau.
- Các thành viên trẻ hơn trong gia đình thường bị người trên áp đặt những gì họ cho là tốt, cả khi những người trẻ tuổi đã có nhiều kinh nghiệm trong cuộc sống cũng như trong kinh doanh.
- Mỗi gia đình sẽ có những cách thức riêng của mình để hài hòa giữa việc phân chia công việc, ra quyết định và phân chia thu nhập.
- Mỗi người cần phải nhận thức rằng những kinh nghiệm và tuổi tác khác nhau vẫn có thể có những đóng góp giá trị cho công việc kinh doanh.

Nhiệm vụ	Trách nhiệm , bổn phận	Kỹ năng, thái độ cần có	Ai làm việc gì? Ai ra quyết định?

Bài 28: Hợp tác trong kinh doanh

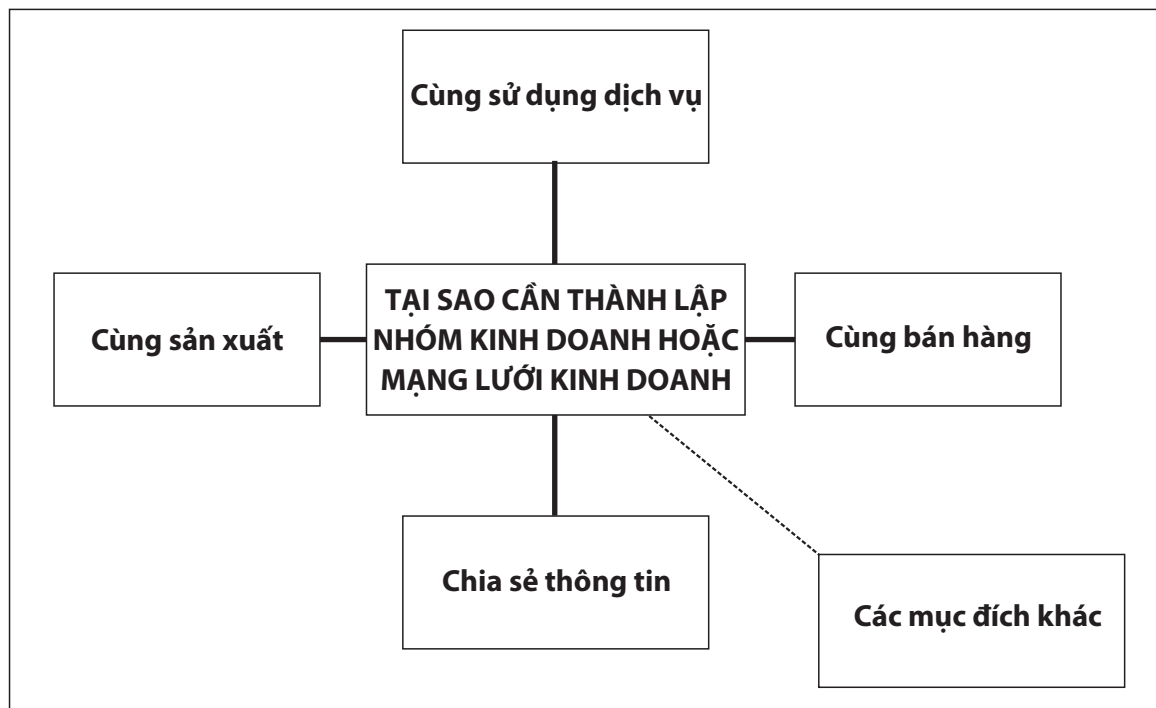
? Mạng lưới và nhóm kinh doanh là gì?

- **Đó là** sự hợp tác cho mục tiêu chung giữa một nhóm người vào cùng một không gian và thời gian

Tại sao lại cần thành lập mạng lưới và nhóm kinh doanh?

Để bạn có thể:

- Chia sẻ thông tin, mở rộng quan hệ kinh doanh
- Cùng mua, bán nguyên vật liệu
- Bán hàng chung
- Cùng sử dụng dịch vụ
- Bày tỏ những mối quan tâm chung
- Cùng thực hiện các nhiệm vụ xã hội
- Và nhiều hoạt động khác nữa



? Để hợp tác tốt cần có những điều kiện gì?

- Điều kiện để thành lập nhóm và hợp tác trong kinh doanh:
 - **Có lợi ích chung và khả năng liên kết** (ví dụ: làm việc chung một chỗ hoặc một lĩnh vực, biết nhau từ trước, trở thành bạn bè sau khóa đào tạo).
 - **Có chung mục đích** (ví dụ: để làm kinh tế, tìm kiếm thông tin, tìm người trông con cái, tìm phương thức vận tải chung).
 - **Có một lý do hoặc hoàn cảnh cụ thể** (ví dụ: có một cơ hội làm kinh tế mà một người không đáp ứng nổi, có cơ hội cung cấp hàng hóa dịch vụ nhân một sự kiện xã hội lớn, có cơ hội sử dụng một nguồn vốn kinh tế xã hội mới để phát triển kinh tế địa phương).

? Khi làm việc cùng nhau sẽ có ưu điểm gì?

- Có sức mạnh hơn, tiếng nói có trọng lượng hơn và có vị trí tốt hơn khi đàm phán về một vấn đề nào đó;
- Tận dụng tốt hơn các nguồn lực sẵn có trong mạng lưới hoặc trong nhóm (tài chính, công nhân có tay nghề, kỹ thuật);
- Có thể chia sẻ thông tin, học hỏi và trao đổi kinh nghiệm lẫn nhau;
- Có khả năng giải quyết các vấn đề, mà một cá nhân không thể giải quyết được;
- Cân bằng và hài hòa giữa phát triển lợi ích cá nhân và cam kết hợp tác của nhóm;
- Dễ dàng tiếp cận với các chương trình hỗ trợ của các tổ chức phát triển hay của các cơ quan chính phủ.

? Khi làm việc cùng nhau sẽ có nhược điểm gì?

- Thiếu sự phối hợp và cam kết giữa các thành viên;
- Thiếu năng lực do truyền thông kém, yếu kém trong tổ chức, hạn chế về nhân lực, cơ sở hạ tầng và nguồn lực tài chính;
- Mất khả năng kiểm soát đối với mạng lưới;
- Có sự can thiệp từ bên ngoài đối với hoạt động, chức năng và nhiệm vụ của mạng lưới;
- Một số người trong nhóm có thể lợi dụng nhóm cho mục đích cá nhân.

Làm thế nào để hình thành một mạng lưới hoặc một nhóm kinh doanh?

- Kêu gọi sự chú ý của mọi người
- Xác định các thành viên của mạng lưới hoặc nhóm kinh doanh
- Tổ chức cuộc họp đầu tiên
- Xác định các mục tiêu chung
- Quyết định hoạt động chung
- Quyết định quy tắc hoạt động
- Quyết định những người lãnh đạo của mạng lưới hoặc nhóm
- Kế hoạch hoạt động

Bài 29: Các tổ chức và dịch vụ hỗ trợ doanh nhân nữ

? Những tổ chức hoặc chương trình nào hỗ trợ cho phụ nữ làm kinh doanh?

- Để phục vụ cho công việc kinh doanh, bạn cần tìm hiểu xem liệu có tổ chức hoặc chương trình nào có thể hỗ trợ cho mình không. Có thể là:
 - Hiệp hội kinh doanh (Hiệp hội doanh nghiệp nữ, Hiệp hội doanh nghiệp nhỏ và vừa, Hội đồng doanh nhân nữ...)
 - Các cơ quan Chính phủ (Sở Kế hoạch- đầu tư, Sở Công Thương, Sở Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn, Sở Lao động- Thương binh và Xã hội, các chương trình về giảm nghèo, tạo việc làm,...)
 - Các tổ chức đoàn thể như Hội liên hiệp phụ nữ, Hội Nông dân,...
 - Các tổ chức tài chính, tín dụng
 - Nhà sản xuất
 - Các nhà cung cấp dịch vụ phát triển kinh doanh (Nhà nước và Tư nhân)

? Làm thế nào để tiếp cận được các tổ chức và chương trình này?

- Bạn có thể thực hiện các bước sau:
 - Trước hết, hãy tiếp cận với tổ chức hoặc những người mà bạn đã có sẵn mối quan hệ
 - Đề nghị họ cung cấp thông tin về các hoạt động hỗ trợ cũng như những hoạt động của các tổ chức khác (nếu được)
 - Đề nghị họ giới thiệu bạn hoặc nhóm kinh doanh của bạn với một tổ chức cụ thể.
 - Bạn có thể làm như vậy với tư cách cá nhân hoặc là một mạng lưới kinh doanh hoặc nhóm kinh doanh.

Bài 31: Lập kế hoạch hành động cho công việc kinh doanh

Tên doanh nghiệp:

Ngày:

Mục tiêu kinh doanh và ưu tiên của bạn là gì trong 3 tháng tới:

Các hoạt động cụ thể cho công việc kinh doanh:

hoạt động 1

hoạt động 2

hoạt động 3

Đối với từng hoạt động, có thể có cơ hội (+) hoặc khó khăn (-)

Lưu ý tất cả chúng cho mỗi hoạt động:

Hoạt động 1: cơ hội (+) Khó khăn (-)

Hoạt động 2: cơ hội (+) Khó khăn (-)

Hoạt động 3: cơ hội (+) Khó khăn (-)

Cần phải làm gì? để tận dụng các cơ hội và giải quyết các khó khăn?

Hãy viết ra những ý tưởng và nguồn lực cần thiết để giải quyết khó khăn và tận dụng được cơ hội:

Các ưu tiên: Những hành động cần được thực hiện tiếp theo để thực hiện các hoạt động đã đề cập ở trên, và do ai làm và làm khi nào?

Ghi lại hoạt động theo cấp độ quan trọng:

Ai chịu trách nhiệm?

Cùng với ai?

Khi nào?

Hoạt động 1:

Hoạt động 2:

Hoạt động 3:

Hỗ trợ tài chính cho việc chỉnh sửa và
xuất bản Bộ tài liệu tập huấn:
"Giới và Kinh doanh (GET AHEAD)"



Các cơ quan hợp tác:

Chương trình Hợp tác Phát triển của Chính phủ Ireland với Tổ chức Lao động Quốc tế.
Cơ quan Hợp tác Phát triển Tây Ban Nha (AECID)

Truy cập ấn phẩm trên mạng:

Trang web: www.ilo.org/asia/library/pub4.htm

Để biết thêm thông tin về ấn phẩm này, xin 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

Email: hanoi@ilo.org;