

**BỘ KẾ HOẠCH VÀ ĐẦU TƯ
CỤC PHÁT TRIỂN DOANH NGHIỆP**

Chuyên đề
QUẢN TRỊ TÀI CHÍNH TRONG KHỞI SỰ DOANH NGHIỆP
**(Tài liệu dành cho đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực
cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa)**

Biên soạn: Thạc sĩ Lương Thu Hà

HÀ NỘI - 2012

MỤC LỤC

DANH MỤC BẢNG BIỂU

LỜI TÁC GIẢ.....Error! Bookmark not defined.

Chương 1: CON ĐƯỜNG KHỞI NGHIỆP VÀ CÁC VẤN ĐỀ TÀI CHÍNH

LIÊN QUAN.....2

1. XÂY DỰNG MỘT DOANH NGHIỆP MỚI..... 2

1.1. Ý tưởng kinh doanh và kế hoạch kinh doanh 2

1.1.1. Ý tưởng kinh doanh 2

1.1.2. Kế hoạch kinh doanh 4

1.2. Kế hoạch tài chính (Trong kế hoạch kinh doanh) 8

1.2.1. Dự báo lỗ lãi hàng tháng..... 8

1.2.2. Bảng cân đối kế toán dự báo..... 9

1.2.3. Dự báo dòng tiền mặt theo tháng..... 9

1.2.4. Phân tích tỷ lệ tài chính 10

1.2.5. Sự ảnh hưởng của các rủi ro chính lên các chỉ số tài chính..... 10

2. MUA LẠI DOANH NGHIỆP 11

2.1. Tại sao nên mua một doanh nghiệp đang hoạt động 11

2.2. Vấn đề định giá doanh nghiệp trong mua bán doanh nghiệp 12

3. KHỞI NGHIỆP BẰNG CÁCH NHẬN NHƯỢNG QUYỀN THƯƠNG MẠI 12

3.1. Hình thức kinh doanh nhượng quyền thương mại..... 12

3.1.1. Hình thức kinh doanh nhượng quyền thương mại trên thế giới và Việt Nam.. 13

3.1.2. Một số yếu tố ảnh hưởng đến kinh doanh nhượng quyền thương mại..... 13

3.1.3. Ưu nhược điểm của nhượng quyền thương mại 14

3.2. Khởi nghiệp bằng cách nhận nhượng quyền thương mại 16

3.2.1. Trước khi nhận nhượng quyền 16

3.2.2. Ưu nhược điểm của nhận nhượng quyền kinh doanh..... 17

3.2.3. Các bước nhận nhượng quyền kinh doanh 19

3.3. Những vấn đề tài chính quan trọng khi nhận nhượng quyền 21

3.4. Một số lầm tưởng về nhượng quyền thương mại 23

Chương 2: CẤP VỐN CHO HOẠT ĐỘNG VÀ PHÁT TRIỂN DOANH

NGHIỆP..... 28

1. CẤP VỐN KHỞI NGHIỆP 28

1.1. Tầm quan trọng của việc huy động vốn cho khởi nghiệp 28

1.2. Các hình thức cấp vốn cho khởi nghiệp 29

2.	NGUỒN TÀI CHÍNH CÁ NHÂN	30
2.1.	Tiền của các thành viên sáng lập	30
2.2.	Huy động từ gia đình, bạn bè, người thân	30
2.3.	Huy động bằng cách tự xoay sở.....	31
3.	VAY NỢ TỪ CÁC TỔ CHỨC TÍN DỤNG	31
3.2.	Xác định nguồn vốn vay phù hợp	32
3.2.1.	Vay vốn từ ngân hàng thương mại	33
3.2.2.	Các khoản vay được bảo lãnh.....	35
3.3.	Chuẩn bị hồ sơ vay vốn	37
4.	VỐN TỪ QUỸ ĐẦU TƯ MẠO HIỂM	38
4.1.	Hoạt động của các quỹ đầu tư mạo hiểm	38
4.2.	Một số vấn đề cần lưu ý khi tiếp cận vốn từ các quỹ đầu tư mạo hiểm	39
4.3.	Đầu tư mạo hiểm từ doanh nghiệp.....	41
5.	MỘT SỐ HÌNH THỨC HUY ĐỘNG VỐN SÁNG TẠO KHÁC	41
5.1.	Thuê tài chính	41
5.2.	Các hình thức tài trợ khác	42
5.2.1.	Tín dụng từ người bán	42
5.2.2.	Bán hàng trả trước	42
5.2.3.	Đối tác chiến lược trong khởi nghiệp	43
5.2.4.	Tín dụng vi mô.....	44
6.	CÁC HÌNH THỨC CẤP VỐN PHÁT TRIỂN DOANH NGHIỆP	45
6.1.	Phát hành cổ phiếu lần đầu ra công chúng	45
6.2.	Liên minh chiến lược trong phát triển doanh nghiệp	46
Chương 3: GIỚI THIỆU CÁC VẤN ĐỀ CHUNG VỀ QUẢN TRỊ TÀI CHÍNH		
TRONG DOANH NGHIỆP KHỞI NGHIỆP		
1.	GIỚI THIỆU VỀ QUẢN TRỊ TÀI CHÍNH.....	50
1.1.	Mục tiêu của quản trị tài chính	51
1.2.	Quy trình quản trị tài chính	52
2.	BÁO CÁO TÀI CHÍNH	53
2.1.	Tầm quan trọng của báo cáo tài chính	53
2.2.	Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh	53
2.3.	Bảng cân đối kế toán	55
2.4.	Báo cáo lưu chuyển tiền tệ	56
2.5.	Phân tích các chỉ số tài chính.....	57
3.	BÁO CÁO TÀI CHÍNH DỰ TOÁN	58
3.1.	Tầm quan trọng của báo cáo tài chính dự toán	58

3.2.	Dự báo doanh thu – chi phí.....	59
3.3.	Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh dự toán	63
3.4.	Bảng cân đối kế toán dự toán	64
3.5.	Báo cáo lưu chuyển tiền tệ dự toán	65
3.6.	Phân tích các chỉ số tài chính dự toán	66
Chương 4: DOANH THU, CHI PHÍ VÀ LỢI NHUẬN CỦA DOANH NGHIỆP .		69
1.	CHI PHÍ CỦA DOANH NGHIỆP	69
1.1.	Chi phí sản xuất và chi phí tiêu thụ sản phẩm	69
1.1.1.	Chi phí sản xuất	69
1.1.2.	Chi phí tiêu thụ	71
1.1.3.	Giá thành sản phẩm	72
1.2.	Chi phí hoạt động tài chính và chi phí hoạt động bất thường của doanh nghiệp.....	74
2.	DOANH THU TIÊU THỤ SẢN PHẨM.....	74
2.1.	Vấn đề tiêu thụ sản phẩm và doanh thu tiêu thụ sản phẩm của doanh nghiệp.....	74
2.2.	Doanh thu của doanh nghiệp.....	75
3.	LỢI NHUẬN CỦA DOANH NGHIỆP.....	76
3.1.	Khái niệm lợi nhuận của doanh nghiệp.....	76
3.1.1.	Lợi nhuận trước thuế của doanh nghiệp	76
3.1.2.	Lợi nhuận sau thuế của doanh nghiệp	77
3.2.	Phân phối lợi nhuận trong doanh nghiệp.....	78
4.	MỘT SỐ LOẠI THUẾ, PHÍ ĐỐI VỚI DOANH NGHIỆP.....	79
4.1.	Thuế giá trị gia tăng	79
4.1.1.	Đối tượng chịu thuế giá trị gia tăng.....	79
4.1.2.	Thuế suất thuế giá trị gia tăng	79
4.1.3.	Phương pháp tính thuế giá trị gia tăng.....	80
4.1.4.	Miễn giảm thuế giá trị gia tăng.....	81
4.2.	Thuế tiêu thụ đặc biệt.....	81
4.3.	Thuế thu nhập doanh nghiệp.....	82
4.3.1.	Đối tượng nộp thuế thu nhập doanh nghiệp	82
4.3.2.	Thu nhập chịu thuế	83
4.3.3.	Phương pháp tính thuế.....	83
4.3.4.	Các trường hợp ưu đãi, miễn giảm thuế	84
4.4.	Thuế xuất – nhập khẩu	84
4.4.1.	Đối tượng chịu thuế và đối tượng nộp thuế.....	85
4.4.2.	Phương pháp tính thuế xuất – nhập khẩu	85

4.4.3.	Miễn giảm thuế xuất – nhập khẩu	86
4.5.	Một số loại thuế và phí khác	86
4.5.1.	Thuế môn bài	86
4.5.2.	Lệ phí trước bạ.....	88
4.5.3.	Bảo hiểm y tế, bảo hiểm xã hội, bảo hiểm thất nghiệp	89
Chương 5: RA CÁC QUYẾT ĐỊNH TÀI CHÍNH TRONG DOANH NGHIỆP ..		92
1.	CÁC CHỈ SỐ TÀI CHÍNH TRỢ GIÚP VIỆC RA QUYẾT ĐỊNH.....	92
1.1.	Khả năng thanh toán.....	92
1.2.	Khả năng cân đối vốn và khả năng trả nợ	93
1.2.1.	Các tỷ số về khả năng cân đối vốn	93
1.2.2.	Hệ số nguy cơ phá sản (Z-Score)	93
1.3.	Khả năng hoạt động	94
1.4.	Khả năng sinh lời trên vốn đầu tư	95
1.4.1.	Tỷ suất sinh lời trên tài sản (ROA - Return On Assets)	95
1.4.2.	Tỷ suất sinh lời trên vốn chủ sở hữu (ROE – Return On Equity)	96
1.4.3.	Tỷ suất sinh lời trên vốn hoạt động và trên vốn dài hạn	96
2.	DỰ ÁN ĐẦU TƯ VÀ THẨM ĐỊNH DỰ ÁN ĐẦU TƯ.....	96
2.1.	Hoạt động đầu tư và dự án đầu tư	96
2.1.1.	Quan niệm về đầu tư và dự án đầu tư	96
2.1.2.	Giá trị thời gian của tiền	97
2.2.	Các chỉ tiêu phân tích tài chính sự án đầu tư	98
2.2.1.	Chỉ tiêu Giá trị hiện tại ròng (NPV)	98
2.2.2.	Chỉ tiêu Tỷ lệ hoàn vốn nội bộ (IRR).....	99
2.2.3.	Chỉ tiêu thời gian hoàn vốn	100
3.	NHỮNG VẤN ĐỀ LIÊN QUAN ĐẾN XÁC ĐỊNH GIÁ TRỊ DOANH NGHIỆP	101
3.1.	Xác định giá trị doanh nghiệp	101
3.2.	Quy trình xác định giá trị doanh nghiệp	102
3.3.	Các phương pháp xác định giá trị doanh nghiệp	102
3.3.1.	Phương pháp giá trị tài sản	102
3.3.2.	Phương pháp hệ số giá/thu nhập (P/E)	104
3.3.3.	Phương pháp định giá theo giá trị sổ sách.....	104
3.3.4.	Xác định giá trị doanh nghiệp theo phương pháp dòng tiền chiết khấu (DCF).....	104
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO		107

DANH MỤC BẢNG BIỂU, SƠ ĐỒ

Bảng 1.1:	Chi phí làm đại lý nhượng quyền của một số công ty.....	22
Bảng 2.1:	Thông tin cơ bản về các Quỹ đầu tư mạo hiểm đang hoạt động tại Việt Nam.....	40
Bảng 3.1:	Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty giai đoạn N – N+4.....	54
Bảng 3.2:	Phân tích các chỉ số tài chính của Công ty giai đoạn N – N+4.....	58
Bảng 3.3:	Căn cứ được sử dụng để chuẩn bị báo cáo tài chính dự toán của công ty.....	62
Bảng 3.4:	Báo cáo kết quả kinh doanh dự toán của Công ty ... giai đoạn N – N+4.....	64
Bảng 3.5:	Bảng cân đối kế toán dự toán của Công ty giai đoạn N – N+4.....	65
Bảng 3.6:	Báo cáo lưu chuyển tiền tệ dự toán của Công ty ... giai đoạn N – N+4.....	66
Bảng 3.7:	Phân tích các chỉ số tài chính trong báo cáo tài chính quá khứ và dự toán của Công ty ... giai đoạn N – N+4.....	67
Bảng 4.1:	Danh mục hàng hóa và thuế suất thuế tiêu thụ đặc biệt.....	81
Bảng 4.2:	Các bậc thuế môn bài đối với doanh nghiệp và mức thuế đóng hàng năm.....	84
Bảng 4.3:	Các bậc thuế môn bài đối với hộ kinh doanh cá thể và mức thuế đóng hàng năm	87
Bảng 5.1:	Luồng tiền và thời gian hoàn vốn của dự án	100

Chương 1: CON ĐƯỜNG KHỞI NGHIỆP VÀ CÁC VẤN ĐỀ

TÀI CHÍNH LIÊN QUAN

Mục tiêu của chương:

Học xong chương này, học viên có thể:

- *Nắm được những nội dung cơ bản về ba con đường cơ bản để khởi sự kinh doanh bao gồm: thành lập một doanh nghiệp mới, mua lại một doanh nghiệp đang hoạt động và nhận nhượng quyền thương mại với các vấn đề tài chính khác nhau;*

- *Nắm được những nội dung cơ bản về ý tưởng kinh doanh, kế hoạch kinh doanh và xem xét phần kế hoạch tài chính trong kế hoạch kinh doanh để kêu gọi góp vốn hay thuyết phục đầu tư;*

- *Nắm được những nội dung cơ bản về những ưu điểm và hạn chế của con đường khởi nghiệp bằng cách mua lại một doanh nghiệp đang hoạt động, vấn đề định giá trong mua bán doanh nghiệp.;*

- *Nắm được những ưu điểm và hạn chế của con đường khởi nghiệp bằng cách nhận nhượng quyền thương mại.*

1. XÂY DỰNG MỘT DOANH NGHIỆP MỚI

1.1. Ý tưởng kinh doanh và kế hoạch kinh doanh

1.1.1. Ý tưởng kinh doanh

Ý tưởng kinh doanh và ý tưởng kinh doanh tốt là một sự khởi đầu cần thiết để đảm bảo sự thành công cho hoạt động kinh doanh của một doanh nghiệp mới khởi nghiệp. Mỗi doanh nhân khi bắt đầu khởi nghiệp có thể có hàng trăm ý tưởng kinh doanh nhưng cũng có thể họ chỉ chỉ nung nấu một ý tưởng và quyết tâm theo đuổi ý tưởng đó đến cùng. Vậy thế nào là một ý tưởng kinh doanh tốt? Hay nói một cách khác, ý tưởng kinh doanh tốt phải dựa trên những nền tảng nào?

Thứ nhất, ý tưởng kinh doanh cần phải hình thành trên cơ sở **nghiên cứu thị trường một cách kỹ lưỡng**, hiểu biết về những sản phẩm/dịch vụ hiện có. Đây chính là khâu đầu tiên trong quá trình đưa một sản phẩm/dịch vụ mới ra thị trường.

Nghiên cứu thị trường là quá trình thu thập, lưu giữ và phân tích thông tin về khách hàng, đối thủ cạnh tranh và thị trường một cách có hệ thống. Đây là bước vô cùng quan trọng, nếu được làm tốt nó sẽ cung cấp những thông tin cần thiết giúp nhà kinh doanh đưa ra các chiến lược phù hợp và mang lại hiệu quả cao; ngược lại, nếu làm không tốt, nó sẽ cung cấp những thông tin sai lệch, không phản ánh đúng tình hình thực tế thị trường, từ đó có thể dẫn đến các quyết định sai lầm trong kinh doanh.

Đối với một doanh nghiệp đang trong quá trình khởi sự, việc nghiên cứu thị

trường giúp doanh nghiệp có sự hiểu biết cần thiết về một thị trường cụ thể với cả 5 yếu tố cấu thành như: sản phẩm – dịch vụ, cung, cầu, giá cả, phương thức cung ứng và thanh toán. Trong đó, sự hiểu biết về sản phẩm – dịch vụ và giá cả là điều kiện giúp doanh nghiệp tìm được những khoảng trống trên thị trường để cung cấp sản phẩm – dịch vụ của mình với sự khác biệt hóa cần thiết. Sự hiểu biết về tương quan cung cầu giúp doanh nghiệp quyết định quy mô doanh nghiệp và năng lực sản xuất. Và cuối cùng, sự khác biệt trong phương thức cung ứng và thanh toán sẽ tạo ra lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp.

Thứ hai, phải có **sự đam mê đối với sản phẩm/dịch vụ, lĩnh vực kinh doanh**, công việc mà mình theo đuổi. Công việc kinh doanh vốn đã có nhiều khó khăn và thách thức, việc khởi sự kinh doanh còn vất vả và rủi ro hơn nhiều. Do đó nếu không có niềm đam mê thật sự thì doanh nhân khó có thể vượt qua những khó khăn trong giai đoạn khởi nghiệp đầu tiên. Niềm đam mê và yêu thích đồng thời cũng khiến cho người khởi nghiệp suy nghĩ về cách để cải thiện và làm lớn mạnh doanh nghiệp của mình cũng như có khả năng thuyết phục tất cả mọi người, ở bất cứ nơi đâu. Niềm đam mê đó cũng là chất keo gắn kết những người cùng chung chí hướng, cùng đóng góp cho sự tồn tại và thành công của doanh nghiệp.

Thứ ba, **hiểu rõ các đối tượng có liên quan trong cùng ngành kinh doanh**, hay còn gọi là các đối tượng hữu quan, trong đó chú trọng việc hiểu biết đối thủ cạnh tranh, khách hàng và nhà cung cấp.

Về đối thủ cạnh tranh: cần tập trung nghiên cứu các đối thủ cạnh tranh trong cùng một nhóm chiến lược, là những đối thủ cạnh tranh trong cùng khu vực địa lý, cùng nhắm đến một thị trường mục tiêu, cùng cơ cấu sản phẩm, cùng giá bán, cùng cách thức tiếp cận thị trường và phân phối sản phẩm.... để hiểu cách thức họ hoạt động và cách họ phản ứng khi đối mặt với nguy cơ gia nhập mới.

Đối với nhà cung cấp: họ là những người cung cấp yếu tố đầu vào cho doanh nghiệp. Nếu sự khác biệt trong sản phẩm – dịch vụ của doanh nghiệp lại phụ thuộc vào một hoặc một số nhà cung cấp thì cần phân tích và cân nhắc thật kỹ lưỡng khả năng doanh nghiệp có thể tiếp cận hoặc kiểm soát hoạt động của nhà cung cấp đó. Chẳng hạn, một trong các yếu tố đầu vào là sản phẩm sản xuất thủ công thì phải lường trước được vấn đề chất lượng khó ổn định và sản lượng bị giới hạn. Hay đối với ý tưởng bán các thực phẩm tươi sống trên mạng và giao hàng tận nhà, tuy điều quan trọng nhất là chất lượng sản phẩm và sự tiện lợi cho khách hàng nhưng điều đó cũng lại phụ thuộc rất lớn vào dịch vụ vận chuyển.

Đối với khách hàng: cần xác định các nhóm khách hàng tiềm năng của doanh

nghiệp. Qua đó xác định được các nhân tố có liên quan như khả năng tài chính, độ tuổi, yêu cầu đối với sản phẩm, mức giá sẵn sàng chi trả... Trong đó điều quan trọng nhất là xác định được khả năng chi trả của khách hàng. Đây là cơ sở cho các tính toán về doanh thu và lợi nhuận, sẽ được trình bày trong Chương 2.

Thứ tư, doanh nhân trước khi khởi nghiệp cần phải có **kiến thức nhất định về tài chính**. Kiến thức này giúp cho họ đánh giá được tính khả thi về mặt tài chính của dự án, có khả năng tính toán và huy động được số vốn cần thiết cho hoạt động của doanh nghiệp trong thời gian đầu. Rất nhiều doanh nhân bước vào thế giới kinh doanh với những ý tưởng tuyệt vời nhưng lại rất kém hiểu biết về nguồn vốn được sử dụng để đưa việc kinh doanh tiến triển. Hầu hết những doanh nhân này sẽ thử nghiệm sản phẩm hoặc dịch vụ và hiểu những gì làm nên sản phẩm hoặc cung cấp dịch vụ nhưng họ không thật sự hiểu lượng và nguồn vốn đầu tư cần thiết cũng như việc quản lý những khía cạnh khác của một công ty.

Thứ năm, ý tưởng kinh doanh nên được xem xét và lựa chọn trên cơ sở **năng lực cá nhân của doanh nhân sáng lập**. Ngoài khả năng huy động các nguồn lực tài chính như đã trình bày ở trên, doanh nhân sáng lập còn cần có khả năng về chuyên môn và quản lý để đảm bảo cho hoạt động kinh doanh vận hành một cách suôn sẻ, ít nhất là trong giai đoạn đầu. Thực tế, những sản phẩm mới thường đòi hỏi sự khác biệt và ưu việt hơn những sản phẩm cùng loại trên thị trường do đó những yêu cầu về chuyên môn, kỹ thuật thường cũng đòi hỏi cao hơn. Doanh nhân không nhất thiết phải là người am hiểu rất sâu về kỹ thuật nhưng nếu có được sự am hiểu này sẽ rất tốt để chủ động trong kinh doanh và tiết kiệm chi phí. Thường thì doanh nhân khi mới khởi nghiệp sẽ lựa chọn lĩnh vực kinh doanh mà mình có hiểu biết tương đối sâu sắc hoặc đã có kinh nghiệm kinh doanh trong thực tế. Về khả năng quản lý: đây có lẽ là khả năng không thể thiếu đối với bất kỳ doanh nhân nào. Sự thành bại khi mới khởi sự hay những thành công lớn hơn trong tương lai đều có mối quan hệ chặt chẽ với khả năng quản lý của chính doanh nhân đó. Đối với một doanh nghiệp mới khởi sự, năng lực quản lý tốt thể hiện qua khả năng thiết lập một bộ máy tổ chức tinh giản, hiệu quả; khả năng tìm kiếm và giữ chân những nhân sự chủ chốt; khả năng định hướng và tạo động lực cho nhân viên...

1.1.2. Kế hoạch kinh doanh

Xây dựng bản kế hoạch kinh doanh là một khâu rất quan trọng trong quá trình khởi nghiệp, đồng thời bản kế hoạch kinh doanh cũng là một công cụ quan trọng giúp doanh nhân giám sát quy trình và theo dõi sự tăng trưởng trong kinh doanh. Cụ thể một bản kế hoạch kinh doanh tốt sẽ giúp doanh nhân:

- Thu hút các nhà đầu tư;
- Xác định tính khả thi của ý tưởng kinh doanh;
- Hình dung tốt về thị trường và sản phẩm;
- Hình dung về cách thức tổ chức bộ máy và điều hành các lĩnh vực kinh doanh;
- Xác định nhu cầu tài chính và cách thức quản lý an toàn các nguồn vốn;
- Thu hút nguồn nhân lực tâm huyết và có chất lượng;
- Giám sát hoạt động kinh doanh và chủ động trước các tình huống bất ngờ.

Có rất nhiều cách viết bản kế hoạch kinh doanh, cũng như tùy từng mục đích mà các nội dung khác nhau sẽ được nhấn mạnh. Tuy nhiên một bản kế hoạch kinh doanh sẽ cần có các nội dung sau đây.

1.1.2.1. Phần tóm tắt dự án

Phần tóm tắt dự án (Executive Summary) là một trong những phần quan trọng nhất của một bản kế hoạch kinh doanh. Thông thường, phần tóm tắt dự án không dài quá hai trang chứa đựng những điểm chất lọc, chủ yếu nhất của tất cả các phần còn lại của dự án. Đây sẽ là nội dung được đọc và phân tích đầu tiên với người thẩm định, đồng thời cũng là chủ đầu tư trong tương lai. Vì vậy nếu phần tóm tắt dự án được trình bày rõ ràng và thuyết phục thì sẽ gây ấn tượng trong hàng loạt các dự án khác cũng được nhà đầu tư xem xét và sẽ lôi cuốn người đọc các phần tiếp theo.

Do tầm quan trọng và tính tổng quát, phần này nên được viết cuối cùng nhằm giúp người viết dễ nắm bắt và trình bày những điểm trọng yếu của một vấn đề mình đã am hiểu sâu sắc.

Phần tóm tắt cần có ba nội dung:

Mục tiêu (Objective)

Nêu ra những mục tiêu tài chính và phi tài chính mà dự án nhắm đến như doanh thu, lợi nhuận, tỷ suất lợi nhuận, hiệu quả sử dụng vốn, hiệu quả sản xuất...

Sứ mệnh (Mission)

Hình ảnh mà công ty muốn tạo ra đối với khách hàng, những giá trị mà sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp sẽ mang lại cho khách hàng những cam kết mà doanh nghiệp sẽ thực hiện.

Nhân tố quyết định thành công (Keys to Success)

Những khác biệt mà doanh nghiệp sẽ đem lại so với các đối thủ cạnh tranh, những yếu tố đảm bảo mục tiêu đưa ra sẽ đạt được.

1.1.2.2. Trình bày ý tưởng kinh doanh

Trình bày tóm lược những điểm chính về ý tưởng kinh doanh:

- Nguồn gốc hình thành ý tưởng;
- Cơ sở thực hiện ý tưởng;
- Sự độc đáo, mới lạ của ý tưởng so với các sản phẩm dịch vụ hiện có trên thị trường;
- Sơ lược về tính khả thi của ý tưởng kinh doanh;
- ...

1.1.2.3. Phân tích nhu cầu thị trường

Phần này đòi hỏi phải phân tích được các nội dung sau:

- Quy mô thị trường hiện tại và xu hướng phát triển thị trường trong tương lai;
- Các phân khúc thị trường;
- Các đối thủ cạnh tranh hiện tại;
- Các nhà cung cấp và phân phối;
- Xác định thị trường mục tiêu, khách hàng mục tiêu;
- ...

1.1.2.4. Mô tả sản phẩm / dịch vụ

- Mô tả sản phẩm: (đặc tính, lợi ích, thành phần ...);
- So sánh với các sản phẩm dịch vụ hiện có trên thị trường;
- Mô tả dịch vụ khách hàng kèm theo
- Chỉ ra tính khác biệt, nổi trội (khả năng cạnh tranh) của sản phẩm, dịch vụ mới, hoặc của dịch vụ khách hàng;
- ...

1.1.2.5. Hoạt động marketing

Cần nêu rõ chiến lược sẽ sử dụng để khách hàng biết đến và sử dụng sản phẩm của doanh nghiệp. Phần này sẽ giúp nhà đầu tư tin tưởng vào một kế hoạch khả thi và giúp doanh nghiệp định hướng rõ ràng trong việc bán các sản phẩm dịch vụ của mình.

Phương thức bán hàng: các kênh phân phối dự kiến và cách tiếp cận các kênh phân phối này. Dự định bán hàng trực tiếp hay thông qua các đại lý, nhà phân phối, môi giới ...

Quảng cáo: Phương tiện quảng cáo dự định sử dụng (báo, tạp chí, đài phát thanh, truyền hình, internet, tờ rơi, quảng cáo ngoài trời, triển lãm) chi phí dự kiến; hiệu quả

dự kiến; tài liệu bán hàng

Khuyến mại: các chương trình khuyến mại (thời gian, chi phí, hình thức cụ thể...)

1.1.2.6. Công nghệ và tổ chức sản xuất

- Xác định các trang thiết bị, máy móc cần thiết để tổ chức sản xuất và dự tính chi phí;
- Việc tổ chức sản xuất, kinh doanh nên bắt đầu xây dựng từ quy mô vừa phải và trang thiết bị tối thiểu.
- Xác định thời gian sử dụng thiết bị để tính toán khấu hao hợp lý.

1.1.2.7. Tổ chức bộ máy

- Xác định hình thức pháp lý cho doanh nghiệp;
- Xác định cơ cấu tổ chức sản xuất và cơ cấu tổ chức quản trị;
- Cơ cấu và yêu cầu đối với các thành viên nắm các vị trí quan trọng trong doanh nghiệp, có phương án cụ thể càng tốt;
- Xác định kế hoạch tuyển dụng và sử dụng nhân sự;
- Xây dựng chính sách nhân sự cho doanh nghiệp, trách nhiệm, quyền, lợi ích của cán bộ công nhân viên...

1.1.2.8. Tài chính

- Đưa ra những giả định quan trọng làm cơ sở cho các nội dung phân tích tài chính sau này: số lượng khách hàng, doanh thu...
- Phân tích dòng tiền ra, vào (1 – 3 năm);
- Bảng cân đối kế toán, báo cáo kết quả kinh doanh;
- Phân tích điểm hòa vốn, lãi – lỗ dự kiến;
- Dự kiến một số yếu tố thay đổi có thể làm thay đổi các chỉ số tài chính (biến động giá nguyên vật liệu, số lượng khách hàng thực tế, chi phí phát sinh ...).

1.1.2.9. Rủi ro

Lường trước một số rủi ro có thể xảy ra và đề xuất phương án hạn chế thiệt hại.

1.1.2.10. Phụ lục

Đưa vào đây tất cả những nội dung mà bạn cho là cần thiết nhưng không thể trình bày trong phần đề án. Ví dụ:

- Thông tin kinh tế xã hội quan trọng, có liên quan đến dự án;

- Mẫu phiếu điều tra, tóm tắt kết quả điều tra thị trường;
- Thông tin về đối thủ cạnh tranh;
- Phương án công nghệ cụ thể (về mặt kỹ thuật ...);
- ...

1.2. Kế hoạch tài chính (Trong kế hoạch kinh doanh)

Kế hoạch tài chính là một phần rất quan trọng của một bản kế hoạch kinh doanh. Nội dung này sẽ giúp nhà thẩm định hoặc nhà đầu tư tương lai khẳng định lại tính khả thi của dự án.

Những doanh nghiệp mới khởi nghiệp thường sẽ xây dựng sẽ đưa ra báo cáo tài chính dự toán, nhưng những doanh nghiệp đang tồn tại có hoạt động quản trị tốt cũng duy trì những báo cáo này như là một phần trong việc lên kế hoạch tài chính và hỗ trợ cho việc chuẩn bị ngân sách. Việc chuẩn bị các báo cáo tài chính này cũng giúp cho doanh nghiệp xem xét lại chiến lược và có thể điều chỉnh nếu cần thiết.

Phần tài chính trong bản kế hoạch kinh doanh bao gồm các nội dung sau:

1.2.1. Dự báo lỗ lãi hàng tháng

Phần dự báo lãi – lỗ hàng tháng được tính toán căn cứ vào những giả định quan trọng về số lượng khách hàng hay số lượng hàng hóa bán ra theo từng tháng. Các khoản thu nhập hay chi phí được ghi cho tháng là các hoạt động thực sự phát sinh trong tháng, do đó có thể có sự sai lệch về thời điểm ghi sổ và thời điểm mà doanh nghiệp thật sự thanh toán hay thu tiền về.

Nhìn chung, đối với doanh thu, giao dịch được ghi nhận trong tháng mà doanh nghiệp gửi hóa đơn tới khách hàng, coi như hàng hóa đã được bán. Đối với chi phí, giao dịch được ghi nhận trong tháng mà doanh nghiệp nhận được hóa đơn từ người bán. Trong đó, chi phí kinh doanh là khoản tiền mà doanh nghiệp phải bỏ ra để mua các loại hàng hóa, dịch vụ cần thiết cho quá trình sản xuất, kinh doanh. Tuy nhiên, chi phí và hạch toán chi phí kinh doanh trong một doanh nghiệp hoạt động ổn định và trong một doanh nghiệp khởi sự có nhiều điểm giống và khác nhau.

Dự báo doanh thu: Dự báo doanh thu là kế hoạch cho doanh thu trong một thời kỳ nhất định (thường là một năm), mặc dù hầu hết các doanh nghiệp dự báo doanh thu từ 2 đến 5 năm trong tương lai. Dự báo đầu tiên được phát triển ra và là cơ sở cho hầu hết các dự báo khác. Một dự báo doanh thu của một doanh nghiệp đang hoạt động thì dựa trên (1) doanh thu trong quá khứ, (2) khả năng sản xuất hiện tại và cầu đối với sản phẩm/dịch vụ, và (3) bất kỳ nhân tố hoặc yếu tố nào ảnh hưởng tới năng lực sản xuất và cầu sản phẩm trong tương lai.

Dự báo chi phí: Trong một doanh nghiệp đã hoạt động trong một thời gian, chi phí kinh doanh thường khá ổn định về loại chi phí và về lượng. Trong một doanh nghiệp khởi sự, có nhiều khoản chi phí không thường xuyên, nhiều khoản phát sinh có thể gây khó khăn cho bất cứ doanh nhân nào không chuẩn bị tốt về tài chính. Liệt kê và tính toán trước các loại chi phí còn giúp doanh nhân trả lời được câu hỏi: cần bao nhiêu vốn để khởi nghiệp?

Các loại chi phí có thể được chia làm 2 nhóm chính: chi phí để thành lập doanh nghiệp và chi phí hoạt động thường xuyên.

Chi phí thành lập doanh nghiệp bao gồm tất cả các khoản chi phí cần thiết phải bỏ ra từ khi có ý tưởng kinh doanh cho đến khi doanh nghiệp hình thành và bắt đầu đi vào hoạt động. Các khoản chi phí này thường chỉ phát sinh một lần hoặc không thường xuyên. Ngoài những chi phí thông thường sẽ được trình bày trong phần Chương 4 – “Doanh thu, chi phí và lợi nhuận của doanh nghiệp”, dưới đây, thì trong giai đoạn đầu có thể còn có một số loại chi phí như sau: Chi phí nghiên cứu và phát triển nguyên mẫu sản phẩm; chi phí chuẩn bị bản kế hoạch kinh doanh; chi phí tư vấn: pháp lý, kỹ thuật, tài chính, marketing...; chi phí dịch vụ pháp lý; chi phí thiết kế Website...

Chi phí hoạt động thường xuyên là những chi phí phát sinh thường xuyên trong hoạt động sản xuất, kinh doanh. Những chi phí này được tính theo kỳ sản xuất (thường là theo tháng). Phần này sẽ được trình bày cụ thể trong Chương 4 – “Doanh thu, chi phí và lợi nhuận của doanh nghiệp” dưới đây.

1.2.2. Bảng cân đối kế toán dự báo

Nội dung tiếp theo trong phần kế hoạch tài chính chính là Bảng cân đối kế toán dự báo. Tài liệu này giúp cho doanh nhân và doanh nghiệp mới khởi sự biết được các hoạt động của mình sẽ ảnh hưởng như thế nào tới khả năng trả nợ ngắn hạn và tình hình tài chính của doanh nghiệp sẽ tiến triển như thế nào theo thời gian. Bảng này cũng trình bày ngắn gọn về số tiền các khoản phải thu, hàng tồn kho và trang thiết bị của công ty. Bảng cân đối kế toán dự báo cũng được dùng để dự toán tổng quan tình hình tài chính của công ty. Ví dụ, một công ty rất hào hứng đưa ra Bảng cân đối kế toán dự báo, dự báo rằng sẽ tăng trưởng nhanh và có lợi nhuận. Tuy nhiên, điều này lại làm cho tỷ số nợ của công ty lên tới 75% (khá cao), và điều này có thể khiến các nhà đầu tư đi đến kết luận là có quá nhiều rủi ro khi tiếp tục đầu tư vào doanh nghiệp.

1.2.3. Dự báo dòng tiền mặt theo tháng

Dự báo dòng tiền mặt theo tháng thông qua việc dự báo và lập **Báo cáo lưu chuyển tiền tệ dự toán**. Báo cáo này trình bày về dự toán dòng tiền ra vào của công ty trong một thời kỳ cụ thể. Chức năng quan trọng nhất của báo cáo lưu chuyển tiền tệ dự

toán là dự toán được việc công ty có dòng tiền đáp ứng với nhu cầu hay không. Giống như báo cáo lưu chuyển tiền tệ trong quá khứ, báo cáo lưu chuyển tiền tệ dự toán được chia làm 3 nhóm chỉ tiêu: hoạt động sản xuất kinh doanh, hoạt động đầu tư và hoạt động tài chính. Luồng tiền từ hoạt động sản xuất kinh doanh được quan tâm nhất vì nó cho biết các khoản phải thu, khoản phải trả, hàng tồn kho của công ty có ảnh hưởng đến dòng tiền trong đầu tư và tài chính như thế nào. Nếu như một mục nào đó tăng lên với tỷ lệ lớn hơn nhiều tỷ lệ của doanh thu hàng năm, thì đó là một điều đáng báo động đỏ. Ví dụ, khoản phải thu tăng lên, là khoản tiền công ty cho khách hàng nợ, sẽ làm giảm số lượng tiền cho các hoạt động đầu tư và tài chính. Nếu như khoản phải thu vượt quá khả năng kiểm soát sẽ gây nguy hiểm cho khả năng cung tiền để phát triển cũng như khả năng trả nợ của công ty.

1.2.4. Phân tích tỷ lệ tài chính

Các tỷ số tài chính thông thường được dùng để đánh giá báo cáo tài chính trong quá khứ của một công ty, cũng có thể được dùng để đánh giá các báo cáo tài chính dự toán. Khi đã làm được điều này thì công ty có thể so sánh được hoạt động tài chính dự toán so với hoạt động trong quá khứ, các hoạt động theo dự toán có ảnh hưởng như thế nào tới dòng tiền cũng như tình hình tài chính chung của doanh nghiệp.

Tóm lại, doanh nghiệp hiểu được tình hình tài chính của mình tại mọi thời điểm là rất quan trọng; và dự toán tài chính của các doanh nghiệp mới khởi nghiệp dựa những số liệu đáng tin cậy. Mọi quan tâm hàng đầu không phải là việc doanh nghiệp thành công trong các lĩnh vực như thế nào mà phải thành công trong tài chính của mình để tồn tại lâu dài và bền vững.

1.2.5. Sự ảnh hưởng của các rủi ro chính lên các chỉ số tài chính

Trong bản kế hoạch kinh doanh cũng cần đề cập đến một số những nhân tố chính có thể ảnh hưởng đến tính khả thi và hiệu quả của kế hoạch kinh doanh đó. Các nhân tố ảnh hưởng có thể đến từ môi trường kinh doanh và môi trường nội bộ doanh nghiệp. Có một số nhân tố thường gặp như sau:

Rủi ro về sức mua của thị trường: Sức mua của thị trường là nhân tố quyết định khả năng tiêu thụ hàng hóa của doanh nghiệp và do đó, nó cũng quyết định dòng tiền vào doanh nghiệp. Tuy nhiên, sức mua của thị trường lại phụ thuộc rất nhiều yếu tố. Khi lạm phát, giá cả hàng hóa trên thị trường tăng cao, thu nhập của người lao động và các tầng lớp dân cư không tăng hoặc tăng chậm hơn chỉ số lạm phát và tất yếu dẫn đến sức mua giảm. Quan trọng hơn nữa, cơ cấu tiêu dùng cũng thay đổi. Phần lớn khả năng thanh toán tập trung cho những nhu cầu thiết yếu. Vì vậy, sẽ có không ít mặt hàng lượng tiêu thụ sẽ giảm đi đáng kể. Khi đó, rủi ro về sức mua của thị trường đã xảy ra. Nó thể hiện qua số

lượng hàng hóa tiêu thụ được giảm, giá bán không bù đắp được chi phí sản xuất, kinh doanh.

Rủi ro lãi suất tiền vay: Để phục vụ kinh doanh và đầu tư, các doanh nghiệp đều phải sử dụng vốn vay, trong đó các doanh nghiệp mới khởi nghiệp cũng tương tự. Do đó, lãi suất tiền vay - chi phí sử dụng vốn - trở thành bộ phận cấu thành quan trọng trong chi phí sản xuất kinh doanh và đầu tư của doanh nghiệp. Khi lập kế hoạch kinh doanh và dự án đầu tư, lãi suất tiền vay đã được dự tính. Song, có rất nhiều nhân tố nằm ngoài tầm kiểm soát của doanh nghiệp tác động đến lãi suất tiền vay. Thông thường khi lạm phát xảy ra, lãi suất tiền vay tăng đột biến. Do đó, những tính toán, dự kiến trong kế hoạch kinh doanh, đầu tư bị đảo lộn. Đây là một rủi ro lớn có thể xảy ra và ảnh hưởng lớn tới hoạt động kinh doanh. Lượng tiền vay càng lớn, tác động tiêu cực của rủi ro này càng nghiêm trọng và có thể dẫn đến tình trạng phá sản doanh nghiệp nếu nó tồn tại trong một thời kỳ dài.

Rủi ro về tỷ giá hối đoái: Là rủi ro xảy ra khi các giao dịch kinh tế được thực hiện bằng ngoại tệ và tỷ giá hối đoái biến động theo hướng làm cho đồng nội tệ bị mất giá. Với những doanh nghiệp sử dụng nhiều ngoại tệ, khi tỷ giá hối đoái tăng, số lỗ về tỷ giá có thể làm giảm đáng kể, thậm chí là triệt tiêu toàn bộ lợi nhuận thu được trong kinh doanh. Đây là rủi ro bất khả kháng của các doanh nghiệp, đặc biệt là đối với những doanh nghiệp mới khởi nghiệp đã tính toán rất chi tiết về rủi ro và lợi nhuận.

Ngoài ra cũng còn nhiều rủi ro trong nội bộ doanh nghiệp cần phải được lường trước để đảm bảo sự an toàn và hiệu quả của kế hoạch kinh doanh.

2. MUA LẠI DOANH NGHIỆP

2.1. Tại sao nên mua một doanh nghiệp đang hoạt động

Khi khởi sự một hoạt động kinh doanh, không nhất thiết phải thành lập một doanh nghiệp hoàn toàn mới. Các doanh nhân có thể lựa chọn mua lại một doanh nghiệp đang hoạt động trong lĩnh vực, ngành nghề mình quan tâm. So với việc thành lập một doanh nghiệp hoàn toàn mới, sự lựa chọn này đem lại một số lợi ích như:

Doanh nghiệp được mua lại đã **sẵn có những yếu tố cơ bản** nhất để vận hành. Các yếu tố này bao gồm các yếu tố bắt buộc theo luật định (đăng ký kinh doanh, tài khoản, con dấu, mã số thuế...), cơ cấu tổ chức sản xuất, cơ cấu tổ chức quản trị... Những yếu tố sẵn có này sẽ giảm bớt một khối lượng công việc chuẩn bị ban đầu đáng kể cho người chủ mới.

Được **thừa hưởng một số khách hàng sẵn có** của doanh nghiệp, do đó sẽ có ngay một doanh thu nhất định trong thời gian đầu. Ngoài các tài sản hữu hình, người chủ mới cũng được thừa hưởng lại các tài sản vô hình như mối quan hệ với các đối

tượng hữu quan khác như nhà phân phối, nhà cung cấp, cộng đồng địa phương...

Doanh nghiệp đang hoạt động có một **đội ngũ nhà quản trị** am hiểu lĩnh vực kinh doanh, thị trường tiêu thụ sản phẩm, các yếu tố nội bộ doanh nghiệp và một đội ngũ công nhân có tay nghề nhất định, điều này giúp người chủ mới có thể tiến hành hoạt động sản xuất kinh doanh ngay. Tuy nhiên, lực lượng này cũng có thể bị xáo trộn khi thay đổi chủ sở hữu doanh nghiệp.

Được **thừa hưởng kênh phân phối** của doanh nghiệp thay vì phải mất thời gian, công sức và một khoản tiền nhất định để thiết lập một kênh phân phối hoàn toàn mới.

Có thể **tiếp cận nguồn vốn vay dễ dàng hơn**.

Như vậy có thể thấy việc mua lại một doanh nghiệp đang hoạt động có nhiều thuận lợi hơn so với việc thành lập mới. Tuy vậy, việc khởi sự kinh doanh bằng cách mua lại doanh nghiệp đang hoạt động cũng không hề đơn giản. Trong đó việc khó khăn nhất chính là định giá và tái cấu trúc doanh nghiệp sau chuyển nhượng.

2.2. Vấn đề định giá doanh nghiệp trong mua bán doanh nghiệp

Định giá là vấn đề then chốt trong một thương vụ mua bán doanh nghiệp nhưng lại có biểu hiện bên ngoài rất ngắn gọn, bình dị. Trong cuốn “M&A căn bản – Các bước quan trọng trong quá trình mua bán doanh nghiệp và đầu tư”, Michael E.S.Frankel cho rằng: “Cũng giống như việc bóp cò súng hoặc mở nút chai, giá cả chỉ là chuyện nhỏ nhưng lại là vấn đề then chốt quyết định liệu các thương vụ có “thuận buồm xuôi gió” hay không. Trong một bản hợp đồng mua lại dày 100 trang, có thể chỉ có một dòng văn bản dành cho việc định giá, nhưng công việc phân tích đi sâu cho dòng này thì quả thật là khổng lồ...Điều này... dễ gây cho người ta có cảm giác sai lệch rằng: định giá vừa dễ dàng vừa (cho kết quả) chính xác.”

Có ba phương pháp thường được sử dụng để xác định giá trị doanh nghiệp như sau:

- Phương pháp giá trị tài sản thuần
- Phương pháp hệ số giá/thu nhập (P/E)
- Phương pháp định giá theo giá trị sổ sách (P/B)
- Phương pháp dòng tiền chiết khấu (DCF)

Nội dung của những phương pháp này sẽ được trình bày cụ thể trong Chương 5 – “Ra quyết định tài chính và các công cụ trợ giúp”.

3. KHỞI NGHIỆP BẰNG CÁCH NHẬN NHƯỢNG QUYỀN THƯƠNG MẠI

3.1. Hình thức kinh doanh nhượng quyền thương mại

3.1.1. Hình thức kinh doanh nhượng quyền thương mại trên thế giới và Việt Nam

Hình thức kinh doanh nhượng quyền thương mại đã xuất hiện và phát triển từ lâu ở những nước có nền kinh tế phát triển. Theo thông lệ quốc tế, nhượng quyền thương mại được coi là một hoạt động thương mại, trong đó, bên nhượng quyền (franchisor) sẽ chuyển mô hình kinh doanh, nhãn hiệu hàng hóa, dịch vụ, bí quyết kinh doanh, biểu tượng kinh doanh, quảng cáo cho bên nhận quyền (franchisee). Bên nhận quyền sau khi ký hợp đồng nhượng quyền (uniform franchise offering circular - UFOC) được phép khai thác trên một không gian địa lý nhất định và phải trả phí nhượng quyền (franchise fee) và tỷ lệ phần trăm doanh thu định kỳ (loyalty fee) cho bên nhượng quyền, trong một khoảng thời gian nhất định.

Nhượng quyền thương mại cũng đã du nhập vào Việt Nam và được dự đoán sẽ phát triển bùng nổ trong một vài năm tới. Hiện nay có rất nhiều thương hiệu nổi tiếng đã vào Việt Nam theo con đường này như KFC, Mc Donald's, Qualitea, Starbuck Cafe, Lotteria, Jollibee, The Body Shop... Các thương hiệu Việt đi tiên phong phát triển mô hình này cũng có thể kể đến như Cà phê Trung Nguyên, Phở 24, Bánh Kinh đô, thời trang Foci, chuỗi cửa hàng tiện lợi G7 Mart...

3.1.2. Một số yếu tố ảnh hưởng đến kinh doanh nhượng quyền thương mại

Việc phát triển một thương hiệu nhượng quyền hay kinh doanh nhượng quyền thương mại tương đối phức tạp và chịu sự tác động của nhiều nhân tố:

Về phía người nhượng quyền, khi công ty quyết định tiến hành nhượng quyền để mở rộng kinh doanh, công ty phải đảm bảo rằng các sản phẩm, dịch vụ của nó phải đáp ứng một số tiêu chí nhất định, nếu không hệ thống nhượng quyền sẽ không có hiệu quả. Cụ thể, sự thành công của việc kinh doanh phụ thuộc vào:

Nhân tố đầu tiên có ảnh hưởng đến thành công của kinh doanh nhượng quyền thương mại chính là **bản sắc thương hiệu**. Đây chính là giá trị cốt lõi, là phần hồn của thương hiệu giúp tạo dấu ấn trong tâm trí khách hàng, giúp tạo sự khác biệt so với đối thủ cạnh tranh. Chính bản sắc thương hiệu tạo ra lợi thế cạnh tranh tuyệt đối cho người nhận nhượng quyền bắt đầu khởi sự hoạt động kinh doanh.

Tính độc đáo của sản phẩm, dịch vụ: Sản phẩm dịch vụ của công ty phải mang tính độc đáo, có thể đem lại giá trị cho khách hàng. Yếu tố độc đáo của sản phẩm hoặc dịch vụ là yếu tố điển hình cần thiết cho khả năng mở rộng kinh doanh

Doanh nghiệp có lợi nhuận ổn định: công ty nên có lợi nhuận ổn định và lợi nhuận tương lai của công ty là dễ dự báo. Trước khi nhượng quyền công ty nên mở một số cửa hàng để thử nghiệm trước và đảm bảo tính khả thi của ý tưởng kinh doanh. Luôn phải nhớ rằng, người ta chỉ sẵn sàng trả phí cho mô hình, cách thức kinh doanh

đã được chứng minh là hiệu quả.

Lợi nhuận không mang tính mùa vụ: Công ty phải có lợi nhuận đều trong năm, chứ không chỉ tập trung vào một mùa. Những công ty có sản phẩm mang tính mùa vụ thường phải bổ sung thêm hàng hóa dịch vụ để bán trong những mùa vắng khách. Nếu không người ta sẽ không lựa chọn nhượng quyền để kin doanh.

Hệ thống kinh doanh của doanh nghiệp có quy trình rõ ràng: hệ thống và chu trình vận hành kinh doanh phải hoàn thiện, tất cả các quy trình phải được văn bản hóa. Tất cả các hệ thống và quy trình phải dễ hiểu, dễ truyền đạt cho bên được nhượng quyền

Sự thành công của người nhận nhượng quyền kinh doanh phụ thuộc vào những nhân tố sau đây:

Nhân tố đầu tiên chính là **sự tin tưởng tuyệt đối** vào mô hình kinh doanh của người nhận nhượng quyền. Thiếu sự tin tưởng này người nhận nhượng quyền không thể đảm bảo được tính đồng bộ của toàn thể các cửa hàng trong cả hệ thống. Nghiêm trọng hơn, việc thiếu tin tưởng dẫn đến làm sai có thể phải nhận các mức kỷ luật từ người nhượng quyền. Việc này gây trở ngại cho việc mở rộng kinh doanh của hệ thống, sẽ gây thiệt hại cho cả hai bên.

Sự am hiểu địa phương cũng là nhân tố quan trọng đảm bảo sự phù hợp giữa đặc tính của sản phẩm với nhu cầu của khách hàng sở tại. Sự am hiểu này còn giúp người nhận nhượng quyền trong những việc liên quan đến bất động sản, nguồn cung hàng hóa, luật pháp, tài chính...

Nhân tố tiếp theo chính là **chiến lược kinh doanh dài hạn và rõ ràng:** kế hoạch kinh doanh phải rất rõ ràng để cả bên nhượng quyền và bên nhận nhượng quyền hiểu rõ họ đang cam kết với hoạt động kinh doanh như thế nào. Mối quan hệ giữa 2 bên đối tác là quan hệ mở, 2 bên dễ dàng trao đổi thẳng thắn với nhau những vấn đề phát sinh.

Cuối cùng chính là **khả năng tài chính** của người nhận nhượng quyền. Chi phí đầu tư ban đầu khá lớn bao gồm phí nhượng quyền, chi phí đầu tư cửa hàng, nguồn hàng, một phần chi phí đào tạo, chi phí lao động... Những chi phí này chỉ có thể được bù đắp và doanh nghiệp bắt đầu có lợi nhuận sau hàng năm, thậm chí vài năm. Do đó người nhận nhượng quyền phải có tiềm lực tài chính và có kế hoạch rõ ràng để có thể tồn tại đến khi được hưởng thành quả.

3.1.3. Ưu nhược điểm của nhượng quyền thương mại

Đối với người nhượng quyền, kinh doanh theo mô hình nhượng quyền thương mại có nhiều ưu điểm sau:

Mở rộng thị trường nhanh chóng, chi phí thấp: vì bên nhận nhượng quyền chịu phần lớn chi phí cho mở rộng thị trường nên công ty nhượng quyền có thể mở rộng quy mô kinh doanh tương đối nhanh chóng mà không cần vốn đầu tư quá lớn.

Có thu nhập từ phí nhượng quyền: nhờ thu được phí nhượng quyền, bên nhượng quyền có thể thu hồi vốn nhanh chóng. Phí nhượng quyền có hai loại: đầu tiên là phí nhượng quyền ban đầu, thứ hai là phí nhượng quyền hàng tháng. Mức phí này tùy thuộc vào từng nhãn hiệu nhượng quyền và tùy thuộc vào hình thức nhượng quyền.

Động cơ và thái độ tích cực của bên nhận nhượng quyền: bên được nhượng quyền phải bỏ vốn ra kinh doanh nên họ buộc phải cố gắng kinh doanh thành công. Ngược lại, ở các cửa hàng do công ty sở hữu, các nhà quản lý không phải bỏ tiền riêng ra kinh doanh nên không bị sức ép phải làm việc tích cực hoặc nỗ lực giảm chi phí cho cửa hàng.

Tiếp cận được các ý tưởng và đề xuất mới: bên nhận nhượng quyền thường có đề xuất hay về cách thức vận hành các cửa hàng nhượng quyền, bên nhượng quyền có thể lựa chọn để áp dụng các đề xuất này cho toàn hệ thống các cửa hàng của công ty.

Giảm chi phí: bên được nhượng quyền cùng chia sẻ nhiều chi phí cho doanh nghiệp, như chi phí quảng cáo, chi phí phát triển thị trường...

Tăng sức khả năng gây sức ép lên nhà cung cấp: nhượng quyền làm quy mô kinh doanh tăng lên, bên nhượng quyền mua hàng hóa đầu vào với số lượng lớn làm tăng sức mạnh trong thương lượng của doanh nghiệp với nhà cung cấp.

Song song với các ưu điểm trên, mô hình kinh doanh theo hình thức nhượng quyền thương mại cũng tồn tại một số nhược điểm dưới đây:

Chia sẻ lợi nhuận: nhượng quyền kinh doanh cho người khác thay vì tự mở các cửa hàng kinh doanh của công ty, bên nhượng quyền chấp nhận chia sẻ lợi nhuận từ việc khai thác sản phẩm và dịch vụ của họ với bên nhận nhượng quyền.

Mất kiểm soát: bên nhượng quyền thường khó kiểm soát được hoạt động của bên nhận nhượng quyền hơn so với việc kiểm soát hoạt động của nhân viên của mình. Mặc dù bị ràng buộc bởi các quy tắc trong hệ thống nhượng quyền nhưng bên nhận nhượng quyền thường tự coi mình là một công ty độc lập

Mâu thuẫn giữa hai bên nhượng quyền: xung đột giữa 2 bên nhượng quyền thường xuyên xảy ra ở các vấn đề như chi trả phí nhượng quyền, giờ giấc hoạt động, vi phạm trong hợp đồng nhượng quyền, các cuộc thanh tra.

Quản lý sự phát triển: công ty nhượng quyền hoạt động trong ngành kinh

doanh có tốc độ tăng trưởng nhanh và có thương hiệu mạnh thường đạt mức tăng trưởng nhanh nhưng phát triển nhanh thì lại khó quản lý. Bên nhượng quyền phải cung cấp cho các đối tác của nó một số dịch vụ như lựa chọn địa điểm và đào tạo nhân viên. Nếu hệ thống nhượng quyền phát triển quá nhanh thì bên nhượng quyền phải tuyển thêm nhân viên đảm bảo việc cung cấp các hỗ trợ cho bên được nhượng quyền.

Sự khác biệt trong kỹ năng kinh doanh: kỹ năng cần thiết để điều hành kinh doanh thành công hoàn toàn khác với kỹ năng đòi hỏi để vận hành hệ thống nhượng quyền. Ví dụ một người có thể kinh doanh nhà hàng hải sản rất tốt nhưng không có nghĩa là anh ta sẽ điều hành tốt hệ thống nhà hàng hải sản nhượng quyền.

Chi phí dịch vụ pháp lý: mỗi quốc gia/vùng có luật riêng về nhượng quyền. Nếu công ty muốn nhượng quyền ở nhiều vùng khác nhau thì cần thuê dịch vụ pháp lý để tiến hành kinh doanh theo đúng pháp luật.

3.2. Khởi nghiệp bằng cách nhận nhượng quyền thương mại

3.2.1. Trước khi nhận nhượng quyền

Doanh nhân khi khởi sự kinh doanh thường cân nhắc 3 phương án: nhượng quyền, mua lại doanh nghiệp đang hoạt động hay thành lập doanh nghiệp mới. Trả lời các câu hỏi sau đây giúp họ xác định được nhượng quyền liệu có phải phương thức tốt để khởi sự:

- ***Bạn có sẵn sàng làm theo lệnh người khác?*** Bên nhượng quyền thường can thiệp rất sâu vào hoạt động của bên nhận nhượng quyền. McDonald và nhiều chuỗi nhà hàng thức ăn nhanh khác kiểm soát rất khắt khe việc chuẩn bị thức ăn và trưng bày ở các nhà hàng trong hệ thống. Nhượng quyền không thích hợp với những người thích tự khám phá với ý tưởng kinh doanh mới và những người thích độc lập.

- ***Bạn có sẵn sàng làm một phần của hệ thống nhượng quyền chứ không phải là một doanh nhân độc lập?*** Khi tham gia vào hệ thống kinh doanh nhượng quyền thương mại thì hoạt động kinh doanh sẽ bị chi phối và bị ảnh hưởng bởi những quy định chung của cả hệ thống; chi phí marketing sẽ được dùng để quảng bá cho cả hệ thống chứ không phải cho từng cửa hàng cá biệt.

- ***Bạn có chấp nhận điều tốt nhất cho cả hệ thống chứ không phải tốt nhất cho cửa hàng của bạn?*** Các ý tưởng thay đổi hoặc cải tiến phương thức kinh doanh hay phương thức cung ứng sản phẩm/dịch vụ có thể sẽ được chấp nhận nhưng cũng có thể sẽ bị gạt vởi lý do ý tưởng đó rất tốt với một cửa cửa đơn lẻ nhưng sẽ chỉ được thực thi nếu nó tốt cho cả hệ thống.

- ***Bạn mong chờ gì từ công việc kinh doanh, bạn sẽ làm việc như thế nào?***

• **Mức độ rủi ro bạn chấp nhận?** Bạn sẽ cảm thấy thế nào nếu công việc kinh doanh bị lỗ nhưng bạn vẫn phải trả phí.

Những câu hỏi trên cần được cân nhắc kỹ lưỡng không phải vì nhượng quyền không phải là hình thức khởi sự kinh doanh hấp dẫn mà để cho người khởi sự khẳng định được tính phù hợp của mình trước khi quyết định mua quyền kinh doanh.

3.2.2. Ưu nhược điểm của nhận nhượng quyền kinh doanh

Franchise là cơ hội kinh doanh cho các doanh nghiệp mới khởi sự. Franchise cũng là cơ hội kinh doanh cho các doanh nghiệp trong thời kỳ khủng hoảng. Theo con số thống kê tại Mỹ, trung bình chỉ có 23% doanh nghiệp nhỏ kinh doanh độc lập có thể tồn tại sau 5 năm kinh doanh, trong khi đó tỷ lệ này đối với các doanh nghiệp mua Franchise là 92% (Franchise – Bí quyết thành công bằng con đường nhượng quyền kinh doanh – Lý Quý Trung).

Tỷ lệ thành công cao hơn của các doanh nghiệp mua franchise là nhờ có các lợi thế sau:

Người mua franchise được sử dụng **uy tín thương hiệu** của người chủ thương hiệu để kinh doanh, đây là một tài sản có giá trị lớn và được xây dựng qua nhiều năm, cho phép bên được nhượng quyền có sức mạnh thị trường nhất định.

Doanh nghiệp sau khi mua quyền kinh doanh **trở thành một phần của hệ thống** nhượng quyền đầy sức mạnh: sức mạnh của người mua đầu vào, sức mạnh quảng cáo và sức mạnh marketing.

Sản phẩm và dịch vụ đã được kiểm chứng và được chấp nhận trên một thị trường đã được thiết lập. Đây chính là lợi ích thiết thực nhất khi mua quyền kinh doanh.

Người mua franchise được **quyền phân phối sản phẩm hàng hóa và dịch vụ** trong một khu vực địa lý nhất định. Việc bán franchise cho một đối tác khác trong các khu vực địa lý gần kề nhau sẽ được người bán cân nhắc trên cơ sở cầu về sản phẩm nhằm đảm bảo lợi ích cho cả người bán và người mua franchise.

Người mua franchise sẽ được **thừa hưởng một số lượng khách hàng nhất định** từ hệ thống.

Người mua sẽ nhận được **sự hỗ trợ, giúp đỡ từ người bán**, có thể là chủ thương hiệu hoặc đại lý franchise độc quyền. Trước khi khai trương người mua thường nhận được sự hỗ trợ về kỹ thuật, đào tạo, thiết kế, lựa chọn địa điểm, nguồn cung hàng, tiếp thị, quảng cáo... Sau khi khai trương có thể người bán vẫn tiếp tục hỗ trợ về tiếp thị, quảng cáo và tái đào tạo.

Ở một số nước phát triển, người mua **có thể được vay tiền ưu đãi từ ngân hàng** nếu ký được hợp đồng mua bán franchise hay người mua franchise còn được người bán franchise đứng ra bảo lãnh vay tiền ngân hàng. Điều này chưa xảy ra ở Việt Nam nhưng cũng là xu thế chung của thời kỳ hội nhập.

Rất tiềm năng cho **phát triển kinh doanh**: nếu đại lý thành công ở một địa điểm kinh doanh thì bên nhượng quyền thường cho họ cơ hội mua quyền kinh doanh thêm một đại lý ở vị trí khác nữa. Điều này khuyến khích các đại lý làm việc tích cực để kinh doanh thành công

Người ta thấy rằng, trong thời kỳ khủng hoảng kinh tế, kinh doanh bằng hình thức franchise có xu hướng gia tăng. Hình thức này khuyến khích các nỗ lực cá nhân và việc sử dụng nguồn vốn tự có trong bối cảnh hoạt động kinh doanh rất rủi ro và sự khó khăn khi huy động vốn thông qua ngân hàng hay thị trường chứng khoán.

Tuy nhiên, cũng giống như đối với người nhượng quyền, việc nhận nhượng quyền kinh doanh cũng có mặt trái của nó:

Chi phí nhượng quyền: Chi phí mua quyền và thiết lập một đại lý nhượng quyền có thể rất cao, vấn đề này sẽ được phân tích kỹ lưỡng hơn trong Bảng 1.1 dưới đây. Điều này khác với việc tự khởi sự và thiết lập hoạt động kinh doanh của chính mình, khi đó người sáng lập có thể tự chủ được về tài chính và huy động dần nếu nhu cầu về vốn gia tăng.

Hạn chế sự sáng tạo: Nhiều hệ thống nhượng quyền rất cứng nhắc và cho các đại lý rất ít cơ hội để sáng tạo. Đây là điểm thường làm cho bên nhận nhượng quyền khó chịu nhất.

Thời hạn và bản chất của cam kết: Do nhiều lý do, nhiều thỏa thuận nhượng quyền có ràng buộc làm cho đại lý rất khó ra khỏi hệ thống. Hơn nữa, tất cả các hợp đồng nhượng quyền đều có một điều khoản về cam kết không cạnh tranh để ngăn chặn bên được nhượng quyền cạnh tranh với bên nhượng quyền trong vòng 2 năm hoặc hơn.

Rủi ro trong việc tranh chấp, hiểu nhầm hoặc thiếu sự cam kết lâu dài của bên nhượng quyền, thậm chí có thể có trường hợp phá vỡ cam kết của bên nhượng quyền.

Vấn đề liên quan tới **chấm dứt hoặc chuyển giao hợp đồng**: một vài hợp đồng nhượng quyền rất khó và tốn kém khi muốn chấm dứt hoặc chuyển giao. Thông thường bên nhận nhượng quyền phải trả một khoản tiền phạt tương đối để chấm dứt hợp đồng.

Bị **ảnh hưởng** từ kinh doanh kém của các đại lý khác **trong hệ thống**: Nếu trong

hệ thống nhượng quyền có đại lý kinh doanh không tốt và gây tai tiếng với công chúng, điều này sẽ tác động tới danh tiếng và doanh số của các đại lý kinh doanh tốt trong hệ thống.

Khả năng thất bại: một vài hệ thống nhượng quyền không đạt được mục tiêu đề ra sẽ có tác động xấu tới các đại lý. Khi hệ thống nhượng quyền sụp đổ, các đại lý cũng sẽ sụp đổ theo.

3.2.3. Các bước nhận nhượng quyền kinh doanh

Kinh doanh với thương hiệu được nhượng quyền rõ ràng là thuận lợi và hạn chế được rất nhiều rủi ro so với hoạt động kinh doanh độc lập. Tuy nhiên người nhận nhượng quyền cũng cần phải hiểu rằng việc kinh doanh đó là của mình, do mình điều hành trực tiếp, hợp đồng nhượng quyền không phải là bản cam kết thành công từ phía người chủ của thương hiệu. Do đó, chọn mua franchise thương hiệu nào, tìm mua thương hiệu ở đâu, các bước triển khai như thế nào... cần được cân nhắc kỹ lưỡng tương tự như việc phân tích và lựa chọn cơ hội kinh doanh. Để tiến hành mua Franchise, người mua cần thực hiện các bước công việc sau:

Bước 1: Tìm kiếm thông tin và lựa chọn nhãn hiệu

Bước đầu tiên trong quá trình kinh doanh theo hình thức franchise là tìm kiếm thông tin về các nhãn hiệu có chiến lược mở rộng thị trường thông qua hình thức franchise hoặc các nhãn hiệu mà doanh nghiệp đang quan tâm. Thông tin về các đối tác bán franchise có thể tìm thấy thông qua nhiều nguồn như: website của Hiệp hội franchise quốc tế (International Franchise Association - www.franchise.org), các tạp chí về franchise (Franchise magazine...), các quảng cáo bán franchise...

Trên cơ sở các thông tin thu thập được, lựa chọn nhãn hiệu phù hợp. Sự phù hợp này cần phải tính đến các yếu tố như: phù hợp với tiềm lực của doanh nghiệp, khả năng kinh doanh của chủ doanh nghiệp; khả năng chấp nhận sản phẩm – dịch vụ của khách hàng, yếu tố luật pháp...

Bước 2: Điều tra, đánh giá thương hiệu và hệ thống franchise

Cần nắm rõ thông tin của người nhượng quyền như tình hình kinh doanh, thương hiệu dự định nhượng quyền, thị trường của thương hiệu, tốc độ phát triển của hệ thống, mức độ thành công trong những năm gần đây, điểm nổi bật của hệ thống này so với các hệ thống khác, chính sách tài chính, chính sách hỗ trợ từ phía chủ thương hiệu...

Bước 3: Gặp gỡ và đàm phán với người bán franchise

Như đã nói ở trên, người bán franchise có thể là người chủ nhãn hiệu, hoặc là đại lý franchise độc quyền. Việc gặp gỡ và đàm phán trực tiếp với người bán franchise

nhằm thảo luận hai vấn đề cơ bản là bán franchise theo hình thức nào và với giá là bao nhiêu.

Có 3 hình thức bán franchise là:

Đại lý độc quyền (Master Franchise) là hình thức phổ biến và nhanh nhất. Người mua có thể là doanh nghiệp hoặc cá nhân, phạm vi có thể là thành phố, quốc gia, khu vực địa lý. Đại lý độc quyền được phép mở các cửa hàng hoặc bán lại franchise cho người khác trong khu vực mình kiểm soát.

Franchise phát triển khu vực (Area development franchise) là hình thức bán franchise mà người mua cũng được độc quyền trong một khu vực và trong một thời gian nhất định. Người mua franchise phát triển khu vực được quyền mở các cửa hàng trong phạm vi của mình nhưng không được quyền bán franchise cho bất cứ ai.

Franchise cá nhân riêng lẻ (single unit franchise) là hình thức bán franchise của chủ nhãn hiệu trực tiếp cho từng đối tác riêng lẻ.

Mỗi hình thức có những ưu điểm và hạn chế khác nhau và được bán với một mức giá khác nhau. Hình thức và giá bán sẽ được quyết định tùy thuộc vào chiến lược của chủ thương hiệu, năng lực của đối tác và thiện chí của hai bên. Cũng có thể thời gian đầu chủ nhãn hiệu sẽ bán franchise riêng lẻ, sau đó tùy vào năng lực của đối tác và hiệu quả kinh doanh sẽ nâng cấp hợp đồng thành franchise khu vực hay đại lý độc quyền.

Phí nhượng quyền franchise (franchise fee) được trả một lần cho người bán franchise, còn khoản phí hàng tháng (loyalty fee) sẽ được tính theo một tỉ lệ nhất định trên doanh thu.

Bước 4: Ký hợp đồng nhượng quyền

Người mua franchise cần quan tâm tới tất cả các điều khoản mà người bán đưa ra trong hợp đồng mua bán franchise như: vấn đề độc quyền, mặt bằng kinh doanh, phí bán franchise, thời hạn hợp đồng, vấn đề sở hữu trí tuệ, vấn đề cung cấp hàng hóa, vấn đề chuyển nhượng hợp đồng, điều khoản chấm dứt hợp đồng, vấn đề huấn luyện – đào tạo – hỗ trợ kỹ thuật, chế độ báo cáo sổ sách, bảo hiểm... Để đảm bảo quyền lợi của mình và tránh các tranh chấp có thể phát sinh, các doanh nghiệp chưa có kinh nghiệm trong lĩnh vực mua bán franchise nên tham vấn ý kiến của các nhà chuyên môn trong lĩnh vực này.

Bước 5: Triển khai kinh doanh

Việc triển khai kinh doanh bao gồm các bước cơ bản sau :

Thành lập doanh nghiệp (trong trường hợp người mua franchise là cá nhân), cũng có thể thành lập doanh nghiệp trước rồi mới ký hợp đồng mua franchise.

Phân tích, đánh giá thị trường để xác định thật cụ thể cung cầu thị trường và các yếu tố khác.

Xác định địa điểm, mặt bằng kinh doanh: Đây là điểm tối quan trọng, quyết định rất lớn đến thành công của hình thức kinh doanh này, đặc biệt quan trọng đối với các ngành thời trang, ăn uống, giải trí. Thời hạn của hợp đồng thuê địa điểm nên trùng với thời hạn mua franchise.

Trang trí cửa hàng và chuẩn bị các yếu tố vật chất khác: Việc trang trí cửa hàng sẽ được bên bán franchise hỗ trợ, tư vấn và có thể còn cung cấp một số vật dụng chuyên dụng.

Tuyển dụng và huấn luyện nhân viên: Việc này rất quan trọng để đảm bảo tính đồng nhất trong cả hệ thống. Do vậy người nhượng quyền rất quan tâm và sẽ hỗ trợ tối đa cho bên nhận quyền.

Chuẩn bị khai trương và hậu khai trương: phía đối tác sẽ giúp người mua franchise chuẩn bị các điều kiện để buổi khai trương diễn ra suôn sẻ và gây được tiếng vang nhất định. Thông thường họ cũng ở lại 2-3 ngày sau khai trương để đảm bảo cửa hàng hoạt động tốt và giữ đúng được bản sắc của thương hiệu được nhượng quyền.

3.3. Những vấn đề tài chính quan trọng khi nhận nhượng quyền

Chi phí ban đầu để tạo dựng một cửa hàng nhượng quyền phụ thuộc vào mức phí nhượng quyền, chi phí bắt đầu kinh doanh, và sức mạnh của bên nhượng quyền. Ví dụ, một số công ty như Mc Donald sở hữu nhà và cho bên được nhượng quyền thuê thiết bị làm cửa hàng, trong khi một số công ty khác lại yêu cầu bên được nhượng quyền tự mua nhà và thiết bị. Bảng 1.1 cung cấp thông tin về mức chi phí mua đại lý nhượng quyền ở một số công ty. Mức phí dao động từ 58.400 Đôla để làm đại lý cho Comfort Keepers tới mức 2,4 triệu Đôla để trở thành đại lý cho KFC.

Bảng 1.1: Chi phí làm đại lý nhượng quyền của một số công ty

Công ty	Năm bắt đầu	Số CH thuộc công ty	Số CH nhượng quyền	Phí nhượng quyền	Phí hàng năm	Tổng đầu tư ban đầu (Đôla)
Bark Buster	1994	4	364	37500	8	69.100 – 97.100
Comfort keepers	1999	0	660	38500	3-5	58.410 – 85.280
Game Truck	2008	1	25	Không cố định	7	115.250 – 320.500
Huntington learning centers	1985	33	318	43000	8	162.000 – 257.600
KFC	1952	4281	11983	45000	5	1,3 – 2,4 Triệu
McDonald	1955	6399	26338	45000	Linh hoạt	1,0 – 1,9 Triệu
Papa John's Pizza	1986	620	2909	25000	5	98.823 – 528.123
School of Rock	2005	21	36	49500	8	115.650 – 400.400
Subway	1974	0	34134	15000	8	84.300 – 258.300
Wild Birds unlimited	1983	0	274	18000	4	92.157 – 140.736

Như số liệu Bảng 1.1, mỗi công ty có số cửa hàng do công ty sở hữu và cửa hàng nhượng quyền khác nhau. Cửa hàng do công ty sở hữu được quản lý và vận hành bởi nhân viên của công ty. Quan điểm kinh doanh của các công ty nhượng quyền về cửa hàng nhượng quyền và cửa hàng do công ty sở hữu cũng rất khác nhau. Như đã đề cập ở đầu chương, nhiều công ty như Subway không có cửa hàng do công ty sở hữu trong khi đó những công ty khác như Papa John's Pizza lại phát triển số lượng lớn cửa hàng trực thuộc bên cạnh cửa hàng nhượng quyền. Một số công ty lại có cửa hàng nhượng quyền ở nước ngoài nhiều hơn trong nước như ở KFC, trong 11.983 cửa hàng nhượng quyền có 4.307 cửa hàng ở Mỹ và 7.676 cửa hàng ở nước ngoài.

Bên được nhượng quyền cần cân nhắc tất cả các chi phí có liên quan. Các chi phí thường có trong hợp đồng nhượng quyền bao gồm:

Phí nhượng quyền ban đầu: mức phí này tùy bên nhượng quyền, thấp thì 4-5% doanh thu, cao thì 8-10% doanh thu

Vốn đầu tư: cũng phụ thuộc vào bên nhượng quyền, gồm chi phí mua nhà, sửa chữa xây dựng, mua hàng dự trữ ban đầu, đăng ký kinh doanh. Một vài công ty đòi hỏi

bên được nhượng quyền trả phí khai trương cho những hỗ trợ đối với hoạt động mở cửa hàng

Phí hàng năm: bên được nhượng quyền phải trả phí theo doanh thu tuần hoặc tháng thường vào khoảng 5% doanh thu. Lưu ý đây là phí tính trên doanh thu chứ không phải tính trên lợi nhuận nên nhiều cửa hàng kinh doanh lỗ nhưng lại vẫn phải trả phí này.

Phí quảng cáo: bên được nhượng quyền phải góp khoản phí vào quỹ quảng cáo để phục vụ cho mục tiêu của công ty chứ không nhất thiết phải phục vụ trực tiếp cho hoạt động của cửa hàng (Ví dụ quảng cáo thu hút đại lý nhượng quyền mới). Phí quảng cáo thường 3% doanh thu.

Các loại phí khác: các khoản phí khác có thể được yêu cầu chi trả cho các hoạt động như đào tạo nhân viên mới, cung cấp chuyên gia theo yêu cầu, trợ giúp sử dụng máy tính, các dịch vụ hỗ trợ khác.

Câu hỏi quan trọng nhất mà một doanh nhân cần cân nhắc là mức phí này liệu có tương xứng với giá trị thu nhận được từ nhượng quyền hay không. Nếu không tương xứng thì cần thương lượng lại hoặc tìm công ty nhượng quyền khác, nếu tương xứng thì sẽ là công bằng và có thể cân nhắc đến việc nhận nhượng quyền.

3.4. Một số lầm tưởng về nhượng quyền thương mại

Mặc dù có rất nhiều thông tin nhưng người nhận nhượng quyền kinh doanh thường có những phán đoán sai lầm về nhượng quyền. Lý do bởi người nhận nhượng quyền thường bị thu hút bởi triển vọng của nhượng quyền mà không giành thời gian đánh giá những vấn đề khó khăn có thể xảy ra. Sau đây là một số hiểu nhầm thường gặp.

Nhượng quyền là một khoản đầu tư an toàn: thực chất nhượng quyền kinh doanh không an toàn hơn bất kỳ loại hình đầu tư sở hữu nào khác. Có chăng doanh nghiệp nhận nhượng quyền có thể có khởi đầu thuận lợi hơn và được thừa hưởng một số lợi ích chung từ hệ thống. Nhưng những lợi ích này cũng tương ứng với khoản phí không hề nhỏ.

Một ngành kinh doanh đang phát triển không đảm bảo sự thành công của nhượng quyền: Mặc dù sự phát triển của ngành là rất cần thiết cho sự thành công của doanh nghiệp, tuy nhiên sức mạnh của ngành không dẫn tới thành công cho các doanh nghiệp có sản phẩm, mô hình kinh doanh, cách thức quản lý và quảng cáo kém. Nhiều doanh nghiệp đã thất bại trong ngành tăng trưởng và nhiều doanh nghiệp lại thành công trong những ngành không hấp dẫn.

Nhượng quyền là hệ thống kinh doanh đã được kiểm định tính hiệu quả: Bên nhượng quyền bán cho bạn quyền sử dụng một mô hình kinh doanh mà không cần quan tâm mô hình này thật sự tốt hay cần thời gian nữa để khẳng định. Những công ty như Subway, papa John's Pizza, H&R Block có những mô hình hoàn hảo và được khẳng định qua thời gian tuy nhiên nhiều người không đủ tiền để mua quyền kinh doanh những tên tuổi này và phải chấp nhận những hãng ít được biết tới. Những người dự định khởi sự cần biết là các doanh nghiệp phần lớn bán quyền kinh doanh trước khi mô hình được khẳng định là có hiệu quả.

Không cần thuê luật sư nhượng quyền hoặc kế toán: bạn cần nhiều lời khuyên của các chuyên gia trong suốt quá trình mua quyền, không nên vì tiếc tiền mà chỉ dựa trên tư vấn của bên nhượng quyền để ra quyết định.

Hệ thống tốt sẽ phát triển nhanh, và cần gia nhập hệ thống phát triển nhanh: Có những hệ thống nhượng quyền phát triển nhanh vì có thương hiệu và mô hình kinh doanh tốt nhưng cũng có hệ thống phát triển nhanh bởi vì họ chỉ chú tâm vào việc bán quyền để phát triển đại lý. Nhân hiệu và hệ thống tốt có lợi cho đại lý vì giúp thu hút thêm khách hàng, nhưng với hệ thống nhượng quyền phát triển số lượng đại lý quá nhanh, bên nhượng quyền khó có khả năng cung cấp đủ các hỗ trợ cần thiết cho các đại lý.

Tôi có thể vận hành đại lý của tôi với **chi phí thấp hơn dự kiến** của bên nhượng quyền: Điều này là không chính xác vì chi phí vận hành cửa hàng nhượng quyền thường giống như dự kiến của bên nhượng quyền.

Bên nhượng quyền luôn sẵn sàng giúp nếu tôi cần: Đừng chờ đợi sự giúp đỡ nào từ bên nhượng quyền trừ những hỗ trợ đã cam kết trong hợp đồng nhượng quyền.

CÂU HỎI ÔN TẬP

1. Ý tưởng kinh doanh là gì? Mối quan hệ giữa ý tưởng kinh doanh và kế hoạch kinh doanh?
2. Thế nào là một ý tưởng kinh doanh tốt? Tại sao? Lấy ví dụ minh họa.
3. Nêu những nội dung cơ bản trong bản kế hoạch kinh doanh? Bản kế hoạch kinh doanh được lập với những mục đích nào?
4. Nêu tóm tắt những hình thức khởi sự kinh doanh và ưu/nhược điểm của mỗi hình thức.
5. Nêu ưu điểm và hạn chế của việc khởi sự kinh doanh bằng cách mua lại một doanh nghiệp đang hoạt động?
6. Nêu ưu điểm và hạn chế của việc khởi sự kinh doanh bằng cách mua nhượng quyền thương mại?
7. Nêu và phân tích tóm tắt những yếu tố ảnh hưởng đến việc phát triển một thương hiệu nhượng quyền hay kinh doanh nhượng quyền thương mại.
8. Phân tích ưu/nhược điểm đối với người nhượng quyền trong mô hình kinh doanh nhượng quyền thương mại.
9. Phân tích ưu/nhược điểm đối với người nhận nhượng quyền trong mô hình kinh doanh nhượng quyền thương mại.
10. Nêu các bước cần thực hiện khi nhận nhượng quyền thương mại. Trong mỗi bước cần đặc biệt lưu ý vấn đề nào?
11. Nêu và phân tích các chi phí mà doanh nghiệp cần phải cân nhắc và tính toán khi nhận nhượng quyền thương mại. Tại sao nhận nhượng quyền không đảm bảo cho sự thành công của doanh nghiệp nhận nhượng quyền.

BÀI TẬP THỰC HÀNH

1. Chia thành từng nhóm, mỗi nhóm nêu ra và trình bày từ 2 – 3 ý tưởng kinh doanh theo các nội dung đã được học về kế hoạch kinh doanh (Tạm thời bỏ qua phần kế hoạch tài chính trong kế hoạch kinh doanh).
2. Chia thành từng nhóm và giữ cố định cho đến hết khóa học. Mỗi nhóm đánh giá và lựa chọn 01 ý tưởng kinh doanh mà nhóm tâm đắc nhất căn cứ vào nhận xét của GVHD và bình luận của các nhóm khác. Ý tưởng kinh doanh này là đề tài xuyên suốt trong cả khóa học.

TÌNH HUỐNG THẢO LUẬN

Đặng Lê Nguyên Vũ – Thành công bằng khát vọng cháy bỏng

Những năm 1990, Đặng Lê Nguyên Vũ, chàng sinh viên năm thứ 3 Khoa Y - Trường Đại học Tây Nguyên, với nhiều ước mơ và hoài bão, nhận ra ngành Y không

thể đáp ứng được ước mơ và tham vọng của mình. Anh quyết định nghỉ học và đón xe vào Thành phố Hồ Chí Minh để tìm kiếm cơ hội với hành trang duy nhất là tên và địa chỉ của một người chú chưa từng biết mặt. Nhận được nhiều lời khuyên chân thành và bỏ ích từ người chú, Đặng Lê Nguyên Vũ đồng ý trở lại trường vài ngày sau đó nhưng trong anh vẫn luôn nung nấu ý tưởng kinh doanh.

Nhận thức được một thực tế “Việt Nam là nước xuất khẩu cà phê thứ 2 thế giới nhưng hình ảnh cà phê của Việt Nam không hề được biết đến, cà phê Buôn Ma Thuột là một trong những loại ngon nhất thế giới nhưng thực tế có được công nhận?”, Đặng Lê Nguyên Vũ quyết định nghiên cứu, tìm tòi để chế biến ra loại cà phê ngon nhất và xuất khẩu ra thị trường quốc tế. Tham vọng lớn lao ấy không gặp được người chia sẻ mà chỉ nhận được sự giễu cợt cho rằng quá viễn vông. Tuy nhiên, Đặng Lê Nguyên Vũ vẫn tìm được ba người cộng sự học cùng lớp có chung bầu nhiệt huyết, nhưng họ hứa chỉ giúp anh trong chặng khởi đầu chứ không theo con đường kinh doanh đó. Không ngần ngại, Đặng Lê Nguyên Vũ bắt tay thực hiện ý tưởng của mình. Anh cùng các bạn tranh thủ ngày chủ nhật, lặn lội tìm đến các thương gia cà phê nổi tiếng để năn nỉ và thuyết phục họ truyền nghề. Nhờ đó mà anh tích lũy được vốn kiến thức sâu rộng về cà phê.

Tháng 8 năm 1996, Cửa hàng Cà phê Trung Nguyên được ra đời. Với chiếc xe đạp cũ và số vốn vô cùng ít ỏi, anh đạp xe đi khắp nơi thu mua cà phê về rang, xay và bỏ cho các quán. Nhiều người trong nghề đã cười nhạo khi thấy tất cả hoạt động của Trung Nguyên từ khâu rang, xay đến chế biến... chỉ được thực hiện trong gian nhà gỗ vốn vẹn 2,8m² và cho rằng anh khó có thể cạnh tranh với họ. Nhưng Đặng Lê Nguyên Vũ vẫn vững tin vào lựa chọn của mình. Anh khẳng định: “Chỉ 6 tháng sau Trung Nguyên sẽ phát triển bằng một doanh nghiệp có thâm niên 10 năm tại thành phố này”. Quả thực 6 tháng sau đó, cái tên Cà phê Trung Nguyên đã phát triển hơn cả một doanh nghiệp có thâm niên 20 năm tại thành phố Buôn Mê Thuột.

Trung Nguyên bắt đầu bùng phát mạnh và trở thành một trong những thương hiệu cà phê quen thuộc khi Đặng Lê Nguyên Vũ mở 6 quán Cà phê Trung Nguyên tại thành phố Hồ Chí Minh vào năm 1998. Anh đã thuê một “bộ ba” địa điểm, mở ba quán cà phê gần nhau, một chiến thuật cho phép những người quản lý duy trì sự kiểm soát và thiết kế, sự phục vụ và chất lượng của các quán cà phê. Cách này cũng giúp cho chi phí quản lý và chi phí hàng tồn kho ở mức thấp. Mỗi một quán cà phê thành công, anh mở thêm quán mới, từng cái một, tạo nên những “bộ ba” mới khi anh mở rộng hoạt động. Đặng Lê Nguyên Vũ gọi đây là phương thức “tam giác chiến lược”.

Khi các quán ở thành phố Hồ Chí Minh làm ăn phát đạt, Đặng Lê Nguyên Vũ quyết định mở rộng Trung Nguyên trên phạm vi toàn quốc bằng cách kinh doanh nhượng quyền. Đến giữa năm 2002, chỉ sau 4 năm ra đời, Trung Nguyên đã có hơn

400 quán cà phê nhượng quyền trên khắp 61 tỉnh thành của Việt Nam. Các đại lý nhượng quyền phải mua cà phê của Trung Nguyên với mức chiết khấu 10%. Anh không chủ trương tạo ra các chi nhánh hoàn toàn đồng nhất mà mỗi quán Trung Nguyên có một phong cách và không khí riêng biệt, phản ánh nét văn hóa cộng đồng tại địa phương mà nó ngự trị. Anh chú trọng bồi đắp hình ảnh của Trung Nguyên bằng chất lượng phục vụ và bản thân sản phẩm cà phê. Vì phần lớn cà phê Việt Nam không thuộc loại cao cấp, anh đã phải trả giá cao hơn để có loại cà phê tốt hơn, thiết lập sự trung thành với những người trông cá thể.

Không ai có thể phủ nhận phong cách khác biệt và khá cao cấp của Cà phê Trung Nguyên. Hơn nữa, hàng loạt các loại cà phê tuyệt hảo của Trung Nguyên đã tạo ra một khuynh hướng mới cho giới trẻ Việt Nam, từ các nhân viên văn phòng đến các sinh viên và cả lứa tuổi học sinh. Ông chủ của Trung Nguyên gọi đó là phong cách cà phê Việt Nam. Đặng Lê Nguyên Vũ đã rất tinh tế khi đưa khách hàng của mình vào lối sống văn hóa đó qua câu khẩu hiệu: “Khơi nguồn sáng tạo”.

Chương 2: CẤP VỐN CHO HOẠT ĐỘNG VÀ PHÁT TRIỂN DOANH NGHIỆP

Mục tiêu của chương:

Học xong chương này, học viên có thể:

- *Nắm được những nội dung cơ bản về nhu cầu vốn khác nhau của doanh nghiệp qua các giai đoạn khởi nghiệp và phát triển;*
- *Nắm được những nội dung cơ bản về các nguồn vốn mà doanh nghiệp có thể tiếp cận: Nguồn gốc, chi phí, khả năng tiếp cận, ưu điểm và hạn chế...*
- *Nắm được những nội dung cơ bản về các nguồn vốn chủ yếu cho khởi sự doanh nghiệp bao gồm: Nguồn tài chính cá nhân, vay nợ từ các tổ chức tín dụng, vốn từ quỹ đầu tư mạo hiểm và một số hình thức huy động vốn sáng tạo khác;*
- *Nắm được những nội dung cơ bản về các hình thức cấp vốn để phát triển doanh nghiệp bao gồm: phát hành cổ phiếu lần đầu ra công chúng, liên minh chiến lược trong phát triển doanh nghiệp.*

1. CẤP VỐN KHỞI NGHIỆP

1.1. Tầm quan trọng của việc huy động vốn cho khởi nghiệp

Có ba lý do cho việc những doanh nghiệp mới khởi sự cần huy động tiền trong suốt thời kỳ đầu của mình: những thách thức trong dòng tiền, nhu cầu đầu tư vốn, và chu kỳ phát triển sản phẩm dài. Hãy xem xét từng lý do để có thể hiểu rõ hơn về tầm quan trọng của chúng.

Những thách thức trong dòng tiền: Giống một công ty đang tăng trưởng, nó đòi hỏi một lượng lớn tiền để vận hành như là điều kiện tiên quyết để phục vụ khách hàng của mình. Tiền thường được dùng để mua trang thiết bị, thuê và huấn luyện thêm nhân viên mới trước khi khách hàng tạo ra thu nhập cho doanh nghiệp. Sự lệch pha giữa chi phí để tạo ra doanh thu và thu nhập từ hoạt động sản xuất kinh doanh tạo ra những thách thức trong dòng tiền, đặc biệt đối với những doanh nghiệp nhỏ, mới cũng tương tự như là đối với những doanh nghiệp đang phát triển nhanh.

Mặc dù một dòng tiền âm trong giai đoạn đầu của một doanh nghiệp đôi khi có thể được biện minh – bởi việc xây dựng nhà máy và mua trang thiết bị, huấn luyện nhân viên, và xây dựng thương hiệu – nhưng vẫn có thể tạo ra những phiền phức nghiêm trọng. Một doanh nghiệp có thể bị phá sản nếu sử dụng toàn bộ nguồn vốn của mình trước khi thu được lợi nhuận. Đây cũng chính là lý do vì sao nguồn lực tài chính không đầy đủ là nguyên nhân cơ bản cho sự thất bại của những doanh nghiệp mới. Một công ty hoàn toàn có thể cạn kiệt nguồn tiền ngay cả khi nó có sản phẩm tốt và những khách hàng thỏa mãn.

Nhằm ngăn chặn việc một công ty cạn kiệt nguồn tiền, đa số những nhà kinh doanh cần vốn đầu tư hoặc một luồng tín dụng từ ngân hàng cho đến khi công ty của họ bắt đầu tự tạo ra lợi nhuận. Một công ty mới thường gặp phải khó khăn để có được một luồng tín dụng từ ngân hàng. Vì thế, những doanh nghiệp mới thường tìm kiếm vốn đầu tư, tự tháo gỡ khó khăn trong quá trình hoạt động hoặc dàn xếp một vài phương thức tài chính sáng tạo.

Nhu cầu đầu tư vốn: Công ty thường cần huy động tiền sớm để tạo ra quỹ đầu tư. Mặc dù những nhà người sáng lập doanh nghiệp có thể tự đầu tư cho những hoạt động ban đầu, họ sẽ càng ngày càng khó khăn để làm điều đó khi phải mua tài sản, xây dựng cơ sở, mua trang thiết bị, hay đầu tư vào những dự án khác. Nhiều doanh nghiệp mới khởi nghiệp có khả năng trì hoãn hay tránh những khoản chi tiêu này bằng cách cho thuê địa điểm hay dựa vào nguồn lực của những đối tác chiến lược. Tuy nhiên, ở một số thời điểm trong chu kỳ phát triển của mình, công ty cần phải chuyên môn hóa và có thể tự mua tài sản hơn là thuê hay cho thuê chúng.

Chu kỳ phát triển sản phẩm dài: Trong một số ngành công nghiệp, các công ty cần huy động tiền để trang trải cho những chi phí trả trước do chu kỳ phát triển sản phẩm dài. Ví dụ, phát triển một trò chơi điện tử thường cần thời gian từ một năm rưỡi đến hai năm. Trong ngành công nghệ sinh học, con đường để đạt được giấy phép thương mại cần khoảng 8 năm. Phát triển sản phẩm mới với “Tốc độ rùa bò” như thế này thường cần phải bỏ ra một chi phí đầu tư đáng kể trước khi giá trị của nó được công nhận. Như vậy chu kỳ phát triển sản phẩm dài là một thực tế mà các doanh nghiệp phải đối mặt trong nhiều ngành công nghiệp, và ngành công nghệ sinh học là một ví dụ điển hình.

1.2. Các hình thức cấp vốn cho khởi nghiệp

Chỉ có ít người đối mặt với quá trình huy động vốn đầu tư cho đến khi họ cần huy động vốn cho công ty của chính mình. Kết quả là nhiều nhà kinh doanh tiến hành việc này một cách bừa bãi vì thiếu kinh nghiệm trong lĩnh vực này và không am hiểu nhiều về những lựa chọn của mình. Sự thiếu sót này có thể dẫn đến việc một chủ doanh nghiệp đặt quá nhiều tín nhiệm vào một vài nguồn vốn và quá ít ở những nguồn khác. Những nhà kinh doanh cần phải có một sự hiểu biết càng đầy đủ càng tốt về những phương án có thể huy động tiền. Và việc huy động tiền là một hành động mang tính công bằng. Mặc dù một doanh nghiệp có thể cần tiền để sống sót, nhưng những người sáng lập thường không muốn hợp tác với những người không hiểu hay không quan tâm đến những mục tiêu dài hạn của họ.

Như vậy nguồn vốn cho khởi nghiệp có thể chia thành các nguồn chính sau đây:

- Nguồn tài chính cá nhân bao gồm: Tiền của các thành viên sáng lập; huy động từ bạn bè, gia đình, người thân; và tự huy động bằng các hình thức huy động sáng tạo.

- Vay nợ từ các tổ chức tín dụng.
- Vốn đầu tư từ các quỹ đầu tư mạo hiểm.
- Một số hình thức tài trợ khác.

2. NGUỒN TÀI CHÍNH CÁ NHÂN

2.1. Tiền của các thành viên sáng lập

Phần lớn các doanh nhân khởi nghiệp đều sử dụng nguồn vốn của chính bản thân mình. Nguồn vốn này có thể là tiền tiết kiệm cá nhân, tiền được thừa kế, cho tặng, cũng có thể do bán các động sản và bất động sản. Mỗi doanh nhân cần quyết định mình sẽ bỏ ra bao nhiêu để bắt đầu kinh doanh. Có người sẵn lòng bán nhà, bán tất cả tài sản cá nhân để kinh doanh. Như Konozuke Matshusita, ông chủ của Tập đoàn Matshusita với hai thương hiệu nổi tiếng Panasonic và National, đã phải bán cả đồ nữ trang của vợ để có tiền mở xưởng. Tuy nhiên, thông thường, các doanh nhân không khởi nghiệp bằng việc bán tất cả các tài sản mà chỉ sử dụng một khoản tiền nhất định nào đó.

Việc sử dụng vốn của (các) thành viên sáng lập để tiến hành các hoạt động sản xuất kinh doanh không chịu áp lực về thời hạn thanh toán cũng như chi phí vốn như sử dụng vốn vay. Quyền kiểm soát doanh nghiệp nằm trong tay (các) thành viên sáng lập, không phải chia sẻ cho người ngoài như trường hợp kêu gọi góp vốn. Tuy nhiên, cũng không nên bỏ ra những đồng cuối cùng vào kinh doanh để đề phòng trường hợp cần tiền gấp mà không thể huy động nhanh từ các nguồn khác.

Phần đông những người thành lập đầu tư tiền cá nhân cùng với giá trị lao động vào doanh nghiệp của họ. **Giá trị/tài sản sức lao động** được hiểu là giá trị của thời gian và công sức mà người sáng lập đã đóng góp vào một doanh nghiệp mới. Do phần lớn những người sáng lập không có một lượng lớn tiền để đổ vào doanh nghiệp nên thông thường giá trị sức lao động sẽ tạo nên sự khác biệt nhất.

2.2. Huy động từ gia đình, bạn bè, người thân

Vốn vay từ bạn bè, gia đình, người thân thường là những khoản vốn không lớn nhưng rất hữu ích trong giai đoạn đầu khi doanh nghiệp khó tiếp cận các nguồn vốn khác. Tuy nhiên, cũng giống như những nguồn vốn khác, vốn từ bạn bè, gia đình, người thân cũng có nhiều điểm lợi và nhiều điểm hạn chế.

Bạn bè và gia đình là nguồn tài chính thứ hai cho nhiều doanh nghiệp mới. Hình thức này thường đến dưới dạng những khoản vay và đầu tư, nhưng cũng có thể bao gồm những khoản tặng ngay, từ chối hay trì hoãn nhận thù lao (nếu một người bạn

hoặc thành viên trong gia đình làm việc cho doanh nghiệp), hoặc giảm hay miễn phí tiền thuê. Ví dụ, Cisco Systems, một nhà sản xuất khổng lồ các bộ định tuyến và chuyển mạch Internet, được hình thành trong nhà bố mẹ của một người đồng sáng lập.

Có ba nguyên tắc chính những nhà kinh doanh nên tuân theo khi tìm kiếm sự trợ giúp tiền bạc từ bạn bè và gia đình. Đầu tiên, thỉnh cầu nên được thực hiện với phong cách kinh doanh, cũng như khi một người làm việc với ngân hàng hay nhà đầu tư. Những tiềm năng cùng với rủi ro trong kinh doanh cần được trình bày rõ ràng. Thứ hai, nếu sự giúp đỡ mà công ty nhận được tồn tại dưới dạng các khoản vay, cần chuẩn bị một kỳ phiếu, với lịch trả nợ rõ ràng và kỳ phiếu này nên được ký bởi cả hai bên. Việc quy định các điều khoản bằng văn bản sẽ hạn chế sự hiểu nhầm có thể xảy ra và bảo vệ cả người kinh doanh lẫn bạn bè hay thành viên trong gia đình, những người cung cấp quỹ. Thứ ba, chỉ nên thỉnh cầu trợ giúp tài chính từ những người có khả năng hỗ trợ. Sẽ không phải là một ý hay nếu cứ luôn đi xin hỗ trợ từ những người bạn hay thành viên gia đình mà không cần quan tâm đến việc họ sẵn sàng giúp đỡ đến đâu, và nếu mất tiền có thể khiến họ kiệt quệ về tài chính. Những nhà kinh doanh không thể trả nợ cho bạn bè hay gia đình không chỉ có nguy cơ phá hủy mối quan hệ kinh doanh với họ mà còn phá hủy cả quan hệ cá nhân.

2.3. Huy động bằng cách tự xoay sở

Doanh nghiệp mới khởi nghiệp tìm cách tránh nhu cầu đối với tài chính từ bên ngoài bằng sự sáng tạo, khéo léo, tiết kiệm, cắt giảm chi phí, có trợ cấp, hay bất kỳ phương thức khác. Mục đích của doanh nghiệp là nhằm tối thiểu hóa chi phí khởi nghiệp bằng cách tích cực theo đuổi những phương thức cắt giảm chi phí và sử dụng những mẹo tiết kiệm tiền.

Mặc dù việc tự xoay sở và sử dụng quỹ cá nhân là hành động được đánh giá cao ở hầu hết những tình huống khởi nghiệp, thì vẫn luôn có những điểm hạn chế. Cắt giảm chi phí và tiết kiệm tiền là những nỗ lực đáng ngưỡng mộ, nhưng nếu những hành động này được quá đẩy xa nó có thể kìm hãm công ty trong việc khai thác tối đa tiềm năng của mình. Ví dụ, thay vì kinh doanh tại nhà thì việc thuê không gian ở một vườn ươm doanh nghiệp hay ở các địa điểm công cộng nơi có những công ty khởi nghiệp khác đang hoạt động, có thể rất có ích khi có thể giúp nhà kinh doanh tiếp cận với mạng lưới những người có thể cung cấp các dịch vụ hỗ trợ xã hội và nhận những lời khuyên trong kinh doanh.

3. VAY NỢ TỪ CÁC TỔ CHỨC TÍN DỤNG

Khi lượng vốn mà một công ty mới khởi nghiệp cần lại vượt quá ngân quỹ cá nhân, tiền huy động từ bạn bè và gia đình, hay thông qua hình thức tự xoay sở thì vay

nợ và tìm kiếm thêm người góp vốn là hai nguồn quỹ thông dụng nhất. Điều quan trọng nhất một nhà kinh doanh phải làm vào thời điểm đó là xác định chính xác những gì công ty cần và nguồn nào phù hợp nhất để đạt được những khoản tiền này. Một cách tiếp cận được lên kế hoạch chu đáo để huy động tiền làm tăng cơ hội thành công và tiết kiệm được đáng kể thời gian cho công ty.

3.1. Xác định lượng tài chính cần thiết

Xây dựng và phân tích báo cáo lưu chuyển tiền tệ và dự báo chi phí vốn cần thiết là những việc cần thực hiện để hoàn thành bước này. Thông tin này nên được chuẩn bị sẵn sàng trong bản kế hoạch kinh doanh. Biết chính xác lượng tiền cần rất quan trọng vì ít nhất hai lý do:

Đầu tiên, một công ty không muốn bị mất thanh khoản, cũng như không muốn phải trả những khoản chi phí vốn không cần thiết.

Thứ hai, những người kinh doanh khi nói chuyện với những nhà cho vay hay đầu tư tiềm năng sẽ tạo ra ấn tượng xấu khi họ thể hiện rằng mình không chắc chắn về lượng tiền cần thiết để trang trải cho doanh nghiệp của mình.

3.2. Xác định nguồn vốn vay phù hợp

Góp vốn hay vay nợ là hai lựa chọn phổ biến nhất để huy động tiền. Góp vốn (hay đầu tư) có nghĩa là đổi một phần sở hữu công ty thường dưới dạng chứng khoán để nhận lại sự đầu tư kinh phí. Những người góp vốn, phát hành chứng khoán riêng lẻ, đầu tư mạo hiểm và phát hành cổ phiếu ra công chúng lần đầu là những nguồn huy động vốn thông dụng nhất (trong chương này, chúng ta sẽ nghiên cứu về những nguồn này sau). Góp vốn cổ phần không phải là cho vay – khoản tiền công ty nhận được sẽ không phải trả lại. Thay vào đó, những nhà đầu tư vốn sẽ trở thành chủ sở hữu một phần công ty. Một số nhà đầu tư “trong dài hạn” và sẽ nhận được kết quả của việc đầu tư của mình qua khoản thanh toán cổ tức trên chứng khoán. Chứng khoán chỉ thường được bán theo một kỳ thanh toán lợi tức, điều xảy ra khi chuyển một phần hoặc toàn bộ chứng khoán của công ty thành tiền. Ba cách thanh toán lợi tức thông dụng nhất đối với một doanh nghiệp mới là bán ra công chúng, giao dịch thỏa thuận, hoặc sáp nhập với công ty khác.

Bởi vì những rủi ro kèm theo, những người góp vốn rất kén chọn và chỉ đầu tư một tỷ lệ phần trăm nhỏ trong trong kế hoạch kinh doanh họ đang cân nhắc. Một người góp vốn sẽ đánh giá một công ty có cơ hội kinh doanh độc đáo, tiềm năng phát triển lớn, với một phân khúc thị trường rõ ràng và năng lực quản lý được chứng minh là một ứng viên sáng giá. Trái lại, những công ty không phù hợp với những tiêu chuẩn này sẽ gặp khó khi xin đầu tư vốn. Nhiều nhà kinh doanh không quen thuộc với những tiêu chuẩn mà những nhà đầu tư vốn áp dụng và trở nên chán nản khi họ liên tục bị từ chối

bởi những các quỹ đầu tư mạo hiểm hay những người góp vốn. Thông thường, lý do họ không tiếp cận được các quỹ đầu tư mạo hiểm hay những người vốn không phải vì đề nghị kinh doanh của họ yếu kém, mà vì chính là vì họ không phù hợp với những tiêu chuẩn mà những nhà đầu tư vốn áp dụng.

Trong nội dung này sẽ chủ yếu trình bày về nội dung huy động vốn thông qua vay nợ. Các nội dung huy động vốn thông qua hình thức góp vốn hay đầu tư vốn sẽ được trình bày chi tiết trong phần 4, 5 và 6 cũng trong chương này.

Có hai lợi ích chính của việc đi vay so với việc tài trợ vốn.

Thứ nhất, lợi ích chủ yếu đối với phần lớn doanh nghiệp là họ sẽ **không bị mất quyền sở hữu** doanh nghiệp.

Thứ hai, số **tiền lãi** phải trả cho khoản vay **được khấu trừ thuế**, trong khi cổ tức phải trả cho nhà đầu tư thì lại không.

Cũng có hai bất lợi chính của việc đi vay.

Thứ nhất, **khoản vay phải được trả lại**. Điều này sẽ gây khó khăn cho những doanh nghiệp nhỏ mới được thành lập, khi mà mục tiêu của các doanh nghiệp chỉ là tồn tại được. Trong suốt thời gian đầu của doanh nghiệp mới thành lập có thể là vài tháng đầu hoặc có khi là một năm, thậm chí lâu hơn nữa, lượng tiền mặt trong doanh nghiệp là cực kì eo hẹp.

Thứ hai, người cho vay có thể buộc chủ doanh nghiệp phải dùng tài sản cá nhân làm **tài sản bảo đảm** thì mới được vay. Hơn nữa, một ngân hàng cho vay có thể đặt ra những điều kiện cho khoản vay, ví dụ như người đi vay phải duy trì một số tiền tối thiểu nào đó trong tài khoản, nếu không, khoản vay sẽ đến hạn và bị thu hồi.

3.2.1. Vay vốn từ ngân hàng thương mại

Trước đây, ngân hàng thương mại không được coi là nguồn tài trợ cho doanh nghiệp mới thành lập. Nhận định này không phải là sự chỉ trích đối với ngân hàng, mà chỉ vì ngân hàng không ưa mạo hiểm trong khi tài trợ cho những công ty mới thành lập thì lại là một nghiệp vụ mạo hiểm. Thay vì tìm cách đầu tư vào những doanh nghiệp có thể thu được lợi nhuận trong thời gian ngắn, giống như cách làm của các nhà đầu tư mạo hiểm, ngân hàng tìm kiếm những khách hàng có đủ khả năng trả nợ. Ngân hàng thường quan tâm đến những công ty có dòng tiền mạnh, tỉ lệ nợ thấp, nguồn tài chính được kiểm soát, khả năng quản lí tốt, và một bảng cân đối kế toán đẹp. Mặc dù nhiều công ty mới thành lập được quản lí tốt, rất ít công ty có thể đáp ứng những điều kiện còn lại, ít nhất là tại thời điểm ban đầu. Nhưng ngân hàng vẫn là một nguồn cung cấp tín dụng quan trọng cho các doanh nghiệp nhỏ trong quá trình hoạt động của họ sau

này.

Có hai lí do mà trước đây ngân hàng thường rất khó khăn khi cho doanh nghiệp mới thành lập vay vốn.

Thứ nhất, như đã đề cập trước đó, **ngân hàng không ưa thích rủi ro**. Thêm vào đó, ngân hàng thường có quy định kiểm soát nội bộ và vướng phải những hạn chế nghiêm ngặt, cấm họ cho vay rủi ro cao. Do đó, khi một doanh nghiệp tiếp cận một ngân hàng để đề nghị vay hàng tỷ đồng mà tài sản bảo đảm duy nhất chỉ là sự nhận thức được vấn đề cần giải quyết, kế hoạch để giải quyết nó, và có thể là một vài sở hữu trí tuệ, ngân hàng gần như sẽ không bao giờ cho vay. Ngân hàng có những tiêu chuẩn nhất định để quyết định cho vay, ví dụ như tỉ lệ nợ trên vốn chủ sở hữu tối thiểu, mà tỉ lệ này thì hoàn toàn bất lợi cho doanh nghiệp.

Lí do **thứ hai** mà ngân hàng thường rất khó khăn khi cho doanh nghiệp mới thành lập vay đó là việc cho doanh nghiệp nhỏ vay thường **không sinh lợi nhiều** như đối với doanh nghiệp lớn – vốn dĩ là những khách hàng chủ yếu của các ngân hàng thương mại. Nếu một doanh nghiệp tiếp cận một ngân hàng để đề nghị vay 200 triệu đồng, số tiền đó thật không đáng để ngân hàng bỏ thời gian thẩm định tính khả thi của doanh nghiệp, từ đó xác định được rủi ro của doanh nghiệp. Ngân hàng phải bỏ ra rất nhiều thời gian để đánh giá phương án kinh doanh cũng như giá trị của doanh nghiệp mới thành lập. Các nghiên cứu chỉ ra rằng quy mô doanh nghiệp là một yếu tố quan trọng quyết định đến việc doanh nghiệp đó có được vay vốn hay không. Khoản vay 200 triệu đồng có thể được coi là vừa rủi ro cao, vừa mang lại ít lợi nhuận cận biên (tính trên thời gian ngân hàng phải bỏ ra để thẩm định doanh nghiệp), do đó, ngân hàng thương mại sẽ không mấy hào hứng đối với khoản vay đó.

Dù trước đây là như vậy, một số ngân hàng đã bắt đầu nhắm đến các doanh nghiệp mới thành lập – mặc dù số đông vẫn chưa đồng ý với quan điểm này. Đối với các khoản vay cho doanh nghiệp mới thành lập, một vài ngân hàng đã sửa đổi tiêu chuẩn cho vay của họ và bắt đầu chú ý tới dòng tiền và năng lực của đội ngũ quản lí hơn là tài sản bảo đảm và một bảng cân đối kế toán đẹp. Các doanh nghiệp nên theo sát xu hướng phát triển này.

Nói chung, ngân hàng cho vay tiền với điều kiện phải được trả lãi suất. Ngân hàng không phải nhà đầu tư. Chính vì thế, ngân hàng quan tâm đến hạn chế tối thiểu rủi ro, có thể là vay vốn thế chấp, và trả nợ, trái lại với lợi tức từ đầu tư và lãi vốn. Ứng cử viên phù hợp cho một khoản vay ngân hàng là những công ty có dòng tiền mạnh, tỷ lệ vốn vay thấp, báo cáo tài chính được kiểm toán, hoạt động quản trị tốt và một cân đối kế toán đẹp. Sự xem xét cẩn thận những tiêu chuẩn này giải thích vì sao

những người khởi nghiệp gặp khó khăn trong việc nhận được vốn vay từ ngân hàng. Đơn giản là đa số những công ty mới khởi nghiệp còn quá non nớt trong chu kỳ phát triển của mình để có đủ những đặc điểm cần thiết mà ngân hàng mong muốn.

Do đó, hầu hết những công ty mới khởi nghiệp phải dựa chủ yếu vào quỹ tiền cá nhân, bạn bè và gia đình, và tự thân vận động lúc ban đầu và phải đợi đến thời gian sau để huy động hay vay nợ tài chính. Thật ra, đa số những công ty mới khởi nghiệp không có đủ đặc điểm mà ngân hàng hay nhà đầu tư yêu cầu cho đến khi họ chứng minh được ý tưởng sản phẩm hay dịch vụ của mình đã đạt được một mức độ thành công nhất định trên thị trường.

3.2.2. Các khoản vay được bảo lãnh

Tại Mỹ, khoảng 50% trong số 9.000 ngân hàng tham gia vào Chương trình cho vay theo bảo lãnh của SBA. Chương trình SBA đáng chú ý nhất dành cho các doanh nghiệp nhỏ là 7(A) Loan Guaranty Program (Chương trình bảo lãnh khoản vay 7(A)). Chương trình này chiếm đến 90% trong hoạt động cho vay của SBA. Chương trình vận hành thông qua những định chế cho vay ở khu vực tư nhân, các tổ chức này sẽ cho vay dưới sự bảo lãnh của SBA. Các khoản vay này dành cho những doanh nghiệp nhỏ không thể được tài trợ thông qua các kênh vay vốn thông thường với những điều kiện nhất định. Hiệp hội SBA hiện không cung cấp những khoản vay trực tiếp, ngoại trừ một chương trình cho vay trực tiếp đối với những doanh nghiệp ở khu vực vừa bị thiên tai.

Phần lớn các doanh nghiệp đều có thể xin vay theo bảo lãnh của SBA. SBA có thể bảo lãnh lên tới 75% (nợ trên vốn chủ sở hữu), nhưng không vượt quá 5 triệu Đôla. Đối với các khoản vay 150.000 Đôla hoặc nhỏ hơn, số tiền bảo lãnh có thể lên tới 85%. Các khoản vay có bảo lãnh có thể được dùng cho gần như mọi mục đích kinh doanh hợp pháp. Thời hạn tối đa của khoản vay là 10 năm đối với vốn lưu động, 10 năm đối với thiết bị (hoặc thời gian sử dụng hữu ích của thiết bị), và 25 năm đối với vay mua bất động sản. Để nhận được một khoản vay được SBA bảo lãnh, doanh nghiệp cần nộp hồ sơ đáp ứng được yêu cầu của cả người cho vay và SBA. Đặc biệt, cá nhân phải thế chấp toàn bộ tài sản để bảo đảm cho khoản vay.

Ở Việt Nam việc bảo lãnh tín dụng không mới nhưng cũng không quá phổ biến. Trong đó, bảo lãnh tín dụng được hiểu là một cam kết được đưa ra bởi một tổ chức tín dụng, một tổ chức tài chính nhằm hoàn lại số tiền cho bên cho vay nếu bên vay không trả được nợ. Bên vay phải chịu thêm một khoản phí gọi là phí bảo lãnh tín dụng.

Theo thống kê, ở Việt Nam hiện nay có trên 90% số doanh nghiệp có quy mô vừa và nhỏ. Trong bối cảnh kinh tế khó khăn và tiếp tục suy giảm như hiện nay, chính

nhóm đối tượng này dễ bị tổn thương nhất do quy mô sản xuất nhỏ, khả năng tài chính kém, khó tiếp cận các nguồn vốn vay từ ngân hàng. Và đây cũng chính là nhóm đối tượng cần được bảo lãnh tín dụng nhất nhằm vượt qua khó khăn, tiếp tục tồn tại và phát triển trong nền kinh tế ngày càng khó khăn như hiện nay.

Ở cấp Nhà nước, hiện ta đang có hoạt động bảo lãnh của Ngân hàng Phát triển Việt Nam (Việt Nam Development Bank – VDB, trước là Quỹ hỗ trợ phát triển doanh nghiệp). Đây là ngân hàng hoạt động không vì mục đích lợi nhuận, tỷ lệ dự trữ bắt buộc bằng 0% (không phần trăm), không phải tham gia bảo hiểm tiền gửi, được Chính phủ bảo đảm khả năng thanh toán, được miễn nộp thuế và các khoản nộp ngân sách nhà nước theo quy định của pháp luật (theo Quyết định số 44/2007/QĐ-TTg ngày 30/3/2007). VDB có vốn từ nguồn huy động như các tổ chức tín dụng khác, từ nhận ủy thác quản lý nguồn vốn ODA được Chính phủ cho vay lại; nhận ủy thác, cấp phát cho vay đầu tư và thu hồi nợ của khách hàng từ các tổ chức trong và ngoài nước thông qua hợp đồng nhận ủy thác giữa VDB với các tổ chức ủy thác, ủy thác cho các tổ chức tài chính, tín dụng thực hiện nghiệp vụ tín dụng của mình.

VDB cam kết sẽ bảo lãnh 100% vốn vay và lãi phát sinh theo hợp đồng, thời gian thỏa thuận vay vốn của doanh nghiệp với ngân hàng thương mại. Mức phí bảo lãnh tối đa 0,5% một năm dựa trên số tiền được bảo lãnh. Quá trình thẩm định hồ sơ bảo lãnh vay vốn theo quy định sẽ không quá 20 ngày đối với các dự án đầu tư, phương án kinh doanh phân cấp. Còn trường hợp không phân cấp và bảo lãnh vốn vay bằng ngoại tệ, thời gian thẩm định không quá 10 ngày. Các hợp đồng bảo lãnh, thế chấp tài sản và nhận nợ nguyên tắc sẽ tiến hành trong thời gian tối đa 5 ngày.

Sau đó, VDB cấp chứng thư bảo lãnh cho doanh nghiệp để tiến hành các thủ tục vay vốn với ngân hàng thương mại. Giám đốc các chi nhánh VDB sẽ quyết định về bảo lãnh vay vốn với các khách hàng doanh nghiệp trên địa bàn. VDB chỉ cấp chứng thư bảo lãnh vay vốn và giới thiệu cho doanh nghiệp với những ngân hàng đã ký kết biên bản thỏa thuận. Doanh nghiệp muốn được bảo lãnh vay vốn phải mở tài khoản tại các chi nhánh VDB.

Khi được VDB bảo lãnh vay vốn, các doanh nghiệp phải chịu mức phí bảo lãnh cao nhất bằng 0,5%/năm trên tổng số tiền được bảo lãnh. Tuy bị mất phí bảo lãnh nhưng doanh nghiệp vẫn được vay vốn với lãi suất thấp hơn lãi suất thị trường vì khoản vay này được các ngân hàng thương mại xếp vào dạng khách hàng tốt nhất với tỷ lệ rủi ro bằng không. Nếu doanh nghiệp không trả được nợ thì VDB sẽ trả hộ. Khi phát sinh nhu cầu vay vốn có bảo lãnh, doanh nghiệp gửi hồ sơ đề nghị bảo lãnh vay vốn đến VDB, nhiều nhất là 20 ngày làm việc kể từ khi nhận đủ hồ sơ. VDB tiến hành thẩm định nếu đủ điều kiện thì có văn bản thông báo chấp thuận bảo lãnh cho doanh

nghiệp vay vốn. Trường hợp không chấp thuận bảo lãnh, VDB sẽ thông báo cho doanh nghiệp và giải thích rõ lý do không chấp thuận.

Ngoài ra, nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp vừa và nhỏ trên địa bàn một số tỉnh, thành phố, UBND tỉnh/thành phố đã ra quyết định thành lập Quỹ bảo lãnh tín dụng trực thuộc UBND. Trong đó, với chức năng là tổ chức tài chính do UBND tỉnh thành lập, hoạt động không vì mục tiêu lợi nhuận, Quỹ bảo lãnh tín dụng có nhiệm vụ cơ bản là bảo lãnh cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa, các hợp tác xã, trang trại, hộ kinh doanh cá thể trên địa bàn tỉnh/thành phố được vay vốn tại các tổ chức tín dụng khi thiếu tài sản thế chấp. Hoạt động của các quỹ bảo lãnh tín dụng loại này đã, đang và sẽ hỗ trợ các khách hàng tăng cường nguồn lực tài chính để vượt qua giai đoạn khó khăn, tiếp tục duy trì và thúc đẩy sản xuất kinh doanh phát triển.

3.3. Chuẩn bị hồ sơ vay vốn

Như đã phân tích ở trên, đây là nguồn vốn lớn, phổ biến và rất sẵn sàng để cho vay. Tuy nhiên, có một thực tế là các ngân hàng, các tổ chức tín dụng vì lý do an toàn thường muốn cho các doanh nghiệp đã hoạt động ổn định vay hơn là các doanh nghiệp mới khởi sự vay. Ưu điểm của vốn vay từ ngân hàng và các tổ chức tín dụng là không phải chia sẻ quyền sở hữu, tiền trả lãi vay được coi là chi phí kinh doanh nên được khấu trừ vào doanh thu. Tuy nhiên, vay ngân hàng và các tổ chức tín dụng luôn bị sức ép rất lớn về việc thanh toán đúng hạn cả gốc và lãi.

Để vay được vốn ngân hàng cần có tài sản thế chấp. Tài sản thế chấp có thể là bất động sản, tài khoản tiết kiệm hoặc chính tài sản mà doanh nghiệp dùng vốn vay để đầu tư. Đến kỳ hạn thanh toán nếu doanh nghiệp không có khả năng trả nợ cả gốc và lãi thì tài sản thế chấp sẽ được ngân hàng dùng để thanh toán khoản nợ.

Hồ sơ vay vốn từ các ngân hàng, các tổ chức tín dụng về cơ bản gồm 4 phần.

Hồ sơ pháp lý, bao gồm:

- Điều lệ Công ty/Tổng công ty.
- Giấy phép thành lập/Đăng ký kinh doanh/Giấy phép đầu tư.
- Quyết định bổ nhiệm Giám đốc.
- Quyết định bổ nhiệm Kế toán trưởng.
- Giấy chứng nhận mã số thuế.

Hồ sơ khoản vay, bao gồm:

- Đơn/Giấy đề nghị vay vốn (thường theo mẫu có sẵn của ngân hàng).
- Phương án vay vốn: mục đích sử dụng, giải trình hiệu quả của phương án.
- Kế hoạch trả nợ gốc/lãi.

Hồ sơ tài sản đảm bảo khoản vay, bao gồm:

• **Đối với bất động sản:** Giấy chứng nhận quyền sở hữu nhà và quyền sử dụng đất ở, Giấy chứng nhận quyền sử dụng đất...

• **Đối với động sản:** Giấy đăng ký tài sản, Hóa đơn tài chính, Tờ khai hải quan, Hợp đồng mua bán hàng hóa, Giấy chứng nhận quyền sở hữu tài sản hoặc giấy tờ đặc biệt khác...

• **Các quyền bao gồm:** quyền tác giả, quyền sở hữu công nghiệp, quyền đòi nợ, quyền được nhận bảo hiểm, các quyền tài sản khác phát sinh từ hợp đồng hoặc từ các văn bản pháp lý khác, quyền đối với phần vốn góp trong doanh nghiệp, quyền khai thác tài nguyên, các quyền và quyền lợi phát sinh trong tương lai (nếu có)...

• **Các giấy tờ khác:** giấy chứng nhận bảo hiểm tài sản, giấy phép xây dựng (nhà, xưởng)...

Hồ sơ tài chính thường từ 2 – 3 năm gần nhất, bao gồm:

- Bảng cân đối kế toán.
- Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh.
- Thuyết minh báo cáo tài chính.
- Báo cáo lưu chuyển tiền tệ.

Chú ý, để vay được vốn thông qua bảo lãnh thì hồ sơ vay vốn của doanh nghiệp cần phải đáp ứng yêu cầu của cả hai tổ chức đó bao gồm tổ chức cho vay và tổ chức bảo lãnh khoản vay.

4. VỐN TỪ QUỸ ĐẦU TƯ MẠO HIỂM

4.1. Hoạt động của các quỹ đầu tư mạo hiểm

Vốn đầu tư mạo hiểm (Venture Capital – VC) là tiền được đầu tư bởi những công ty/quỹ đầu tư vốn mạo hiểm vào những doanh nghiệp mới khởi nghiệp, quy mô nhỏ nhưng có tiềm năng phát triển nổi bật. Đây là một ngành kinh doanh trong đó các quỹ đầu tư tài chính tiến hành các hoạt động đầu tư nhằm thu lợi nhuận. Các doanh nghiệp nói chung và các doanh nghiệp mới khởi sự nói riêng phải coi các VC là khách hàng. Với khách hàng thông thường, doanh nghiệp bán sản phẩm hàng hóa, dịch vụ thì với các VC, doanh nghiệp bán ý tưởng kinh doanh. Thành công của việc tiếp cận nguồn vốn này chính là thuyết phục được các nhà đầu tư chuyên nghiệp bỏ tiền ra.

Có khoảng 800 doanh nghiệp đầu tư vốn mạo hiểm ở Mỹ, quản lý gần 179 tỷ Đôla. Vào năm 2010, những công ty đầu tư vốn mạo hiểm đầu tư khoảng 21,8 Tỷ Đôla vào hơn 3.276 giao dịch. Năm đỉnh cao cho việc đầu tư vốn mạo hiểm là năm 2000, khi 98,6 tỷ đô được đầu tư vào sự phát triển điên cuồng của thương mại điện tử. Quỹ được huy động từ những cá nhân có tài sản, quỹ quản lý lương, quỹ của các trường đại học, nhà đầu tư nước ngoài và những nguồn tương tự. Nhà đầu tư đầu tư vào quỹ mạo

hiếm được gọi là những thành viên chịu trách nhiệm hữu hạn. Nhà đầu tư vốn mạo hiểm, người quản lý quỹ, được gọi là thành viên chịu trách nhiệm chung.

Vào năm 2009, quy mô trung bình của quỹ là 151 triệu Đôla. Những nhà đầu tư vốn mạo hiểm quản lý quỹ nhận được một khoản phí quản lý hàng năm khoảng 20% đến 25 % của lợi nhuận kiếm được từ quỹ. Phần trăm lợi nhuận mà nhà đầu tư vốn mạo hiểm nhận được gọi là “carry”. Vậy nếu một công ty đầu tư vốn mạo hiểm huy động một khoản 100 triệu đô và quỹ tăng lên đến 500 triệu đô, thì khoản 20% mà công ty sẽ nhận, sau khi trả tiền gốc 100 triệu, sẽ là 20% của 400 triệu, tương đương 80 triệu.

Những nhà đầu tư mạo hiểm biết rằng họ thực hiện việc đầu tư mạo hiểm và trong số họ sẽ có người không thành công. Thực tế, hầu hết những công ty đầu tư vốn mạo hiểm cho rằng chỉ có khoảng 20% hoặc ít những hơn khoản đầu tư của họ có thể thành công, 40% sẽ thu hồi được tối thiểu lượng vốn đầu tư, và 40% sẽ thất bại. Như vậy, những khoản đầu tư thu được lợi nhuận phải đủ để bù đắp cho những thương vụ còn lại.

4.2. Một số vấn đề cần lưu ý khi tiếp cận vốn từ các quỹ đầu tư mạo hiểm

Thực chất các VC cũng ít khi thật sự mạo hiểm do phần lớn những người điều hành không phải là nhà đầu tư và phải chịu trách nhiệm trước nhà đầu tư của họ. Một phần quan trọng để nhận được vốn đầu tư mạo hiểm là phải trải qua một quá trình thẩm định đầu tư, đây là quá trình liên quan đến việc điều tra những đặc điểm của một doanh nghiệp tiềm năng và xác minh những vấn đề mấu chốt trong bản kế hoạch kinh doanh.

Do đó, một mặt, nếu doanh nghiệp chuẩn bị các bản báo cáo rõ ràng và kế hoạch kinh doanh cụ thể sẽ có cơ hội nhận được khoản đầu tư cao hơn.

Cần “Biết người – Biết ta” vì các VC không chỉ có trong tay ý tưởng kinh doanh của doanh nghiệp, họ còn có rất nhiều ý tưởng độc đáo khác. Do đó, không nên cho rằng ý tưởng của mình là độc đáo nhất và có tư tưởng, hành động như thể mình sẽ được đầu tư dù bất cứ chuyện gì.

Thể hiện sự trung thực và chuyên nghiệp, tránh khoa trương hay hứa hẹn những việc nằm ngoài khả năng thực hiện của mình. Các nhà đầu tư thật sự và nhân viên làm việc tại các quỹ đánh giá cao tính trung thực và tin tưởng vào những người chuyên nghiệp.

Sự có mặt của VC trong hội đồng quản trị có thể sẽ gây những rắc rối trong quá trình kinh doanh. VC sẽ hành động vì mục tiêu lợi nhuận, họ có thể không hiểu hoặc cố tình lơ đi triết lý kinh doanh và giá trị cốt lõi của doanh nghiệp. Khi VC rút vốn, họ

cũng có thể chuyển nhượng số cổ phần của mình cho các đối tác còn kém thiện chí hơn.

Các cam kết đầu tư vốn sẽ không được thực hiện một cách đơn giản và dễ dàng, vốn sẽ được giải ngân từ từ và căn cứ trên kết quả hoạt động kinh doanh cụ thể của doanh nghiệp nhận vốn.

Các cam kết hỗ trợ từ độ ngũ quản lý tài ba và nhiều kinh nghiệm sẽ rất khó thành hiện thực do các VC còn rất nhiều việc để làm và còn nhiều công ty để đầu tư.

Ở Việt Nam, làn sóng đầu tư mạo hiểm chỉ thật sự mạnh từ sau năm 2001 với sự ra đời của một loạt các quỹ đầu tư như IDG, Vinacapital, Mekong Capital, Dragon Capital... Một số thông tin cơ bản về các quỹ đầu tư mạo hiểm hiện đang hoạt động tại Việt Nam như:

Bảng 2.1: Thông tin cơ bản về các Quỹ đầu tư mạo hiểm đang hoạt động tại Việt Nam

Tên quỹ	Năm	Vốn (USD)	Thông tin
IDG Ventures Vietnam	2004	100 Triệu	www.idgvv.com.vn
Vinacapital	2003	2 Tỷ	www.vinacapital.com
Mekong Capital	2001		www.mekongcapital.com
The Mekong Enterprises Fund, Ltd		18,5 Triệu	www.mekongcapital.com
The Mekong Enterprises Fund II, Ltd		50 Triệu	www.mekongcapital.com
The Vietnam Azalea Fund, Ltd		100 Triệu	www.mekongcapital.com
Dragon Capital	VP		www.dragoncapital.com

Mặt khác, một nhà kinh doanh nên đặt ra những câu hỏi sau và xem xét kỹ lưỡng câu trả lời trước khi chấp nhận đầu tư từ một công ty đầu tư mạo hiểm:

- Nhà đầu tư mạo hiểm có kinh nghiệm trong lĩnh vực kinh doanh của doanh nghiệp hay không?
- Họ trực tiếp tham gia hay không trực tiếp tham gia vào vai trò quản lý doanh nghiệp?
- Các đặc điểm của cả hai bên có phù hợp với nhau không?
- Liệu công ty có đủ tiền hay có các mối quan hệ đáng giá trong lĩnh vực đầu tư mạo hiểm để cung cấp các khoản tài chính tiếp theo không?
- Công ty có thiện chí đàm phán về tỷ lệ phần trăm sở hữu họ muốn có ở doanh

ng nghiệp của chúng ta đổi lại cho khoản đầu tư của họ hay không?

4.3. Đầu tư mạo hiểm từ doanh nghiệp

Cùng với đầu tư mạo hiểm truyền thống, còn có đầu tư mạo hiểm từ doanh nghiệp. Loại hình thức này cũng tương tự với đầu tư mạo hiểm truyền thống ngoại trừ việc các doanh nghiệp sẽ đầu tư vào những doanh nghiệp mới khởi nghiệp nằm trong những lĩnh vực mà họ quan tâm. Thực tế, những công ty được nhận đầu tư mạo hiểm phải chịu gánh nặng cực kỳ lớn để thể hiện được mình đúng như mong đợi của những nhà đầu tư vào họ vì được nhận vốn đầu tư mạo hiểm không có nghĩa là doanh nghiệp chắc chắn sẽ thành công.

Đầu tư mạo hiểm từ doanh nghiệp ở Việt Nam hiện nay có thể hiểu dưới hình thức đầu tư chiến lược. Trong đó, các doanh nghiệp có tiềm lực kinh tế mạnh có thể đầu tư vào các doanh nghiệp trong cùng ngành kinh doanh hoặc khác ngành kinh doanh để tìm kiếm những lợi ích mang lại không chỉ từ lợi nhuận tài chính từ các khoản đầu tư đó. Các doanh nghiệp có thể đầu tư vào nhà cung cấp hoặc nhà phân phối của mình, có thể đầu tư vào một công ty mới nổi trong ngành đang theo đuổi một sự án công nghệ hay nghiên cứu một công nghệ mới nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh hoặc chất lượng sản phẩm.

5. MỘT SỐ HÌNH THỨC HUY ĐỘNG VỐN SÁNG TẠO KHÁC

Bởi vì các doanh nghiệp nhỏ, đặc biệt là các doanh nghiệp mới thành lập thường khó để nhận được các khoản tài trợ, họ thường sử dụng những cách rất sáng tạo để tìm được nguồn hỗ trợ tài chính. Kể cả đối với những doanh nghiệp có thể dễ dàng tìm được nguồn tài trợ, việc tìm kiếm những nguồn vốn rẻ hơn các nguồn truyền thống cũng là một cách làm khôn ngoan. Các nội dung dưới đây thảo luận về ba nguồn tài trợ sáng tạo mà các doanh nghiệp nhỏ thường dùng.

5.1. Thuê tài chính

Hợp đồng thuê tài chính (lease agreement) là một thỏa thuận bằng văn bản, trong đó, chủ tài sản cho phép cá nhân hoặc doanh nghiệp sử dụng tài sản của mình trong một khoảng thời gian nhất định và nhận được tiền thuê. Lợi ích chủ yếu của việc đi thuê là nó cho phép một công ty được quyền sử dụng tài sản mà không phải trả tiền ngay một lần hoặc trả rất ít. Hai loại thuê tài chính chủ yếu mà doanh nghiệp nhỏ thường sử dụng là thuê nhà xưởng và thuê thiết bị.

Có rất nhiều doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực cho thuê tài chính. Một vài nhà cung cấp, ví dụ như Dell, cho doanh nghiệp trực tiếp thuê. Cũng giống như ngân

hàng, nhà cung cấp tìm kiếm những khách hàng thuê đáng tin cậy và có khả năng trả tiền thuê. Cũng có những công ty cho thuê mạo hiểm, hoạt động như những nhà môi giới, làm cầu nối giữa người đi thuê và người cho thuê. Các công ty này có mối quan hệ với những nhà sản xuất các thiết bị đặc thù và kết nối những nhà sản xuất này với các công ty mới thành lập đang cần thiết bị. Một trong những trách nhiệm của các công ty này là thực hiện thẩm định công ty mới thành lập và đảm bảo rằng công ty này có thể trả tiền thuê.

Phần lớn các thương vụ cho thuê tài chính đều gồm một khoản tiền nhỏ phải trả ban đầu và các khoản tiền phải trả hàng tháng trong suốt quá trình thuê. Tại thời điểm cuối thời kì thuê, công ty mới thành lập được quyền ngưng sử dụng thiết bị, hoặc mua nó với giá thị trường, hoặc tiếp tục thuê. Các thương vụ thuê tài chính với giá trị lớn đều phải được thương lượng kĩ càng như phải tra xét cẩn thận như tài trợ vậy. Thuê tài chính luôn luôn đắt hơn việc mua tài sản, nên phần lớn doanh nghiệp cho rằng thuê tài chính là một cách thay thế cho tài trợ bằng vốn hoặc nợ. Mặc dù số tiền phải trả ngay là không lớn, điểm bất lợi chủ yếu là vào cuối thời kì thuê tài chính, người thuê không được sở hữu bất động sản hoặc thiết bị. Tất nhiên, đây có thể là lợi thế nếu công ty thuê thiết bị như máy tính hay những thiết bị công nghệ dễ bị lỗi thời.

5.2. Các hình thức tài trợ khác

5.2.1. Tín dụng từ người bán

Chủ doanh nghiệp có thể huy động (hay chiếm dụng) vốn bằng rất nhiều cách khác. Tín dụng của người bán hay còn gọi là tín dụng thương mại (seller financing) là khi nhà cung cấp tín dụng cho doanh nghiệp bằng cách cho phép doanh nghiệp mua hàng hóa hoặc dịch vụ trước và trả tiền sau. Tín dụng người bán được sử dụng khá phổ biến, chủ yếu trong điều kiện nền kinh tế suy thoái, vì khi đó, doanh nghiệp sẽ khó vay vốn ngân hàng hơn. Theo một cuộc khảo sát do Hiệp hội Doanh nghiệp nhỏ của Mỹ tiến hành, giữa tháng 8 và tháng 12 năm 2009, thời điểm tồi tệ nhất của suy thoái kinh tế, khoảng 22%-29% chủ doanh nghiệp sử dụng đến tín dụng người bán. Bán nợ (khoản phải thu) cũng là một biến thể để vay được tiền mặt. Bán nợ không hẳn là tài trợ bằng nợ, mà nó là một giao dịch tài chính, theo đó, doanh nghiệp sẽ bán khoản phải thu của mình với giá thấp hơn cho bên thứ ba, gọi là bên mua nợ để nhận lấy tiền mặt.

5.2.2. Bán hàng trả trước

Bán hàng trả trước là cách mà doanh nghiệp đề nghị khách hàng tài trợ cho hoạt động kinh doanh của mình. Với cách này doanh nghiệp có thể có một khoản nợ ngắn hạn, có thể ảnh hưởng đến doanh thu và lợi nhuận do bán hàng ở mức giá thấp hơn nhưng cũng mang lại nhiều lợi ích. Lợi ích của cách huy động vốn này là chi phí vốn

thấp, tạo điều kiện giúp doanh nghiệp lập kế hoạch bán hàng – doanh thu – lợi nhuận, cho phép doanh nghiệp tập trung vào chất lượng sản phẩm dịch vụ, giúp duy trì công việc kinh doanh ổn định và bền vững.

5.2.3. Đối tác chiến lược trong khởi nghiệp

Đối tác chiến lược cũng là một nguồn cung cấp vốn cho khởi động việc kinh doanh. Đối tác chiến lược thường đóng vai trò quan trọng trong việc giúp đỡ những doanh nghiệp mới và phát triển mô hình kinh doanh.

Ví như, các công ty công nghệ sinh học thường dựa vào các đối tác trong hỗ trợ tài chính. Các công ty này, khá là nhỏ, thường hợp tác với các công ty thuốc lớn để thực hiện thử nghiệm lâm sàng và cung cấp sản phẩm ra thị trường. Phần lớn những hợp tác kiểu này có cần đến bản thỏa thuận cấp phép. Một thỏa thuận phổ biến là: công ty công nghệ sinh học cấp phép cho công ty dược về một sản phẩm đang được nghiên cứu để có được hỗ trợ tài chính trong quá trình nghiên cứu và sản xuất sản phẩm đó. Loại thỏa thuận này cho phép công ty công nghệ sinh học có tiền để hoạt động trong khi thuốc đang được nghiên cứu và phát triển. Nhược điểm của thỏa thuận này là công ty lớn cuối cùng sẽ sản xuất và chiếm giữ một phần lớn thu nhập cho bản thân. Đôi khi đối tác chiến lược chiếm giữ vai trò khác trong việc giúp đỡ công ty công nghệ sinh học chính là việc phân phối sản phẩm ra thị trường và cho phép giữ một phần lớn hơn lợi nhuận hơn là cho phép thỏa thuận cấp phép.

Điều cuối cùng, nhiều đối tác được hình thành để chia sẻ chi phí sản xuất hoặc phát triển dịch vụ, để tiếp cận một nguồn tài nguyên cụ thể, hoặc tăng tốc độ bao phủ thị trường. Trong việc tiếp cận máy móc thiết bị, nhà xưởng và kênh phân phối, các doanh nghiệp mới khởi nghiệp sẽ mang đến cho đối tác tinh thần khởi nghiệp và rất nhiều các ý tưởng mới mẻ. Những loại thỏa thuận này có thể giúp cho những doanh nghiệp mới khởi nghiệp giảm bớt gánh nặng về tài chính.

Đầu tư chiến lược cũng có thể là một lựa chọn tốt để bắt đầu hoặc mở rộng công việc kinh doanh. Thông thường nhà đầu tư chiến lược có thể là một công ty lớn trong ngành hoặc một lĩnh vực kinh doanh có thể sử dụng dịch vụ lẫn nhau. Đối tác là doanh nghiệp lớn trong ngành thường đầu tư với một điều khoản độc quyền và không muốn các doanh nghiệp khác trong ngành có được sản phẩm, công nghệ hoặc dịch vụ của doanh nghiệp trước khi họ chiếm lĩnh toàn bộ thị trường. Đầu tư chiến lược có thể có nhiều dạng, bao gồm vốn sở hữu, khoản cho vay, khoản trả trước, cam kết khả năng nhận được đầu tư, đổi sản phẩm, dịch vụ lấy vốn... Còn đối tác đầu tư chiến lược trong lĩnh vực kinh doanh có thể sử dụng dịch vụ lẫn nhau sẽ có sản phẩm, dịch vụ mà bạn cần và cần sản phẩm, dịch vụ mà bạn có.

5.2.4. Tín dụng vi mô

Dịch vụ tài chính vi mô được F.W. Raiffeisen nghĩ ra và áp dụng đầu tiên ở Đức vào những năm 1860 để đối phó với vấn đề tín dụng trong nông nghiệp, các nghề thủ công và các công nghiệp nhỏ ở các vùng nông thôn. Thời điểm đó, công nghiệp hoá diễn ra nhanh chóng gây áp lực lớn đối với hàng nông sản do nông sản nhập khẩu giá thấp, trong khi lãi suất thương mại lại cao. Các hội hợp tác cho vay nhỏ dựa trên những nguyên tắc tự giúp đỡ lẫn nhau, tự chịu trách nhiệm và tự quản đã hình thành: khoản tiền gửi của các thành viên là cơ sở để cho các thành viên vay, và lợi nhuận được tái đầu tư hoặc chia. Vì các hiệp hội riêng rẽ quá yếu khi đứng một mình, năm 1872, Raiffeisen đã lập nên Hội Liên hiệp cấp quốc gia, kết hợp cấu trúc theo hàng ngang với cấu trúc theo chiều dọc.

Ở Mỹ, một số tổ chức ưu tiên cho vay đối với một số nhóm nhất định. Ví dụ, Count Me In, được thành lập năm 1999, là một nhóm ủng hộ các nữ doanh nhân. Nhóm này cung cấp các khoản vay từ 500 đôla tới 10.000 đôla cho những phụ nữ thành lập hoặc phát triển doanh nghiệp. Tổ chức Make Mine a Million \$ Business, cũng giống như Count Me In và American Express, cho vay lên tới 50.000 đôla đối với những doanh nghiệp mới thành lập do phụ nữ sở hữu, đã đi vào hoạt động ít nhất là 2 năm và có doanh thu hàng năm ít nhất là 250.000 đôla. Một vài người cho vay trong lĩnh vực tài chính vi mô, tức là cho vay những khoản rất nhỏ. Ví dụ, ACCION USA, với sứ mệnh là trao các công cụ tài chính cho những người cần đến để thoát nghèo, tổ chức này cho những người chưa từng vay vốn vay 500 đôla. Thật ra, 500 đôla có thể là một số tiền không lớn, nhưng nó đủ để kinh doanh theo hộ gia đình.

Hiện nay, có khoảng 60 tổ chức cung cấp dịch vụ tài chính vi mô ở Tây Âu, gần một nửa số đó được thành lập năm 2000 hoặc muộn hơn, với hoạt động quy mô nhỏ là chủ yếu. Chỉ có một số ít có tầm quốc gia như France Adie và Finland Finerva. Adie (Association pour le Droit à l'Initiative Economique), ra đời năm 1989, hiện đã có khoảng 300 nhân viên, 700 tình nguyện viên. Adie cung cấp dịch vụ cho những người thất nghiệp và những người nhận trợ cấp xã hội – nhóm này chiếm 50% số người vay. Adie cho vay tới 5.000 EUR với tỷ giá thị trường, chính phủ trợ cấp tiền khởi động ban đầu và những khoản cho vay không lãi suất. Adie còn tư vấn kinh doanh cho những doanh nghiệp vi mô.

Cung cấp các dịch vụ tài chính vi mô ở Việt nam từ trước đến nay được chia thành khu vực chính thức và khu vực phi chính thức. Hiện tại các khu vực này đang hoạt động dưới một số luật hiện hành như Luật các tổ chức tín dụng, Luật Hợp tác xã, và cả nghị định về các tổ chức tín dụng. Tuy nhiên, một số tổ chức xã hội đang thực

hiện các dịch vụ tín dụng vi mô lại được thành lập theo nghị định 179 cho các tổ chức phi chính phủ (ví dụ một số tổ chức trong nhóm M7) và một số tổ chức như Quỹ TYM của Hội phụ nữ hay quỹ CEF của Liên đoàn lao động.

Trong khu vực chính thức, Ngân hàng Nông nghiệp và phát triển nông thôn, Ngân hàng chính sách xã hội và các Quỹ tín dụng nhân dân Trung ương đang chiếm ưu thế về cung cấp dịch vụ tài chính ở nông thôn. Trong đó các ngân hàng chiếm 90% thị phần. Quỹ tín dụng nhân dân Trung ương hiện còn khoảng 890 quỹ (năm 2006), 50% khách hàng của quỹ là các hộ gia đình có thu nhập thấp (LIHs – Low Income Households).

Khu vực bán chính thức bao gồm (1) các tổ chức chính phủ cung cấp các dịch vụ tài chính; (2) các tổ chức đoàn thể như Hội phụ nữ, Hội nông dân, Đoàn thanh niên cung cấp các khoản vay nhỏ bằng ngân sách tự có hoặc thực hiện chương trình của các tổ chức phi chính phủ; (3) các tổ chức phi chính phủ quốc tế hỗ trợ các chương trình tài chính vi mô. Khu vực bán chính thức này nhỏ, chỉ chiếm khoảng 5% thị phần tín dụng nông thôn.

6. CÁC HÌNH THỨC CẤP VỐN PHÁT TRIỂN DOANH NGHIỆP

6.1. Phát hành cổ phiếu lần đầu ra công chúng

Một nguồn khác của đầu tư vốn là bán chứng khoán ra công chúng dưới hình thức phát hành cổ phiếu lần đầu ra công chúng (Initial Public Offering - IPO). IPO được hiểu là việc bán chứng khoán của một công ty đến công chúng lần đầu tiên. Bất kỳ việc phát hành cổ phiếu nào sau đó đều được gọi là phát hành cổ phiếu thứ cấp. Khi một công ty trở thành công ty đại chúng, chứng khoán của nó thường được giao dịch ở một trong những sở giao dịch chứng khoán chủ chốt. Thông thường, một công ty không thể trở thành công ty đại chúng cho đến khi nó chứng minh được tính khả thi và tương lai tương sáng của mình.

Những công ty quyết định trở thành công ty đại chúng vì một số lý do. **Đầu tiên**, đây là một cách để huy động vốn chủ sở hữu để đầu tư vào những hoạt động hiện hành hay tương lai. **Hai là**, IPO nâng cao uy tín xã hội của một công ty, khiến việc thu hút những khách hàng cao cấp, đối tác hợp tác, và nhân viên dễ dàng hơn. **Ba là**, IPO là một hình thức thoái vốn đối với những cổ đông công ty và các nhà đầu tư muốn thu hồi lại khoản đầu tư của mình. **Cuối cùng**, bằng cách trở thành công ty đại chúng, một công ty tạo nên những cơ hội tài chính khác để phát triển công ty.

Mặc dù có nhiều lợi thế khi trở thành công ty đại chúng, đây là một quá trình phức tạp và bắt buộc các công ty dành ra khoảng chi phí đáng kể liên quan đến quá trình này.

Bước đầu tiên trong việc phát hành cổ phiếu lần đầu ra công chúng là công ty thuê một tổ chức tư vấn và bảo lãnh phát hành. Tổ chức tư vấn và bảo lãnh phát hành là tổ chức hoạt động với tư cách một người bảo hiểm hay người đại diện cho chứng khoán của công ty phát hành. Tổ chức tư vấn và bảo lãnh phát hành hoạt động như người ủng hộ và người hướng dẫn đồng thời cùng đồng hành với công ty trong suốt giai đoạn trở thành công ty đại chúng. Vấn đề quan trọng nhất mà công ty và tổ chức tư vấn của nó cần thống nhất là lượng vốn công ty cần, loại chứng khoán phát hành, giá của chứng khoán khi nó phát hành ra công chúng, và chi phí công ty cần bỏ ra để phát hành cổ phiếu.

Trong suốt thời gian Ủy ban chứng khoán nhà nước đang điều tra tiềm năng của việc phát hành, tổ chức tư vấn và bảo lãnh phát hành phát hành một Bản cáo bạch sơ bộ mô tả hoạt động phát hành chứng khoán ra công chúng. Sau khi được Ủy ban chứng khoán nhà nước chấp nhận việc phát hành, ngân hàng đầu tư phát hành Bản cáo bạch cuối cùng, bao gồm ngày và giá phát hành.

Ngoài việc làm cho hoạt động phát hành được chấp nhận, tổ chức tư vấn và bảo lãnh phát hành còn phải chịu trách nhiệm hỗ trợ cho việc phát hành. Là một phần của quá trình này, tổ chức tư vấn và bảo lãnh phát hành thường tổ chức các buổi họp công bố thông tin về doanh nghiệp sắp phát hành.

6.2. Liên minh chiến lược trong phát triển doanh nghiệp

Theo Hitt-Ireland-Hokisson, có ba hình thức liên minh chiến lược chính bao gồm – liên doanh (Joint venture), liên minh chiến lược thông qua hình thức sở hữu cổ phần (Equity strategic alliance), liên minh chiến lược không thông qua sở hữu cổ phần (Nonequity strategic alliance).

Liên doanh là hình thức liên minh chiến lược trong đó các bên tham gia liên doanh (từ hai bên trở lên) cùng đóng góp nguồn lực và năng lực của mình để hình thành một chủ thể kinh tế độc lập về mặt pháp lý. Liên doanh là hình thức rất hiệu quả để thiết lập mối quan hệ hợp tác mang tính dài hạn và chuyển giao các kiến thức và kỹ năng phi văn bản. Các kiến thức và kỹ năng này không thể văn bản hóa được và chỉ có thể chuyển giao cùng với kinh nghiệm, thông qua quá trình làm việc và hợp tác chung giữa các thành viên cùng làm việc trong liên doanh. Thực tế đã chỉ ra rằng liên doanh có thể được xem là hình thức hợp tác phù hợp nhất trong trường hợp các bên tham gia liên doanh cần kết hợp các nguồn lực và khả năng của nhau để tạo ra lợi thế cạnh tranh mới, khác biệt hoàn toàn so với lợi thế cạnh tranh mà từng đối tác tham gia liên doanh sở hữu; và trong trường hợp mục đích của các bên tham gia nhằm xâm nhập vào một thị trường có nhiều biến động và thiếu ổn định.

Liên minh chiến lược thông qua hình thức sở hữu cổ phần là hình thức liên minh trong đó các bên đối tác sở hữu một tỷ lệ phần trăm nhất định cổ phần của doanh nghiệp nhằm kết hợp các nguồn lực và năng lực để tạo ra lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp và mang lại lợi ích cho các bên tham gia liên minh. Rất nhiều doanh nghiệp nước ngoài, đặc biệt là các ngân hàng và các tổ chức tín dụng, đã lựa chọn hình thức này để tiến hành đầu tư trực tiếp vào các quốc gia như Trung Quốc, Việt Nam... trong thời gian qua.

Liên minh chiến lược không thông qua sở hữu cổ phần là hình thức liên minh trong đó các bên tham gia liên minh thiết lập và phát triển các mối quan hệ thông qua các hợp đồng hợp tác để chia sẻ các nguồn lực riêng biệt nhằm tạo ra lợi thế cạnh tranh. Đối với hình thức liên minh này, các bên tham gia liên minh không thành lập chủ thể kinh tế độc lập và cũng không nắm giữ cổ phần của nhau. Do đó, so với hình thức liên doanh và liên minh thông qua sở hữu cổ phần, hình thức liên minh này ít chính thống hơn và đòi hỏi ít hơn sự cam kết và ràng buộc giữa các bên tham gia liên minh. Sự thiếu chính thống trong quan hệ và mức độ ràng buộc thấp hơn khiến cho hình thức liên minh này không phù hợp với các sự án kinh doanh phức tạp mà sự thành công của nó đòi hỏi sự hợp tác và chuyển giao một cách hiệu quả các kiến thức và kỹ năng phi văn bản.

Tuy nhiên, ngày nay các doanh nghiệp vẫn có xu hướng tăng cường sử dụng hình thức liên minh này dưới các dạng thức khác nhau chẳng hạn như hợp đồng lixăng, thỏa thuận phân phối hay hợp đồng cung ứng (outsourcing). Một nguyên nhân quan trọng khiến cho hình thức này ngày càng trở nên phổ biến đó là do sự phức tạp và không ổn định của các ngành công nghiệp trong xu thế toàn cầu hóa, chính điều này khiến cho các doanh nghiệp rất khó thành công nếu không hợp tác với nhau.

CÂU HỎI ÔN TẬP

1. Tại sao vấn đề huy động vốn lại có ý nghĩa đặc biệt quan trọng đối với các doanh nghiệp mới khởi nghiệp, nhất là trong giai đoạn đầu?
2. Các doanh nghiệp mới khởi nghiệp có thể huy động vốn từ các nguồn huy động nào? Nêu cụ thể các nguồn huy động đó?
3. Nguồn tài chính cá nhân là gì? Các hình thức cụ thể của tái chính cá nhân. Tại sao nói đây là nguồn tiền đầu tiên và quan trọng nhất đối với các doanh nghiệp mới khởi nghiệp?
4. Ưu nhược điểm của hình thức huy động vốn từ gia đình/bạn bè/người thân? Theo quan điểm cá nhân bạn, huy động vốn từ nguồn này có nhiều thuận lợi hay bất lợi?
5. Các doanh nghiệp mới khởi nghiệp thường tự xoay sở bằng cách nào để tiết kiệm chi phí và vượt qua khó khăn trong giai đoạn đầu?
6. Khi nào thì các doanh nghiệp mới khởi nghiệp cần huy động vốn từ bên ngoài? Nêu và giải thích ngắn gọn các nguồn vốn từ bên ngoài mà doanh nghiệp có thể huy động để giúp doanh nghiệp tồn tại và phát triển.
7. Trình bày ngắn gọn các bước cần phải thực hiện để tiếp cận nguồn vốn vay từ các tổ chức tín dụng?
8. So sánh ưu nhược điểm của hình thức vay vốn tín dụng và tài trợ vốn? Trường hợp nào doanh nghiệp lựa chọn hình thức này thay vì hình thức còn lại?
9. Nêu đặc điểm nguồn vốn vay từ ngân hàng thương mại? Tại sao các ngân hàng thương mại không mặt mà với các đề nghị vay vốn từ các doanh nghiệp mới khởi nghiệp?
10. Thế nào là các khoản vay được bảo lãnh? Những thuận lợi và khó khăn đối với các doanh nghiệp mới khởi nghiệp nói riêng và các doanh nghiệp vừa và nhỏ nói chung trong việc tiếp cận các khoản vay được bảo lãnh.
11. Hồ sơ vay vốn là gì? Trình bày ngắn gọn nội dung trong hồ sơ vay vốn.
12. Vốn đầu tư mạo hiểm là gì? Quỹ đầu tư mạo hiểm là gì? Trình bày vai trò của quỹ đầu tư mạo hiểm đối với các doanh nghiệp mới khởi sự.
13. Trước và trong khi tiếp cận vốn từ các quỹ đầu tư mạo hiểm, doanh nghiệp cần tìm hiểu những thông tin gì?
14. Trình bày một số hình thức huy động vốn sáng tạo? Tại sao doanh nghiệp mới khởi nghiệp lại cần thực hiện những cách thức huy động vốn này?
15. Thuê tài chính là gì? Ưu nhược điểm của hình thức cho thuê tài chính? Những

- doanh nghiệp nào phù hợp với hình thức thuê tài chính?
16. Trình bày hình thức huy động vốn thông qua tín dụng thương mại và bán hàng trả trước?
 17. Thế nào là đối tác chiến lược trong khởi nghiệp? Mối liên hệ giữa đầu tư mạo hiểm từ doanh nghiệp và đối tác chiến lược trong khởi nghiệp?
 18. Tín dụng/dịch vụ tài chính vi mô là gì? Ưu điểm của hình thức này?
 19. Trình bày hình thức tín dụng vi mô ở Việt Nam và vai trò của hình thức tín dụng này trong việc xóa đói, giảm nghèo, phát triển kinh tế hộ gia đình?
 20. Thế nào là phát hành cổ phiếu lần đầu ra công chúng (IPO)? Ý nghĩa của hoạt động IPO? Ưu nhược điểm của IPO?
 21. Liên minh chiến lược là gì? Có những hình thức liên minh chiến lược nào? Tại sao nói liên minh chiến lược là một hình thức cấp vốn để phát triển doanh nghiệp?

BÀI TẬP THỰC HÀNH

1. Làm việc theo nhóm đã chia. Căn cứ vào kế hoạch kinh doanh của doanh nghiệp đã được xác định trong chương 1 và các báo cáo tài chính dự toán đã lập trong chương 2, lên kế hoạch về nguồn vốn và các nguồn huy động vốn để tài trợ cho các hoạt động sản xuất và kinh doanh của doanh nghiệp trong 3 năm đầu hoạt động.

Chương 3: GIỚI THIỆU CÁC VẤN ĐỀ CHUNG VỀ QUẢN TRỊ TÀI CHÍNH TRONG DOANH NGHIỆP MỚI KHỞI SỰ

Mục tiêu của chương:

Học xong chương này, học viên có thể:

- *Nắm được những nội dung cơ bản về quản trị tài chính như mục tiêu, quy trình quản trị tài chính, các loại báo cáo tài chính và ý nghĩa của chúng;*
- *Nắm được những nội dung cơ bản về cách lập, các nội dung và ý nghĩa của các loại báo cáo tài chính như báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh, bảng cân đối kế toán, báo cáo lưu chuyển tiền tệ và phân tích các chỉ số tài chính.*
- *Nắm được những nội dung cơ bản về cách lập, các nội dung và ý nghĩa của các loại báo cáo tài chính dự toán, một số phương pháp dự báo doanh thu và chi phí cho doanh nghiệp mới khởi sự.*

1. GIỚI THIỆU VỀ QUẢN TRỊ TÀI CHÍNH

Ngoài vấn đề về chất lượng của sản phẩm hay dịch vụ, một công ty không thể hoạt động khả thi trong thời gian dài nếu như nó không thành công về mặt tài chính. Tiền để duy trì sự tồn tại và đầu tư phát triển doanh nghiệp xuất phát từ các nguồn bên ngoài (như đầu tư hay cho vay) hoặc sinh ra từ bên trong thông qua lợi nhuận. Việc một công ty hiểu rõ được cách mà nó hoạt động tài chính là rất quan trọng. Một trong những sai lầm phổ biến nhất của những doanh nghiệp mới thành lập là chưa nhấn mạnh vào quản trị tài chính và xác định đúng mức tầm quan trọng của việc kiểm soát tài chính.

Những chủ doanh nghiệp và người quản lý những công ty mới thành lập phải nắm được số tiền họ có bao nhiêu trong ngân hàng và liệu rằng số tiền đó có đủ thực hiện các nghĩa vụ tài chính của họ hay không. Bởi vì một doanh nghiệp thành công không có nghĩa là nó không phải đối mặt với các thách thức về tài chính. Ví dụ, nhiều doanh nghiệp nhỏ bán sản phẩm cho các doanh nghiệp lớn hơn như IBM, General Electric (GE), và The Home Depot không được thanh toán trong khoảng từ 30 đến 60 ngày kể từ khi bán hàng. Xem xét về những khó khăn mà câu chuyện này tạo ra. Các doanh nghiệp nhỏ phải mua phụ tùng, trả tiền lương nhân công, thanh toán hóa đơn thường xuyên, giao hàng, và đợi một đến hai tháng để được thanh toán. Trừ khi các doanh nghiệp này quản lý được tiền tệ của mình một cách cẩn thận, nếu không sẽ bị hết tiền, thậm chí ngay cả khi các sản phẩm và dịch vụ đang rất đắt hàng. Tương tự, khi một công ty phát triển, lượng vốn mà công ty cần cũng phải thường xuyên tăng lên để đáp ứng được sự tăng lên của khách hàng. Điều quan trọng là một công ty có dự

đoán được chính xác liệu lợi nhuận để lại có đủ để phát triển kinh doanh hay không, hay công ty cần tìm kiếm vốn đầu tư hoặc vay mượn để tăng lượng tiền cần thiết.

Quản trị tài chính của một doanh nghiệp giải quyết những câu hỏi như dưới đây dựa trên cơ sở những hoạt động đang diễn ra:

- Chúng ta đang hoạt động như thế nào? Chúng ta đang kiếm ra tiền hay mất tiền?
- Chúng ta đang có trong tay bao nhiêu tiền mặt?
- Chúng ta có đủ tiền để đáp ứng những nghĩa vụ tài chính ngắn hạn hay không?
- Chúng ta đang sử dụng tài sản hiệu quả như thế nào?
- Tốc độ phát triển và lợi nhuận thuần của chúng ta so sánh như thế nào sơ với các đối thủ trong cùng ngành kinh doanh ?
- Nguồn vốn mà chúng ta cần đến từ đâu?
- Có cách nào để chúng ta có thể hợp tác với các doanh nghiệp khác để chia sẻ rủi ro và giảm số lượng tiền mặt chúng ta cần không?
- Về tổng thể, chúng ta có đang trong tình trạng tài chính tốt hay không?

1.1. Mục tiêu của quản trị tài chính

Hầu hết các doanh nghiệp kinh doanh – cho dù họ đã hoạt động kinh doanh trong nhiều năm hoặc mới bắt đầu, đều có 4 mục tiêu tài chính: khả năng sinh lời, thanh khoản, hiệu quả và ổn định. Hiểu được những mục tiêu tài chính này có thể khiến cho doanh nghiệp ở trong tình trạng tài chính đúng đắn và có thể tìm ra câu trả lời cho những câu hỏi được đưa ra ở trên.

Khả năng sinh lời: là khả năng tạo ra lợi nhuận, nhiều công ty mới thành lập không thu được lợi nhuận trong từ 1 đến 3 năm đầu, trong lúc đó họ đang đào tạo lao động và xây dựng thương hiệu, nhưng một doanh nghiệp phải có lợi nhuận để duy trì tính hoạt động và mang lại doanh thu cho chủ doanh nghiệp.

Tính thanh khoản: là khả năng của công ty đáp ứng được những nghĩa vụ tài chính ngắn hạn. Thậm chí nếu một doanh nghiệp có lợi nhuận thì vẫn luôn có những thách thức trong việc đảm bảo đủ tiền trong ngân hàng để kịp thời chi trả. Để làm được điều đó, một doanh nghiệp phải giám sát kỹ các khoản phải thu và hàng tồn kho. Khoản phải thu của một công ty là số tiền khách hàng nợ. Hàng tồn kho là hàng hóa của công ty, nguyên liệu thô và các thành phẩm tồn kho. Nếu một doanh nghiệp để giá trị của những tài sản này quá cao, thì sẽ không thể giữ được lượng tiền phù hợp để đáp ứng các nghĩa vụ ngắn hạn.

Hiệu quả hoạt động: thể hiện việc một công ty sử dụng tài sản hiệu quả như thế

nào để tạo ra doanh thu và lợi nhuận. Ví dụ Southwest Airlines, sử dụng tài sản rất hiệu quả. Thời gian quay vòng hoặc thời gian máy bay tạm dừng để chất dỡ hàng hóa hoặc cho khách lên xuống là thấp nhất trong ngành hàng không. Bởi vì công ty Southwest đã nhanh chóng nhận ra rằng “Máy bay của chúng tôi không tạo ra bất kỳ đồng tiền nào khi đỗ trên mặt đất – chúng tôi phải đưa chúng trở lại không trung.”

Sự ổn định: là sức mạnh và tiềm lực tài chính tổng thể của một doanh nghiệp. Để một doanh nghiệp ổn định được, nó không chỉ tạo ra lợi nhuận và giữ được tính thanh khoản, mà còn phải giữ được khả năng trả nợ. Nếu như một doanh nghiệp tiếp tục vay tiền từ chủ nợ của mình và tỷ số nợ trên vốn chủ sở hữu, tính bằng cách chia nợ dài hạn cho vốn chủ sở hữu, quá cao thì có thể sẽ gây khó khăn cho việc thực hiện các nghĩa vụ và đảm bảo mức độ tài chính cần thiết để tăng trưởng.

1.2. Quy trình quản trị tài chính

Để đánh giá xem mục tiêu tài chính nào mà đã đạt được, doanh nghiệp phải dựa nhiều vào việc phân tích báo cáo tài chính, dự báo và ngân quỹ. Một báo cáo tài chính là một bản báo cáo mô tả mang tính định lượng về tình trạng tài chính của công ty. **Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh, bảng cân đối kế toán, báo cáo lưu chuyển tiền tệ** là những báo cáo được sử dụng nhiều nhất. Dự báo là việc ước tính chi phí và lợi nhuận trong tương lai của công ty, dựa trên hoạt động trong quá khứ, hoàn cảnh hiện tại và kế hoạch tương lai. Việc dự báo của các doanh nghiệp mới khởi sự dựa trên ước lượng về doanh thu và sau đó mức bình quân trong ngành hay kinh nghiệm của các doanh nghiệp tương tự về giá vốn hàng bán (dựa trên phần trăm doanh thu) và những chi phí khác. Ngân sách được dự báo theo từng mục về thu nhập, chi phí và lượng vốn cần thiết của công ty, và cũng là công cụ quan trọng trong việc lên kế hoạch và kiểm soát tài chính.

Quy trình quản trị tài chính của công ty bắt đầu bằng việc **theo dõi các hoạt động tài chính của công ty trong quá khứ** thông qua việc chuẩn bị và phân tích báo cáo tài chính. Các báo cáo này tổ chức và ghi nhận những giao dịch tài chính của công ty. Cho biết, công ty lãi hay lỗ bao nhiêu tiền (báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh), cấu trúc của tài sản và nợ (bảng cân đối kế toán), và dòng tiền đến và đi từ đâu (báo cáo lưu chuyển tiền tệ). Các báo cáo này cũng giúp cho doanh nghiệp nhận thức được sự khác biệt so với các đối thủ cạnh tranh và so sánh với trung bình ngành. Hầu hết các doanh nghiệp đều xem xét báo cáo tài chính trong khoảng 2-3 năm trở về trước khi chuẩn bị dự báo.

Bước tiếp theo là sẵn sàng **dự báo cho 2 hoặc 3 năm** tới. Sau đó dự báo được sử dụng để chuẩn bị xây dựng báo cáo tài chính dự toán, điều này khiến cho việc điều chỉnh ngân sách tốt hơn, đảm bảo cho kế hoạch tài chính của công ty.

Bước cuối cùng trong quy trình này là tiếp tục **phân tích kết quả tài chính của**

công ty. Các tỷ số tài chính, mô tả mối quan hệ giữa các khoản mục trên báo cáo tài chính của công ty, được dùng để đánh giá khả năng một công ty đáp ứng các mục tiêu tài chính và cạnh tranh với các đối thủ ngang hàng. Những chỉ số này cũng được sử dụng để tiếp cận xu hướng. Rõ ràng rằng, một doanh nghiệp mới khởi nghiệp sẽ bắt đầu ở bước 2 trong quy trình trên. Tuy nhiên, một vấn đề rất quan trọng là doanh nghiệp mới khởi nghiệp phải hiểu rõ những bước còn lại của quy trình. Thông thường, doanh nghiệp mới khởi nghiệp chuẩn bị các báo cáo tài chính hàng quý, vì vậy mà ngay khi quý đầu tiên kết thúc, doanh nghiệp đã có các báo cáo tài chính cần thiết để sẵn sàng cho dự báo và xây dựng báo cáo dự toán cho các giai đoạn tiếp theo.

2. BÁO CÁO TÀI CHÍNH

Báo cáo tài chính trong quá khứ phản ánh các hoạt động trong quá khứ và thường được xây dựng cho từng quý và cho cả năm.

2.1. Tầm quan trọng của báo cáo tài chính

Báo cáo tài chính trong quá khứ bao gồm báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh, bảng cân đối kế toán và báo cáo lưu chuyển tiền tệ. Các báo cáo thường được chuẩn bị theo thứ tự vì dòng thông tin là logic từ hoạt động này sang hoạt động khác. Trong các doanh nghiệp mới khởi sự, báo cáo tài chính thường thận trọng và sát với việc quản lý hoạt động tài chính của công ty. Trong trường hợp hy hữu, khi công ty không sử dụng báo cáo tài chính để lên kế hoạch, thì dù sao cũng phải chuẩn bị và duy trì các báo cáo này. Nếu một công ty huy động vốn thông qua ngân hàng và nhà đầu tư thì chắc chắn họ sẽ yêu cầu bản sao những báo cáo tài chính trong quá khứ để phân tích lịch sử tài chính của công ty. Nếu như công ty không có các báo cáo này, họ sẽ xem xét rất thận trọng những khoản đầu tư hoặc cho vay. Hãy xem xét các báo cáo tài chính sau.

2.2. Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh

Báo cáo kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh: phản ánh kết quả hoạt động của công ty trong một thời kỳ xác định. Nó ghi lại tất cả doanh thu và chi phí trong thời gian đó và cho biết doanh nghiệp đang có lợi nhuận hay thua lỗ (đó là lý do tại sao mà báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh thường được xem như là “Báo cáo lãi và lỗ”). Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh thường được chuẩn bị theo tháng, quý và hàng năm. Hầu hết các báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh đều được chuẩn bị theo định dạng nhiều năm và tạo sự dễ dàng cho xác định xu hướng tăng giảm.

Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh thường được trình bày trong 3 – 5 năm. Giá trị của việc định dạng theo thời gian là khá rõ ràng. Những số liệu thường dùng để đánh giá hiệu quả của các chiến lược trong quá khứ và dự báo cho doanh thu và thu nhập trong tương lai. Mẫu Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh trong bảng 2.1.

Ba nhóm số liệu được quan tâm nhất khi đánh giá một báo cáo thu nhập là:

- **Doanh thu thuần:** Doanh thu thuần bằng tổng doanh thu trừ đi tiền hàng hóa bị trả lại và chiết khấu.

- **Giá vốn hàng bán:** bao gồm các chi phí trực tiếp lên quan đến sản xuất hoặc phân phối hàng hóa, dịch vụ; bao gồm chi phí nguyên vật liệu và nhân công trực tiếp. Đối với công ty đồ uống New Venture Fitness, giá vốn hàng bán sẽ bao gồm tất cả thành phần nguyên liệu có trong đồ uống và chi phí nhân công cần cho sản xuất.

- **Chi phí hoạt động:** bao gồm chi phí tiếp thị, chi phí quản lý, và các chi phí khác không liên quan trực tiếp tới việc sản xuất ra sản phẩm hoặc dịch vụ.

Bảng 3.1: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty X giai đoạn N – N+4

	31/12/N	31/12/N+1	31/12/N+2	31/12/N+3	31/12/N+4
Doanh thu thuần					
Giá vốn hàng bán					
Lợi nhuận gộp					
Chi phí hoạt động					
Chi phí bán hàng, chi phí chung và chi phí quản lý					
Khấu hao					
Lợi nhuận hoạt động					
Lợi nhuận khác					
Lợi nhuận từ HĐ tài chính					
Chi phí lãi vay					
Thu nhập ròng khác					
Thu nhập trước thuế					
Thuế thu nhập					
Lợi nhuận ròng					
Thu nhập trên cổ phiếu					

Một trong những điều quan trọng nhất mà chủ doanh nghiệp và nhà quản lý cần làm đối với báo cáo thu nhập là phải so sánh được **các tỷ số**: giá vốn hàng bán và chi phí hoạt động trên doanh thu thuần trong những thời kỳ khác nhau. Trong đó, chỉ tiêu này càng thấp càng tốt. Nếu chỉ tiêu này giảm thì đó là một khuynh hướng tốt, chứng tỏ rằng công ty đang giảm dần chi phí nguyên liệu và nhân công trên 1 đồng doanh thu. Khuynh hướng này có thể được nhận thấy khá dễ dàng thông qua việc xem xét báo cáo thu nhập của doanh nghiệp trong nhiều năm.

Tỷ suất lợi nhuận biên cũng là một tỷ số khá quan trọng khi đánh giá báo cáo thu nhập của doanh nghiệp. Tỷ suất lợi nhuận biên của một doanh nghiệp, hay vòng quay doanh thu, được tính toán bằng cách lấy thu nhập ròng chia cho doanh thu thuần. Tỷ suất lợi nhuận biên của một doanh nghiệp cho biết tỷ lệ % trên 1 Đồng doanh thu đóng góp cho lợi nhuận của doanh nghiệp. Tỷ suất lợi nhuận biên tăng lên có nghĩa là

một công ty hoặc là tăng doanh thu mà không tăng chi phí hoặc là công ty đang quản lý chi phí tốt hơn. Ngược lại, tỷ suất lợi nhuận biên giảm có nghĩa là công ty đang quản lý chi phí kém hiệu quả hoặc giảm giá để duy trì hay tăng doanh thu.

Một tỷ số mà công ty cũng cần quan tâm là **tỷ số P/E** (Price-to-earnings hay giá thị trường của cổ phiếu trên thu nhập của cổ phiếu). Đây là một tỷ số đơn giản để đo lường giá cổ phiếu của một công ty so với lợi nhuận của nó. Nhìn chung, nếu tỷ số P/E của công ty càng cao thì thị trường sẽ cho rằng nó tăng trưởng càng mạnh.

Một điều quan trọng nữa là các chỉ số tài chính trong các báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh nên được xem xét theo chuỗi trong nhiều năm hơn là xem xét trong 1 năm đơn lẻ.

2.3. Bảng cân đối kế toán

Không giống như báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh, được xem xét trong từng thời kỳ, **bảng cân đối kế toán** là một bản ngắn gọn về tài sản, nợ và vốn chủ sở hữu của công ty tại một thời điểm. Cột bên trái của bảng (hoặc trên đầu bảng – phụ thuộc vào cách trình bày) là tài sản của doanh nghiệp, trong khi cột bên phải (hoặc bên dưới) là nợ và vốn chủ sở hữu. Các tài sản được sắp xếp theo thứ tự “tính thanh khoản” hoặc khoảng thời gian bao lâu để quy đổi chúng thành tiền mặt. Các khoản nợ được sắp xếp theo thứ tự sẽ phải trả. Một bảng cân đối kế toán luôn luôn phải “cân bằng”, nghĩa là “Tổng tài sản” luôn luôn bằng “Nợ” cộng “Vốn chủ sở hữu”.

Các loại “Tài sản” chính được liệt kê trong bảng cân đối kế toán như sau:

- **Tài sản lưu động** (tài sản ngắn hạn): bao gồm tiền mặt và các khoản dễ dàng chuyển đổi thành tiền mặt, như các khoản phải thu, chứng khoán và hàng tồn kho.
- **Tài sản cố định**: là các tài sản được sử dụng trong thời gian dài như bất động sản, nhà xưởng, máy móc, trang thiết bị.
- **Tài sản khác**: là các tài sản không xác định (tài sản vô hình) như lợi thế thương mại.

Các loại “Nợ” chính được liệt kê trong bảng cân đối kế toán như sau:

- **Nợ ngắn hạn**: bao gồm nghĩa vụ phải trả trong vòng 1 năm, gồm các khoản phải trả, chi phí xác định, và nợ (dài hạn) đến hạn thanh toán.
- **Nợ dài hạn**: bao gồm các khoản nợ có thời hạn trên 1 năm, gồm nợ liên quan tới việc mua bất động sản, nhà xưởng, trang thiết bị.
- **Vốn chủ sở hữu**: bằng vốn đầu tư trong kinh doanh của các chủ sở hữu cộng với lợi nhuận giữ lại sau khi trả cổ tức.

Khi xem xét các chỉ số trong bảng cân đối kế toán, cần hết sức lưu ý vì các số liệu trong Bảng cân đối kế toán đôi khi thiếu tin cậy.

Thứ nhất, tài sản của công ty được ghi nhận với giá cao hơn giá trị thị trường. Một doanh nghiệp lẽ ra đầu tư 500 Triệu đồng vào bất động sản mấy năm trước và bây giờ có giá trị là 1 Tỷ đồng, nhưng giá trị được phản ánh trong bảng cân đối kế toán hiện tại của doanh nghiệp là 500 Triệu đồng giá mua, so với giá trên thị trường là 1 Tỷ đồng.

Thứ hai, về quyền sở hữu trí tuệ, ví dụ như bằng phát minh sáng chế, nhãn hiệu, bản quyền tác giả, tùy từng trường hợp và hoàn cảnh cụ thể, sẽ có thể được hoặc không được ghi nhận giá trị trên bảng cân đối kế toán. Trong nhiều trường hợp quyền sở hữu trí tuệ của một doanh nghiệp có giá trị bằng 0 trên bảng cân đối kế toán mặc dù nó có thể rất có giá trị theo một quan điểm khác.

Thứ ba, về tài sản vô hình, ví dụ như việc đào tạo của công ty đối với người lao động và giá trị thương hiệu, chúng không được ghi vào bảng cân đối kế toán.

Cuối cùng, lợi thế thương mại mà một doanh nghiệp đã có được cũng không được ghi trong bảng cân đối kế toán, mặc dù nó có thể là tài sản có giá trị nhất của doanh nghiệp đó.

Việc tính toán tỷ số nợ của công ty sẽ cho chúng ta câu trả lời về tình hình tài chính chung của công ty. Tỷ số nợ của một công ty được tính bằng cách chia tổng nợ cho tổng tài sản. Nói chung, nợ ít hơn sẽ ít bị lệ thuộc hơn trong điều hành các hoạt động khác nhau của doanh nghiệp. Các số liệu trong các báo cáo tài chính của công ty có mối quan hệ khăng khít với nhau.

2.4. Báo cáo lưu chuyển tiền tệ

Báo cáo lưu chuyển tiền tệ tóm tắt sự thay đổi trong dòng tiền của một doanh nghiệp trong một thời gian xác định và nội dung chi tiết của những thay đổi đó. Báo cáo lưu chuyển tiền tệ giống như báo cáo cuối tháng của ngân hàng. Cho biết còn bao nhiêu tiền vào cuối tháng cũng như việc chi tiêu trong tháng như thế nào. Báo cáo lưu chuyển tiền tệ được chia thành 3 luồng riêng biệt: luồng tiền từ hoạt động sản xuất kinh doanh, luồng tiền từ hoạt động đầu tư và luồng tiền từ hoạt động tài chính. Những luồng tiền này được giải thích dưới đây, là những hoạt động làm tăng giảm lượng tiền mặt của công ty:

Luồng tiền từ hoạt động sản xuất kinh doanh: ngoài tiền và các khoản nợ ngắn hạn, luồng tiền từ hoạt động sản xuất kinh doanh còn bao gồm lợi nhuận ròng (hoặc lỗ), khấu hao, biến động tài sản ngắn hạn và nợ dài hạn đến hạn thanh toán. Thu nhập ròng của một doanh nghiệp, dựa theo báo cáo thu nhập là dòng đầu tiên tương xứng với báo cáo lưu chuyển tiền tệ.

Luồng tiền từ hoạt động đầu tư: bao gồm việc mua, bán hay đầu tư vào tài sản

cổ định như bất động sản, trang thiết bị và nhà xưởng.

Luồng tiền từ hoạt động tài chính: bao gồm tiền phát sinh trong thời kỳ đi vay hoặc bán cổ phiếu, hoặc tiền được sử dụng trong thời gian chi trả cổ tức, mua lại cổ phiếu, trái phiếu hiện hành.

Khi tiến hành giải thích và phân tích báo cáo lưu chuyển tiền tệ, những con số của việc sử dụng tiền được ghi lại là âm (được ghi trong ngoặc đơn) và nguồn tiền được ghi lại là dương. Mục khấu hao được ghi lại là số dương trên báo cáo lưu chuyển tiền tệ bởi vì nó đã được trừ từ thu nhập thuần trong báo cáo thu nhập nhưng lại không phải là chi tiêu tiền mặt. Tương tự, giảm trừ trong khoản phải trả được ghi lại là những con số âm vì doanh nghiệp đã sử dụng một phần tiền này để giảm trừ khoản phải trả cho ngang bằng với thời kỳ tiếp theo.

Báo cáo lưu chuyển tiền tệ của công ty là một công cụ quản lý, báo cáo này sẽ cung cấp triển vọng để trả lời những câu hỏi sau: Việc phát sinh chi tiêu tiền mặt của công ty là để chi trả nợ hay là thu nhập cổ tức của cổ đông? Tiền phát sinh của công ty có phải là thu về từ hoạt động đầu tư hay không? Công ty là người cho vay hay là nhà đầu tư? Số tiền phát sinh của công ty đủ để chi trả cho nợ ngắn hạn không hay số tiền tích lũy có được đầu tư hoạt động hiệu quả không? Hay nói cách khác, đối với một công ty mới thì luôn cần phải có sự khôn khéo, cẩn trọng để có được một báo cáo lưu chuyển tiền tệ tốt.

2.5. Phân tích các chỉ số tài chính

Cách thực tế nhất để hiểu và nắm bắt được các báo cáo tài chính trong quá khứ của công ty là thông qua việc phân tích các chỉ số tài chính. Bảng 2.2 dưới đây sẽ tóm tắt các tỷ số tài chính được sử dụng để đánh giá một công ty trong một thời gian cụ thể thông qua các báo cáo tài chính được cung cấp trước đó. Các tỷ số được chia thành tỷ số sinh lời, tỷ số thanh khoản và các tỷ số tài chính tổng thể khác. Những tỷ số này là phương tiện để hiểu các báo cáo tài chính trong quá khứ của công ty đó và cung cấp cơ sở ban đầu cho việc dự báo khả năng tài chính cũng như là hoạt động tài chính của công ty trong tương lai.

So sánh kết quả hoạt động của công ty với chỉ tiêu của ngành: So sánh kết quả hoạt động của công ty với chỉ tiêu của ngành giúp cho công ty so sánh được tình hình hoạt động của mình so với các đối thủ cạnh tranh và lưu ý đến những cảnh báo sớm. Việc so sánh này tốt nhất và nên so sánh với các công ty quy mô trung bình, vì vậy kết quả sẽ được xem như là lời cảnh báo cho các công ty mới.

Bảng 3.2: Phân tích các chỉ số tài chính của Công ty giai đoạn N – N+4

Chỉ số	Công thức	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Tỷ số sinh lời: thể hiện mối liên quan giữa lượng tiền thu được và nguồn phát sinh lượng tiền đó.						
Vòng quay tổng tài sản	$ROA = \text{Lợi nhuận ròng} / \text{Tổng tài sản bình quân}^a$					
Vòng quay vốn chủ sở hữu	$ROE = \text{Lợi nhuận ròng} / \text{VCSH bình quân}^b$					
Tỷ suất lợi nhuận biên	$= \text{Lợi nhuận ròng} / \text{Doanh thu thuần}$					
Tỷ số thanh khoản: đo lường khả năng công ty có thể nhanh chóng thanh khoản tài sản để chi trả nợ ngắn hạn.						
Tỷ số thanh toán hiện thời	$= \text{Tài sản ngắn hạn} / \text{Nợ ngắn hạn}$					
Tỷ số thanh toán nhanh	$= \text{Tài sản dễ thanh khoản} / \text{Nợ ngắn hạn}$					
Các chỉ số tài chính tổng thể: đo lường sự ổn định tài chính tổng thể của doanh nghiệp.						
Nợ	$= \text{Tổng nợ} / \text{Tổng tài sản}$					
Nợ trên VCSH	$= \text{Tổng nợ} / \text{VCSH}$					
a - Tổng tài sản bình quân = (Tổng tài sản đầu kỳ + Tổng tài sản cuối kỳ)/2						
b - Tổng VCSH bình quân = (Tổng VCSH đầu kỳ + Tổng VCSH cuối kỳ)/2						

3. BÁO CÁO TÀI CHÍNH DỰ TOÁN

Báo cáo tài chính dự toán là dự toán trong tương lai trên cơ sở các dự báo và thường được xây dựng cho từ 2 đến 3 năm tiếp theo. Trên thực tế, hầu hết các công ty xem báo cáo tài chính dự toán là bí mật và chỉ tiết lộ chúng ra cho những người ngoài, chẳng hạn như chủ nợ hay nhà đầu tư chỉ bởi vì họ là những người “cần phải biết”.

3.1. Tầm quan trọng của báo cáo tài chính dự toán

Như đã được trình bày ở trên, việc phân tích các báo cáo tài chính trong quá khứ của doanh nghiệp nhằm đưa ra một sự dự báo. Dự báo là sự tiên đoán về doanh thu, chi phí, thu nhập và chi phí vốn trong tương lai của doanh nghiệp. Dự báo của một doanh nghiệp là cơ sở cho các báo cáo tài chính dự toán của doanh nghiệp. Một sự tiến triển tốt trong báo cáo tài chính tiêu chuẩn của doanh nghiệp sẽ giúp cho doanh nghiệp đưa ra được cái nhìn trước về lượng ngân sách cần thiết, xây dựng kế hoạch tài chính, và quản lý tài chính thay vì những phản ứng tức thời.

Như đã thấy, dự đoán của các doanh nghiệp mới khởi nghiệp thường dựa trên

những ước lượng về doanh thu trong tương lai và mức độ bình quân của ngành (dựa trên phần trăm doanh thu) hoặc trên kinh nghiệm của các doanh nghiệp tương tự về giá vốn hàng bán và các chi phí khác. Kết quả là, dự báo của các doanh nghiệp mới có thể sẽ đi trước kế hoạch kinh doanh bởi việc dự báo được giải thích thông qua các nguồn số liệu và sử dụng các giả định để tạo ra chúng. Các nhà đầu tư dĩ nhiên cũng sẽ nghiên cứu chúng một cách kỹ lưỡng để chắc chắn rằng các số liệu trong dự báo và kết quả của dự án tài chính là thực tế. Ví dụ, báo cáo giả định cho một doanh nghiệp mới khởi có thể nói rằng dự báo của nó đã dựa trên việc bán 500 đơn vị sản phẩm mới trong năm đầu tiên, 1000 sản phẩm trong năm thứ 2 và 1500 sản phẩm trong năm thứ 3, như vậy là giá vốn hàng bán vẫn giữ nguyên (có nghĩa là vẫn giữ ở mức phần trăm cố định trên doanh thu thuần) qua 3 năm. Người đọc kế hoạch sẽ quyết định những con số này có thực tế hay không. Nếu như người đọc cảm thấy là các số liệu không thực tế, thì sự tin tưởng vào toàn bộ kế hoạch sẽ bị giảm đi đáng kể.

3.2. Dự báo doanh thu – chi phí

Dự báo doanh thu là kế hoạch cho doanh thu trong một thời kỳ nhất định (thường là một năm), mặc dù hầu hết các doanh nghiệp dự báo doanh thu từ 2 đến 5 năm trong tương lai. Dự báo đầu tiên được phát triển ra và là cơ sở cho hầu hết các dự báo khác. Một dự báo doanh thu của một doanh nghiệp đang hoạt động thì dựa trên (1) doanh thu trong quá khứ, (2) khả năng sản xuất hiện tại và cầu đối với sản phẩm/dịch vụ, và (3) bất kỳ nhân tố hoặc yếu tố nào ảnh hưởng tới năng lực sản xuất và cầu sản phẩm trong tương lai. Ví dụ dự báo về nhu cầu đối với dòng xe ô tô dành cho nữ, nhu cầu này có thể phụ thuộc vào một số yếu tố sau:

- Thu nhập bình quân theo đầu người có xu hướng tăng lên dẫn đến cầu đối với ô tô tăng.
- Thu nhập bình quân tăng nhanh khiến cho cầu đối với sản phẩm dịch chuyển theo hướng các sản phẩm xa xỉ, thời trang thay vì tâm lý “ăn chắc mặc bền” trước đây.
- Bình đẳng giới được thừa nhận và thực thi rộng rãi; quan điểm về học tập, công việc, sự nghiệp đối với nữ giới ngày được coi trọng khiến cho họ trở thành một bộ phận khách hàng quan trọng.
- Việt Nam ngày càng xích lại gần hơn với xu hướng thời trang và tiêu dùng trên thế giới.

Những yếu tố kể trên có thể cho thấy không chỉ có cầu đối với dòng sản phẩm này mà nhu cầu có xu hướng tăng nhanh trong thời gian tới. Tuy nhiên việc đánh giá tổng cầu đối với dòng sản phẩm này lại rất quan trọng và có ảnh hưởng lớn đến hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Nếu như cầu đối với sản phẩm

được đánh giá quá cao, thì công ty sẽ gặp khó khăn vì hàng tồn kho vượt mức và chi phí trực tiếp quá lớn. Nếu cầu về sản phẩm bị đánh giá quá thấp thì lại làm cho việc kinh doanh kém hiệu quả, và các khách hàng tiềm năng có thể sẽ bắt đầu có thói quen sử dụng sản phẩm của các công ty khác.

Lưu ý là có nhiều công cụ có thể giúp được cho doanh nghiệp dự báo về doanh thu trong tương lai. Một cách tiếp cận đó là sử dụng phân tích hồi quy, đây là một kỹ thuật thống kê được sử dụng để tìm ra mối quan hệ giữa các biến số để đưa ra dự đoán giá trị tương lai. Nếu công ty sử dụng logic đơn giản hơn và thấy rằng doanh thu trong tương lai sẽ tăng lên vượt mức doanh thu hiện tại, thì phân tích hồi quy sẽ được dùng để đưa ra những dự báo chính xác hơn của doanh thu trong tương lai. Đối với một công ty mới khởi nghiệp bị hạn chế về chuỗi “dữ liệu thường niên” thì dữ liệu hàng tháng có thể được dùng để dự báo doanh thu.

Dự báo chi phí giá vốn hàng bán và các khoản mục khác: Sau khi hoàn thành xong dự báo doanh thu, doanh nghiệp nên dự báo giá vốn hàng bán và các khoản mục khác trong báo cáo thu nhập. Cách thông dụng nhất là dùng Phương pháp phần trăm - trên doanh thu, phương pháp này trình bày riêng từng khoản mục chi phí tính theo số phần trăm trên doanh thu. Ví dụ, trường hợp của một nhà hàng ăn uống, giá vốn hàng bán trung bình là 35% trong 2 năm vừa qua. Trong năm 2011, doanh thu là 5,3 tỷ đồng và giá vốn hàng bán là 1,855 tỷ đồng. Doanh thu của công ty được dự báo là 6,7 tỷ đồng vào năm 2012. Như vậy, dựa trên phương pháp phần trăm so với doanh thu, giá vốn hàng bán năm 2012 sẽ là 2,345 tỷ đồng hay 35% trên doanh thu dự tính. Tương tự có thể dự đoán giá của các khoản mục chi phí trong bảng báo cáo thu nhập.

Ngay khi công ty hoàn thành dự báo bằng việc sử dụng phương pháp phần trăm doanh thu, nó sẽ lướt qua từng khoản mục một trong Báo cáo kết quả kinh doanh, để có cơ hội dự báo chính xác hơn nữa. Lấy ví dụ một doanh nghiệp có thể đánh giá khá chính xác chi phí khấu hao, thì doanh nghiệp sẽ không dùng phương pháp phần trăm trên doanh thu để dự đoán mục này nữa. Thêm vào đó, một số khoản mục chi phí không ràng buộc chặt chẽ với doanh thu. Với những khoản mục này, doanh nghiệp nên đưa ra những đánh giá hợp lý.

Rõ ràng rằng một doanh nghiệp nên áp dụng rộng rãi phương pháp phần trăm trên doanh thu. Chẳng hạn, nếu một công ty đang thực hiện các biện pháp cắt giảm chi phí, thì công ty có thể chứng minh được một phần trăm tăng lên rất nhỏ của chi phí so với doanh thu. Tương tự, nếu một doanh nghiệp thuê một giám đốc quản lý tài chính cấp cao, như là một giám đốc tài chính chẳng hạn, và dự định trả cho ông ta 480 triệu đồng vào năm tới (40 triệu đồng/tháng), thì 480 triệu đồng đó chưa thể

ngay lập tức ảnh hưởng trực tiếp lên doanh thu. Trong trường hợp này, dự báo chi phí quản lý của doanh nghiệp có thể phải điều chỉnh vượt xa con số được tính toán theo phương pháp tỷ lệ phần trăm trên doanh thu.

Nếu một doanh nghiệp xác định sẽ sử dụng phương pháp phần trăm trên doanh thu và làm theo các bước như trên, thì kết quả cuối cùng là mỗi khoản mục chi phí trên báo cáo thu nhập (trừ các khoản mục được dự đoán riêng, như khấu hao chẳng hạn) sẽ tăng trưởng với cùng tỷ lệ như doanh thu.

Bổ sung cho việc tính toán doanh thu dự báo, khi một công ty cân nhắc việc mở cửa hàng mới hoặc sản xuất một sản phẩm mới, công ty thường phân tích tính toán **điểm hòa vốn** để xác định xem đề xuất này có thể bắt đầu được hay không. Điểm hòa vốn của một nhà hàng hay một sản phẩm mới là điểm mà tại đó tổng doanh thu bằng tổng chi phí cần thiết để tạo ra doanh thu của nhà hàng hay doanh thu của sản phẩm đó. Trong trường hợp mở một nhà hàng mới bán đồ ăn nhanh theo suất, công ty kinh doanh nhà hàng nói trên có thể sử dụng phân tích điểm hòa vốn như một cách để xác định dự án đó có thể bắt đầu được hay không. Công thức khi phân tích điểm hòa vốn là: Tổng chi phí cố định / (Giá – Chi phí biến đổi bình quân). Kết quả là, nếu tổng chi phí cố định của việc mở một nhà hàng mới là 3,5 tỷ một năm, giá bình quân cho một suất ăn là 55.000 đồng và chi phí biến đổi (giá vốn hàng bán) cho một suất ăn đó là 23.000 đồng, thì điểm hòa vốn của việc mở nhà hàng mới như sau:

Điểm hòa vốn	=	Chi phí cố định	/	(Giá bán – Chi phí biến đổi bình quân)
109.375	=	3.500.000.000	/	(55.000 – 23.000)

Con số này cho thấy nhà hàng mới phải bán được 109.375 suất ăn trong một năm để “hòa vốn” ở mức giá hiện tại của suất ăn đó, tương đương với 304 suất/ngày (tính trung bình 360 ngày/năm). Để xác định việc mở nhà hàng mới có thể bắt đầu được hay không, cần so sánh con số này với các số liệu doanh thu trong quá khứ của các nhà hàng tương tự, có sự điều chỉnh cho thích hợp chẳng hạn như nhà hàng mới có thể có vị trí đẹp hơn hay xấu hơn so với các nhà hàng hiện tại, sự khác biệt về chất lượng sản phẩm và dịch vụ, uy tín thương hiệu... Để tăng hiệu quả doanh nghiệp có thể lựa chọn hoặc tìm ra cách để giảm chi phí biến đổi hay cố định, hoặc tăng doanh thu. Cách đơn giản nhất để tăng doanh thu là tăng giá bán sản phẩm, nhưng lựa chọn này lại đưa ra một sự cạnh tranh trong môi trường kinh doanh vì tăng giá bán có thể làm giảm đáng kể sản lượng tiêu thụ.

Bảng dưới đây là một công cụ dùng để dự báo những con số chuẩn bị cho báo cáo tài chính dự toán của công ty.

Bảng 3.3: Căn cứ được sử dụng để chuẩn bị báo cáo tài chính dự toán của công ty

Báo cáo thu nhập dự toán	
Doanh thu thuần	
Quá khứ	Doanh thu tăng bình quân 25% / năm
N+1	Tăng lên tới 40% do tăng cường hoạt động marketing và mở địa điểm thứ 2.
N+2	Tăng lên 25% địa điểm thứ 3 sẽ được mở vào cuối năm.
Giá vốn hàng bán (COGS – Cost of goods sold)	
Quá khứ	Bình quân 35% doanh thu trong 2 năm qua
N+1	35% doanh thu
N+2	35% doanh thu
Chi phí bán hàng, chi phí quản lý và chi phí chung	
Quá khứ	Bình quân 20% doanh thu trong 2 năm qua
N+1	Tăng lên đến 25% doanh thu do mở địa điểm thứ 2.
N+2	25% của doanh thu.
Chi phí lãi vay	
Quá khứ	12% đến 14% của nợ dài hạn
N+1	14% của nợ dài hạn
N+2	14% của nợ dài hạn
Thu nhập khác	
Quá khứ	Thu nhập từ việc nhượng quyền là 200 triệu đồng/năm
N+1	Thu nhập từ việc ủy quyền sẽ tăng lên 250 triệu đồng/năm do thương lượng lại điều khoản của hợp đồng nhượng quyền.
N+2	Thu nhập từ việc ủy quyền sẽ tăng lên 250 triệu đồng/năm.
Bảng cân đối kế toán dự toán	
Quá khứ	Khoản phải thu có xu hướng giảm xuống còn dưới 5% doanh thu.
N+1	5% doanh thu
N+2	5% doanh thu
Hàng tồn kho	
Quá khứ	Hàng tồn kho có xu hướng giảm xuống còn 7% doanh thu.
N+1	6% doanh thu (Hàng tồn kho giảm nhẹ từ năm N+1 do mở địa điểm kinh doanh thứ 2).
N+2	6% doanh thu.
Đất đai, nhà xưởng, trang thiết bị	
N+1	Tăng/giảm – Lý do

N+2	Tăng/giảm – Lý do
Khoản phải trả	
Quá khứ	Tăng/giảm – Lý do: Ổn định mức 7,5% doanh thu
N+1	7,5% doanh thu
N+2	7,5% doanh thu
Nợ dài hạn	
N+1	Tăng/giảm – Lý do (gắn với tăng/giảm đất đai, nhà xưởng, trang thiết bị).
N+2	Tăng/giảm – Lý do (gắn với tăng/giảm đất đai, nhà xưởng, trang thiết bị).

Dự báo doanh thu và chi phí là cơ sở quan trọng để doanh nghiệp xây dựng báo cáo tài chính dự toán cho doanh nghiệp mình trong 2 – 5 năm sắp tới.

Báo cáo tài chính dự toán của một doanh nghiệp cũng tương tự như báo cáo tài chính trong quá khứ ngoại trừ nó mang tính định hướng tương lai hơn là dựa vào những số liệu đã có. Những doanh nghiệp mới khởi nghiệp thường sẽ xây dựng sẽ đưa ra báo cáo tài chính dự toán, nhưng những doanh nghiệp đang tồn tại có hoạt động quản trị tốt cũng duy trì những báo cáo này như là một phần trong việc lên kế hoạch tài chính và hỗ trợ cho việc chuẩn bị ngân sách. Việc chuẩn bị các báo cáo tài chính này cũng giúp cho doanh nghiệp xem xét lại chiến lược và có thể điều chỉnh nếu cần thiết. Ví dụ, nếu một báo cáo tài chính dự toán dự đoán rằng lợi nhuận sẽ giảm, doanh nghiệp có thể đưa ra một số thay đổi trong hoạt động như tăng giá hay giảm chi phí, để hỗ trợ cho việc ngăn không cho lợi nhuận giảm theo tình hình thực tế.

Báo cáo tài chính dự toán cũng gồm có 3 tài liệu:

- Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh dự toán
- Bảng cân đối kế toán dự toán
- Báo cáo lưu chuyển tiền tệ dự toán

3.3. Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh dự toán

Sau khi doanh nghiệp đã có những con số dự báo thu nhập và chi phí trong tương lai thì việc tạo ra một báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh dự toán đơn thuần chỉ là vấn đề với các số liệu. Trong báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh dự toán, Phương pháp dự báo tỷ số hàng đã được sử dụng để dự báo giá vốn hàng bán cũng như chi phí chung và chi phí quản lý, có nghĩa là những khoản mục này được dự định là sẽ giữ nguyên tỷ lệ % này so với doanh thu, giống như trong quá khứ (điều này sẽ tương đương về mặt toán học hay nói rằng chúng tăng lên cùng tỷ lệ so với doanh thu). Khấu hao, thu nhập khác và một số khoản mục khác không liên quan trực tiếp đến doanh thu thì được tính riêng – sử dụng các phương pháp đánh giá phù hợp. Dưới đây là mẫu báo cáo kết quả kinh doanh dự toán mà một công ty có thể sử dụng:

Bảng 3.4: Báo cáo kết quả kinh doanh dự toán của Công ty ... giai đoạn N – N+4

	N Thực tế	N+1 Dự toán	N+2 Dự toán	N+3 Dự toán	N+4 Dự toán
Doanh thu thuần					
Giá vốn hàng bán					
Lợi nhuận gộp					
Chi phí hoạt động					
Chi phí bán hàng, chi phí chung và chi phí quản lý					
Khấu hao					
Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh					
Thu nhập khác					
Thu nhập từ lãi vay					
Chi phí lãi vay					
Thu nhập (chi phí) thuần khác					
Thu nhập trước thuế					
Thuế thu nhập					
Thu nhập ròng					
Thu nhập trên 1 cổ phiếu					

3.4. Bảng cân đối kế toán dự toán

Bảng cân đối tài sản dự toán giúp cho doanh nghiệp biết được các hoạt động của mình sẽ ảnh hưởng như thế nào tới khả năng trả nợ ngắn hạn và tài chính của doanh nghiệp sẽ tiến triển như thế nào theo thời gian. Bảng này cũng trình bày ngắn gọn về số tiền các khoản phải thu, hàng tồn kho và trang thiết bị của công ty. Bảng cân đối tài sản dự toán cũng được dùng để dự toán tổng quan tình hình tài chính của công ty. Ví dụ, một công ty rất hào hứng đưa ra bảng cân đối tài sản dự toán, dự báo rằng sẽ tăng trưởng nhanh và có lợi nhuận. Tuy nhiên, điều này lại làm cho tỷ số nợ của công ty lên tới 75% (khá là cao), các nhà đầu tư có thể kết luận là có quá nhiều rủi ro để doanh nghiệp có thể thu hút đầu tư.

Bảng cân đối tài sản dự toán cũng được tiếp cận tương tự như báo cáo thu nhập dự toán. Các khoản mục được liệt kê theo tài sản ngắn hạn và nợ ngắn hạn, mục phần trăm trong quá khứ của doanh thu cũng được sử dụng để dự toán phần trăm doanh thu

tương lai. Các số liệu được điều chỉnh tăng/giảm phụ thuộc vào việc dự báo tình hình kinh doanh trong giai đoạn tới của công ty. Mẫu bảng cân đối kế toán dự toán như sau:

Bảng 3.5: Bảng cân đối kế toán dự toán của Công ty giai đoạn N – N+4

Tài sản	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Tài sản ngắn hạn					
Tiền và các khoản tương đương tiền					
Khoản phải thu, khấu trừ					
Hàng tồn kho					
Tổng tài sản ngắn hạn					
Tài sản, nhà xưởng sản xuất, trang thiết bị					
Đất đai					
Nhà và thiết bị (văn phòng)					
Tổng tài sản, nhà xưởng và trang thiết bị					
Giảm trừ khấu hao tích lũy					
Tài sản, nhà xưởng và trang thiết bị ròng					
Tổng tài sản					
Nợ phải trả và vốn chủ sở hữu					
Nợ ngắn hạn					
Khoản phải trả					
Chi phí dồn tích					
Tổng nợ ngắn hạn					
Phải trả dài hạn					
Nợ dài hạn					
Tổng nợ dài hạn					
Vốn chủ sở hữu					
Cổ phiếu phổ thông					
Lợi nhuận để lại					
Tổng vốn chủ sở hữu					
Tổng nợ và vốn chủ sở hữu					

3.5. Báo cáo lưu chuyển tiền tệ dự toán

Báo cáo lưu chuyển tiền tệ dự toán trình bày về dự toán dòng tiền ra/vào của công ty trong một thời kỳ cụ thể. Chức năng quan trọng nhất của báo cáo lưu chuyển tiền tệ dự toán là dự toán được việc công ty có dòng tiền đáp ứng với nhu cầu hay không. Giống như báo cáo lưu chuyển tiền tệ trong quá khứ, báo cáo lưu chuyển tiền tệ dự toán được chia làm 3 nhóm chỉ tiêu: hoạt động sản xuất kinh doanh, hoạt động đầu tư và hoạt động tài chính. Luồng tiền từ hoạt động sản xuất kinh doanh được quan tâm nhất vì nó cho biết các khoản phải thu, khoản phải trả, hàng tồn kho của công ty có ảnh hưởng đến dòng tiền trong đầu tư và tài chính như thế nào. Nếu như một mục nào đó tăng lên với tỷ lệ lớn hơn nhiều tỷ lệ của doanh thu hàng năm, thì đó là một báo

động độ. Ví dụ, khoản phải thu tăng lên, là khoản tiền công ty cho khách hàng nợ, sẽ giảm số lượng tiền cho các hoạt động đầu tư và tài chính. Nếu như khoản phải vượt quá khả năng kiểm soát sẽ gây nguy hiểm cho khả năng cung tiền để phát triển cũng như khả năng trả nợ của công ty.

Dưới đây là mẫu báo cáo lưu chuyển tiền tệ dự toán của công ty:

Bảng 3.6: Báo cáo lưu chuyển tiền tệ dự toán của Công ty ... giai đoạn N – N+4

	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Dòng tiền từ hoạt động kinh doanh					
Lợi nhuận ròng					
Thay đổi trong vốn hoạt động					
Khấu hao					
Tăng (giảm) khoản phải thu					
Tăng (giảm) chi phí dồn tích					
Tăng (giảm) hàng tồn kho					
Tăng (giảm) khoản phải trả					
Tổng thay đổi					
Tiền ròng từ hoạt động kinh doanh					
Tiền ròng từ hoạt động đầu tư					
Mua bán nhà xưởng, trang thiết bị					
Tiền ròng từ hoạt động đầu tư					
Dòng tiền từ hoạt động tài chính					
Phát sinh tăng nợ dài hạn					
Giảm nợ gốc dài hạn					
Tiền ròng từ hoạt động tài chính					
Tăng tiền mặt					
Tiền và các khoản tương đương tiền đầu năm					
Tiền và các khoản tương đương tiền vào cuối năm					

3.6. Phân tích các chỉ số tài chính dự toán

Các tỷ số tài chính mà trước đây được dùng để đánh giá báo cáo tài chính trong quá khứ của một công ty, cũng có thể được dùng để đánh giá các báo cáo tài chính dự toán. Khi đã làm được điều này thì công ty có thể so sánh được hoạt động tài chính dự toán so với hoạt động trong quá khứ, các hoạt động theo dự toán có ảnh hưởng như thế nào tới dòng tiền cũng như tình hình tài chính chung của doanh nghiệp. Các chỉ số tài chính được xem xét thành 2 nhóm cơ bản đó là nhóm chỉ số khả năng sinh lời và nhóm chỉ số khả năng thanh toán.

Tóm lại, doanh nghiệp hiểu được tình hình tài chính của mình tại mọi thời điểm là rất quan trọng; và dự toán tài chính của các doanh nghiệp mới khởi nghiệp dựa những số liệu đáng tin cậy. Mỗi quan tâm hàng đầu không phải là việc doanh nghiệp thành công trong các lĩnh vực như thế nào mà phải thành công trong tài chính của mình để tồn tại lâu dài và bền vững.

Dưới đây là một số chỉ số tài chính thường được quan tâm trong việc phân tích các báo cáo tài chính dự toán của công ty.

Bảng 3.7: Phân tích các chỉ số tài chính trong báo cáo tài chính quá khứ và dự toán của Công ty ... giai đoạn N – N+4

	Quá khứ		Dự toán		
	N-1	N	N+1	N+2	N+3
Tỷ số đánh giá khả năng sinh lời					
Vòng quay tổng tài sản					
Vòng quay vốn chủ sở hữu					
Tỷ suất lợi nhuận biên					
Tỷ số đánh giá khả năng thanh khoản					
Tỷ số thanh toán hiện tại					
Tỷ số thanh toán nhanh					
Tỷ số quản lý nợ chung					
Tỷ lệ nợ					
Tỷ lệ nợ trên vốn chủ sở hữu					

CÂU HỎI ÔN TẬP

1. Trình bày những mục tiêu cơ bản của quản trị tài chính? Ý nghĩa của hoạt động quản trị tài chính đối với các doanh nghiệp mới khởi nghiệp.
2. Quy trình quản trị tài chính gồm có mấy bước? Có sự khác biệt nào trong quy trình này giữa một doanh nghiệp đang hoạt động với một doanh nghiệp mới khởi nghiệp?
3. Báo cáo tài chính là gì? Những loại báo cáo thường được quan tâm nhất? Ý nghĩa của các loại báo cáo tài chính nói chung?
4. Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh là gì? Tầm quan trọng của báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh? Nêu những nhóm chỉ tiêu cơ bản trong báo cáo tài chính này.
5. Tỷ suất lợi nhuận biên là gì? Cách tính. Nêu ý nghĩa của tỷ suất lợi nhuận biên.
6. Bảng cân đối kế toán là gì? Tầm quan trọng của bảng cân đối kế toán. Nêu những nhóm chỉ tiêu cơ bản trong báo cáo tài chính này.
7. Bảng cân đối kế toán là gì? Tại sao nói đôi khi số liệu trong bảng cân đối kế toán không hoàn toàn đáng tin cậy?
8. Báo cáo lưu chuyển tiền tệ là gì? Ý nghĩa của báo cáo lưu chuyển tiền tệ. Nêu những nhóm chỉ tiêu cơ bản trong báo cáo tài chính này.
9. Các chỉ số tài chính là gì? Tại sao cần tính toán các chỉ số tài chính và so sánh các chỉ số của doanh nghiệp với mức trung bình ngành?
10. Báo cáo tài chính dự toán là gì? Có những loại báo cáo tài chính dự toán nào? Tại sao cần lập các báo cáo tài chính dự toán?
11. Chỉ ra những điểm giống và khác nhau giữa báo cáo tài chính và báo cáo tài chính dự toán.
12. Dự báo doanh thu là gì? Tại sao cần sự báo doanh thu? Dự báo doanh thu căn cứ vào những yếu tố nào?
13. Người ta thường sử dụng phương pháp gì để dự báo chi phí giá vốn hàng bán và các khoản mục chi phí khác?
14. Những loại chi phí nào không có ràng buộc chặt chẽ với doanh thu? Với những loại chi phí đó thì nên sử dụng phương pháp nào để dự báo?
15. Điểm hòa vốn là gì? Công thức tính điểm hòa vốn? Ý nghĩa của phân tích điểm hòa vốn?

BÀI TẬP THỰC HÀNH

1. Làm việc theo từng nhóm đã chia, mỗi nhóm hình thành bản dự báo doanh thu và chi phí theo phương pháp phần trăm doanh thu căn cứ theo những giả định thị trường của sản phẩm hàng hóa/dịch vụ mà nhóm dự định sản xuất/cung ứng trong 3 năm tài chính.

Chương 4: DOANH THU, CHI PHÍ VÀ LỢI NHUẬN CỦA DOANH NGHIỆP

Mục tiêu của chương:

Học xong chương này, học viên có thể:

- *Nắm được những nội dung cơ bản về chi phí, các cách phân loại chi phí trong doanh nghiệp, mối quan hệ giữa chi phí và giá thành sản xuất;*
- *Nắm được những nội dung cơ bản về doanh thu và vấn đề tiêu thụ sản phẩm;*
- *Nắm được những nội dung cơ bản về lợi nhuận, các loại lợi nhuận và phân phối lợi nhuận trong doanh nghiệp;*
- *Nắm được những nội dung cơ bản về một số loại thuế, phí trong quá trình hoạt động sản xuất, kinh doanh như thuế giá trị gia tăng, thuế thu nhập doanh nghiệp, thuế xuất – nhập khẩu, thuế môn bài...*

1. CHI PHÍ CỦA DOANH NGHIỆP

1.1. Chi phí sản xuất và chi phí tiêu thụ sản phẩm

1.1.1. Chi phí sản xuất

Chi phí sản xuất trong doanh nghiệp là biểu hiện bằng tiền của toàn bộ hao phí lao động sống và lao động vật hoá cần thiết mà doanh nghiệp đã chi ra để tiến hành hoạt động sản xuất trong một thời kỳ nhất định.

Để tiến hành hoạt động sản xuất kinh doanh, doanh nghiệp cần phải có đầy đủ yếu tố cơ bản là: Lao động, tư liệu lao động và đối tượng lao động. Quá trình sử dụng các yếu tố cơ bản trong sản xuất cũng đồng thời là quá trình doanh nghiệp phải chi ra những chi phí sản xuất tương ứng: tương ứng với việc sử dụng tài sản cố định là chi phí về khấu hao tài sản cố định; tương ứng với việc sử dụng nguyên vật liệu, nhiên liệu là chi phí về nguyên vật liệu, nhiên liệu; tương ứng với việc sử dụng lao động là tiền lương, tiền công, chi phí bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế, kinh phí công đoàn ... Trong điều kiện nền kinh tế hàng hoá và cơ chế hạch toán kinh doanh, mọi chi phí tiền lương, bảo hiểm xã hội, kinh phí công đoàn... là biểu hiện bằng tiền của hao phí lao động sống, chi phí về khấu hao tài sản cố định, nguyên vật liệu, nhiên liệu là biểu hiện bằng tiền của hao phí lao động vật hoá.

Một doanh nghiệp sản xuất ngoài những hoạt động có liên quan đến sản xuất và sản phẩm hoặc lao vụ, còn có những hoạt động kinh doanh khác có tính chất sản xuất, ví dụ như hoạt động bán hàng, hoạt động quản lý, các hoạt động mang tính chất sự nghiệp. Do đó, không phải bất cứ khoản chi phí nào của doanh nghiệp cũng được gọi là chi phí sản xuất mà chỉ những khoản chi phí cho việc tiến hành sản xuất mới được gọi là chi phí sản xuất.

Chi phí sản xuất của doanh nghiệp phát sinh thường xuyên trong suốt quá trình tồn tại và hoạt động của doanh nghiệp. Nhưng để phục vụ cho quản lý và hạch toán kinh doanh, chi phí sản xuất phải được tính toán tập hợp theo từng thời kỳ: hàng tháng, quý, năm phù hợp với kỳ báo cáo. Chỉ những chi phí sản xuất mà doanh nghiệp bỏ ra trong kỳ mới được tính vào chi phí sản xuất trong kỳ.

Trong doanh nghiệp chi phí sản xuất bao gồm nhiều loại có tính chất kinh tế, mục đích sử dụng, công cụ trong quá trình sản xuất... khác nhau. Để phục vụ cho công tác quản lý chi phí sản xuất phục vụ cho công tác tính giá thành sản phẩm, kế toán cần phải phân loại chi phí sản xuất. Thông thường, người ta sử dụng các cách thức sau đây để phân loại chi phí sản xuất.

Phân loại chi phí sản xuất theo yếu tố: Mỗi yếu tố chi phí sản xuất phát sinh trong kỳ đều có mục đích và công dụng nhất định đối với hoạt động sản xuất kinh doanh. Theo cách phân loại này, căn cứ vào mục đích và công dụng của chi phí trong sản xuất để chia ra các khoản mục chi phí khác nhau. Do vậy, toàn bộ chi phí sản xuất phát sinh trong kì được chia làm các khoản mục chi phí sau:

Chi phí nguyên vật liệu trực tiếp: Chi phí về nguyên liệu, vật liệu chính, phụ, nhiên liệu sử dụng vào mục đích trực tiếp sản xuất sản phẩm.

Chi phí nhân công trực tiếp: Bao gồm chi phí về tiền công, tiền trích bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế và kinh phí công đoàn.

Chi phí sản xuất chung: Đây là những chi phí dùng cho hoạt động sản xuất chung ở các phân xưởng, tổ đội sản xuất ngoài hai khoản mục chi phí trực tiếp ở trên bao gồm các khoản sau:

- Chi phí nhân viên phân xưởng: Tiền lương, tiền công, các khoản phụ cấp, trích bảo hiểm... cho nhân viên quản lý phân xưởng, nhân viên thống kê, thủ kho, kế toán, tiếp liệu, công nhân vận chuyển, sửa chữa ở phân xưởng.

- Chi phí vật liệu: Chi phí vật liệu sử dụng chung cho phân xưởng như vật liệu để sửa chữa, bảo dưỡng tài sản cố định của phân xưởng, vật liệu văn phòng và những vật liệu dùng cho nhu cầu quản lý chung ở phân xưởng, tổ, đội sản xuất.

- Chi phí dụng cụ sản xuất: Phản ánh chi phí công cụ, dụng cụ cho nhu cầu sản xuất chung ở phân xưởng, tổ sản xuất, như khuôn mẫu dụng cụ giá lắp, dụng cụ bảo hộ lao động...

- Chi phí khấu hao tài sản cố định: Phản ánh toàn bộ số tiền trích khấu hao của TSCĐ hữu hình, vô hình, thuê ngoài sử dụng ở các phân xưởng...

- Chi phí quản lý doanh nghiệp: Tiền lương, tiền công, các khoản phụ cấp, bảo hiểm... cho cán bộ quản lý, chi phí chung phát sinh trong quá trình quản lý doanh

nghiệp.

- Chi phí dịch vụ mua ngoài: là chi phí về lao vụ, dịch vụ mua từ bên ngoài để phục vụ cho hoạt động sản xuất chung ở phân xưởng, tổ đội sản xuất như chi phí về điện, nước, khí nén, hơi, điện thoại ...
- Chi phí khác bằng tiền.

Phân loại chi phí sản xuất theo khoản mục tính giá thành: Theo tiêu thức này thì các chi phí giống nhau được sắp xếp vào một yếu tố, không phân biệt chi phí đó phát sinh trong lĩnh vực hoạt động nào, ở đâu. Căn cứ vào tiêu thức này, chi phí sản xuất được phân loại thành:

- Chi phí nguyên vật liệu.
- Chi phí nhân công.
- Chi phí khấu hao tài sản cố định.
- Chi phí dịch vụ mua ngoài.
- Chi phí khác bằng tiền.

Cách phân loại này có ưu điểm giúp cho doanh nghiệp biết được kết cấu, tỷ trọng của từng loại chi phí mà doanh nghiệp đã chi ra trong kỳ.

Phân loại chi phí theo mối quan hệ với sản lượng sản xuất (hay mức độ hoạt động của doanh nghiệp): chi phí được chia thành biến phí và định phí.

Biến phí (chi phí khả biến): Là những chi phí thay đổi về tổng số, và tỷ lệ so với khối lượng công việc hoàn thành. Tuy nhiên, chi phí biến đổi tính trên một đơn vị sản phẩm lại có tính cố định.

Định phí (chi phí cố định): Là những chi phí không đổi về tổng số so với khối lượng công việc hoàn thành. Định phí trên một đơn vị sản phẩm lại thay đổi.

Phân loại theo khoản mục này tạo điều kiện thuận tiện cho công việc lập kế hoạch và kiểm tra chi phí, đồng thời làm căn cứ để ra các quyết định kinh doanh.

Để quản lý tốt chi phí, ngoài việc phân loại doanh nghiệp còn phải xem xét cơ cấu chi phí sản xuất để có định hướng điều chỉnh tỷ trọng các loại chi phí trong giá thành sản xuất sản phẩm. Trong đó, cần phải chú ý là các doanh nghiệp trong các ngành sản xuất khác nhau hay thậm chí trong cùng một ngành sản xuất có thể có cơ cấu chi phí khác nhau. Cơ cấu chi phí chịu sự tác động của các nhân tố như: Loại hình và quy mô sản xuất của từng doanh nghiệp, trình độ sản xuất, công nghệ - trang thiết bị, công tác tổ chức, năng lực quản lý, tay nghề của người lao động...

1.1.2. Chi phí tiêu thụ

Nếu xem xét hoạt động tiêu thụ là một quá trình thì hoạt động tiêu thụ sản phẩm

là một quá trình bao gồm từ việc nghiên cứu nhu cầu thị trường, biến nhu cầu đó thành nhu cầu mua thực sự của người tiêu dùng, tổ chức sản xuất, chuẩn bị sản phẩm, tổ chức bán và các hoạt động dịch vụ khách hàng sau khi bán.

Để thực hiện hoạt động tiêu thụ sản phẩm doanh nghiệp cũng cần bỏ ra những chi phí nhất định, bao gồm:

Chi phí trực tiếp tiêu thụ sản phẩm: Chi phí chọn lọc, đóng gói; chi phí bao bì; chi phí vận chuyển, bảo quản; chi phí lưu kho, bến bãi...

Chi phí hỗ trợ tiêu thụ sản phẩm: bao gồm chi phí điều tra nghiên cứu thị trường; chi phí quảng cáo giới thiệu sản phẩm; chi phí bảo hành...

Ngoài ra, để thực hiện tốt việc tiêu thụ sản phẩm, doanh nghiệp còn cần phải chú ý đến các hoạt động như: xây dựng chiến lược và kế hoạch tiêu thụ sản phẩm; tổ chức và quản lý kênh phân phối; tổ chức dịch vụ bán hàng và sau bán hàng; tổng kết, đánh giá, điều chỉnh hoạt động tiêu thụ... Những chi phí này và chi phí hỗ trợ tiêu thụ sản phẩm ngày càng chiếm tỷ trọng lớn và có xu hướng tăng lên trong nền kinh tế thị trường.

1.1.3. Giá thành sản phẩm

Xuất phát từ mục đích sản xuất và nguyên tắc kinh doanh trong nền kinh tế thị trường mọi sản phẩm khi được tạo ra luôn được các doanh nghiệp quan tâm đến hiệu quả do nó mang lại. Để sản xuất và tiêu thụ một sản phẩm thì doanh nghiệp phải tốn hết bao nhiêu chi phí, các loại chi phí và tỷ trọng của từng loại chi phí, khả năng để hạ thấp các loại chi phí này. Chỉ tiêu thoả mãn được những thông tin mang nội dung trên chính là giá thành sản phẩm.

Giá thành sản phẩm là biểu hiện bằng tiền của toàn bộ chi phí mà doanh nghiệp bỏ ra để hoàn thành việc sản xuất hoặc để sản xuất và tiêu thụ một loại sản phẩm nhất định.

Giá thành sản phẩm và chi phí sản xuất có mối quan hệ chặt chẽ với nhau: chi phí sản xuất hợp thành giá thành sản phẩm nhưng không phải toàn bộ chi phí sản xuất phát sinh trong kỳ đều được tính vào giá thành sản xuất trong kỳ. Trong đó, giá thành sản phẩm phản ánh lượng chi phí để hoàn thành sản xuất hay sản xuất và tiêu thụ một đơn vị sản phẩm hoặc một khối lượng sản phẩm nhất định, còn chi phí sản xuất và lưu thông sản phẩm thể hiện số chi phí mà doanh nghiệp bỏ ra để sản xuất và tiêu thụ sản phẩm trong một thời kỳ nhất định, thường là một năm.

Để đáp ứng các yêu cầu quản lý, hạch toán và kế hoạch hoá giá thành cũng như yêu cầu xây dựng giá cả hàng hoá, giá thành được xem xét dưới nhiều góc độ khác

nhau.

Phân loại theo thời gian và nguồn số liệu tính giá thành sản phẩm thì giá thành gồm:

Giá thành kế hoạch: Việc tính toán, xác định giá thành kế hoạch sản phẩm được tiến hành trước khi tiến hành quá trình sản xuất, chế tạo sản phẩm do bộ phận kế hoạch thực hiện. Giá thành kế hoạch của sản phẩm được tính trên cơ sở chi phí sản xuất kế hoạch và được xem là mục tiêu phấn đấu của doanh nghiệp, là cơ sở để phân tích, đánh giá tình hình thực hiện kế hoạch giá thành, kế hoạch hạ giá thành của doanh nghiệp.

Giá thành định mức: Cũng giống như giá thành kế hoạch, giá thành định mức cũng có thể thực hiện được trước khi sản xuất tạo sản phẩm dựa vào các định mức, dự toán chi phí. Giá thành định mức được xem là thước đo chính xác để xác định kết quả sản xuất kinh doanh.

Giá thành thực tế: Khác với hai loại giá thành trên, giá thành thực tế của sản phẩm, lao vụ chỉ được xác định khi qua quá trình sản xuất, chế tạo sản phẩm đã được hoàn thành và dựa trên cơ sở số liệu chi phí sản xuất thực tế đã phát sinh tập hợp trong kỳ. Giá thành thực tế sản phẩm là chỉ tiêu tổng hợp phản ánh kết quả phấn đấu của doanh nghiệp trong việc tổ chức và sử dụng các giải pháp kinh tế kỹ thuật để sản xuất sản phẩm, là cơ sở xác định kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh, có ảnh hưởng trực tiếp đến thu nhập của doanh nghiệp.

Phân loại theo phạm vi phát sinh chi phí thì giá thành sản xuất bao gồm:

Giá thành sản xuất (giá thành phân xưởng): Là chỉ tiêu phản ánh tất cả những chi phí phát sinh liên quan đến việc sản xuất, chế tạo sản phẩm trong phạm vi phân xưởng như chi phí nguyên vật liệu trực tiếp, chi phí nhân công trực tiếp và chi phí sản xuất chung tính cho những sản phẩm, công việc, lao vụ đã hoàn thành. Đây là giá căn cứ tính toán giá vốn hàng bán và lợi nhuận gộp ở các doanh nghiệp sản xuất.

Giá thành toàn bộ (giá thành tiêu thụ): Giá thành toàn bộ của sản phẩm chỉ được tính toán xác định khi sản phẩm, công việc và lao vụ được tiêu thụ. Nó là căn cứ tính toán và xác định lợi nhuận trước thuế của doanh nghiệp. Giá thành tiêu thụ hay giá thành đầy đủ được tính như sau:

$$\begin{array}{ccccccc} \text{Giá thành toàn bộ} & & \text{Giá thành sản} & & \text{Chi phí} & & \text{Chi phí quản} \\ \text{của sản phẩm tiêu} & = & \text{xuất của sản} & + & \text{bán} & + & \text{lý doanh} \\ \text{thụ} & & \text{phẩm} & & \text{hàng} & & \text{nh nghiệp} \end{array}$$

Như đã phân tích ở trên, chi phí sản xuất hợp thành giá thành sản phẩm nhưng

không phải toàn bộ chi phí sản xuất phát sinh trong kỳ đều được tính vào giá thành sản xuất trong kỳ. Giá thành sản xuất được tính như sau:

$$\text{Giá thành sản xuất} = \text{Chi phí sản xuất phát sinh trong kỳ} + \text{Chênh lệch sản phẩm dở dang}$$

Trong đó:

$$\text{Chênh lệch sản phẩm dở dang} = \text{Sản phẩm dở dang đầu kỳ} - \text{Sản phẩm dở dang cuối kỳ}$$

Giá vốn hàng bán là giá trị của toàn bộ hàng hóa được tiêu thụ trong kỳ, có thể đã được thanh toán hoặc xác nhận thanh toán.

$$\text{Giá vốn hàng bán} = \text{Giá thành sản xuất} + \text{Chênh lệch thành phẩm tồn kho}$$

$$\text{Chênh lệch thành phẩm tồn kho} = \text{Thành phẩm tồn kho đầu kỳ} - \text{Thành phẩm tồn kho cuối kỳ}$$

1.2. Chi phí hoạt động tài chính và chi phí hoạt động bất thường của doanh nghiệp

Chi phí hoạt động tài chính: Là các khoản chi phí hoặc các khoản lỗ liên quan đến các hoạt động đầu tư tài chính, chi phí cho vay và đi vay vốn, chi phí góp vốn liên doanh, lỗ chuyển nhượng chứng khoán ngắn hạn, chi phí giao dịch bán chứng khoán; các khoản lập và hoàn nhập dự phòng giảm giá đầu tư chứng khoán ngắn hạn, đầu tư khác; các khoản lỗ về chênh lệch tỷ giá ngoại tệ ...

Chi phí hoạt động bất thường (khác): Bao gồm các khoản chi phí như chi phí nhượng bán, thanh lý tài sản cố định; giá trị tổn thất sau khi đã giảm trừ và các khoản chi phí bất thường khác.

2. DOANH THU TIÊU THỤ SẢN PHẨM

2.1. Vấn đề tiêu thụ sản phẩm và doanh thu tiêu thụ sản phẩm của doanh nghiệp

Tiêu thụ sản phẩm là khâu cuối cùng của quá trình sản xuất kinh doanh. Tiêu thụ sản phẩm thực hiện mục đích của sản xuất và tiêu dùng, đưa sản phẩm từ nơi sản xuất đến nơi tiêu dùng. Nó là khâu lưu thông hàng hoá, là cầu nối trung gian giữa một bên là sản xuất, phân phối và một bên là tiêu dùng.

Trong cơ chế thị trường hiện nay, hoạt động tiêu thụ sản phẩm có vai trò vô cùng quan trọng đối hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Tiêu thụ sản phẩm là khâu quyết định đến sự thành công hay thất bại của mỗi doanh nghiệp. Có tiêu thụ được sản phẩm mới tăng được vòng quay của vốn, tăng hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh. Qua tiêu thụ sản phẩm thực hiện được giá trị sử dụng của sản phẩm. Sau khi tiêu thụ được sản phẩm doanh nghiệp không những thu được các khoản chi phí bỏ

ra mà còn thu được lợi nhuận. Đây cũng là mục tiêu cao nhất của doanh nghiệp. Cụ thể, hoạt động tiêu thụ sản phẩm góp phần giúp doanh nghiệp:

Tái đầu tư và mở rộng hoạt động sản xuất kinh doanh: Để có thể tái sản xuất kinh doanh và mở rộng sản xuất kinh doanh đòi hỏi doanh nghiệp phải tiêu thụ được sản phẩm do mình sản xuất ra và thu được tiền đảm bảo bù đắp chi phí bỏ ra, có lợi nhuận

Duy trì và phát triển thị trường: Tiêu thụ sản phẩm giữ vai trò quan trọng trong việc duy trì và phát triển mở rộng thị trường.

Nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh: Tổ chức tốt hoạt động tiêu thụ sản phẩm góp phần giảm chi phí lưu thông, giảm chi phí, thời gian dự trữ hàng hoá, tăng vòng quay của vốn, rút ngắn chu kỳ sản xuất kinh doanh, tạo điều kiện cho doanh nghiệp có khả năng đổi mới công nghệ kỹ thuật, nâng cao chất lượng sản phẩm, tăng doanh thu và đem lại lợi nhuận cao.

Tăng thị phần và nâng cao uy tín của doanh nghiệp: Trong nền kinh tế thị trường, doanh nghiệp chỉ có thể đảm bảo cho sự tồn tại và phát triển của mình khi tiêu thụ sản phẩm. Thị phần của doanh nghiệp càng lớn thì vị thế của doanh nghiệp càng lớn và ngược lại. Do đó, hoạt động tiêu thụ sản phẩm được thực hiện tốt góp phần giúp mở rộng thị trường, tăng cường vị thế và tăng khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường.

Khi hoàn thành việc tiêu thụ sản phẩm thì cũng có nghĩa là doanh nghiệp có doanh thu tiêu thụ sản phẩm. Đây là số tiền khách hàng chấp nhận thanh toán. Doanh thu tiêu thụ sản phẩm là bộ phận thường chiếm tỷ trọng lớn trong tổng doanh thu của doanh nghiệp.

2.2. Doanh thu của doanh nghiệp

Theo quy định tại điều 8 Luật thuế thu nhập doanh nghiệp số 14/2008/QH12 ngày 03 tháng 06 năm 2008 của Quốc Hội khóa 12: Doanh thu là toàn bộ tiền bán hàng, tiền gia công, tiền cung ứng dịch vụ, trợ giá, phụ thu, phụ trội mà doanh nghiệp được hưởng. Doanh thu được tính bằng đồng Việt Nam, trường hợp có doanh thu bằng ngoại tệ thì phải quy đổi ngoại tệ ra đồng Việt Nam theo tỷ giá giao dịch bình quân trên thị trường ngoại tệ liên ngân hàng do Ngân hàng Nhà nước Việt Nam công bố tại thời điểm phát sinh doanh thu bằng ngoại tệ.

Căn cứ vào nguồn hình thành thì doanh thu của doanh nghiệp bao gồm:

- Doanh thu từ hoạt động kinh doanh
- Doanh thu từ hoạt động tài chính

- Doanh thu từ hoạt động bất thường

Đối với doanh thu từ hoạt động kinh doanh, mỗi loại hình kinh doanh với các hoạt động khác nhau thì doanh thu cũng khác nhau:

- Đối với các doanh nghiệp khai thác, sản xuất, chế biến... Doanh thu là toàn bộ số tiền bán sản phẩm, bán thành phẩm, bao bì, nguyên vật liệu...

- Đối với các doanh nghiệp trong ngành xây dựng: Doanh thu là giá trị công trình hoàn thành, bàn giao.

- Đối với các doanh nghiệp trong ngành vận tải: Doanh thu là tiền cước phí.

- Đối với các doanh nghiệp trong ngành thương mại, dịch vụ, nhà hàng, ăn uống: Doanh thu là tiền bán hàng.

- Đối với hoạt động địa lý, ủy thác: Doanh thu là tiền hoa hồng.

- Đối với hoạt động kinh doanh tiền tệ: Doanh thu là tiền lãi vay.

- Đối với hoạt động bảo hiểm: Doanh thu là phí bảo hiểm.

- Đối với hoạt động cho thuê: Doanh thu là tiền thuê.

- Đối với hoạt động văn hóa, nghệ thuật, biểu diễn, thể thao: Doanh thu là tiền bán vé.

3. LỢI NHUẬN CỦA DOANH NGHIỆP

3.1. Khái niệm lợi nhuận của doanh nghiệp

Lợi nhuận của doanh nghiệp là khoản chênh lệch giữa doanh thu và chi phí mà doanh nghiệp bỏ ra đạt được doanh thu đó từ các hoạt động của doanh nghiệp đưa lại.

Lợi nhuận là kết quả tài chính cuối cùng của các hoạt động sản xuất, kinh doanh, hoạt động tài chính, hoạt động khác đưa lại, là chỉ tiêu chất lượng để đánh giá hiệu quả kinh tế các hoạt động của doanh nghiệp.

Bất kỳ một doanh nghiệp nào hoạt động trong cơ chế thị trường, điều đầu tiên mà họ quan tâm đó là lợi nhuận. Đây là một chỉ tiêu kinh tế tổng hợp phản ánh hiệu quả của quá trình kinh doanh, là yếu tố sống còn của doanh nghiệp. Doanh nghiệp chỉ tồn tại và phát triển khi nó tạo ra lợi nhuận, nếu doanh nghiệp hoạt động không có hiệu quả, thu không đủ bù đắp chi phí đã bỏ ra thì doanh nghiệp sẽ bị đào thải, đi đến phá sản. Đặc biệt trong điều kiện kinh tế thị trường có sự cạnh tranh diễn ra ngày càng gay gắt và khốc liệt vì vậy lợi nhuận là yếu tố cực kỳ quan trọng và quyết định đến sự tồn tại của doanh nghiệp.

3.1.1. Lợi nhuận trước thuế của doanh nghiệp

Lợi nhuận trước thuế của doanh nghiệp bao gồm lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh, lợi nhuận từ hoạt động tài chính và lợi nhuận từ hoạt động bất thường.

Lợi nhuận trước thuế từ hoạt động kinh doanh: là khoản chênh lệch giữa tổng doanh thu tiêu thụ sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ và chi phí hoạt động kinh doanh.

Lợi nhuận trước thuế từ hoạt động tài chính: là chênh lệch giữa doanh thu hoạt động tài chính với chi phí hoạt động tài chính.

Lợi nhuận trước thuế từ hoạt động bất thường: là chênh lệch giữa doanh thu hoạt động bất thường và chi phí hoạt động bất thường.

Lợi nhuận trước thuế từ các hoạt động chính là tổng lợi nhuận trước thuế của doanh nghiệp. Lợi nhuận trước thuế này chính là cơ sở để tính thuế thu nhập doanh nghiệp.

3.1.2. Lợi nhuận sau thuế của doanh nghiệp

Lợi nhuận sau thuế của doanh nghiệp là chênh lệch giữa lợi nhuận trước thuế và thuế thu nhập doanh nghiệp.

$$\begin{array}{l} \text{Thuế thu nhập} \\ \text{doanh nghiệp} \end{array} = \begin{array}{l} \text{Lợi nhuận} \\ \text{trước thuế} \end{array} \times \begin{array}{l} \text{Thuế suất} \\ \text{thuế thu nhập doanh nghiệp} \end{array}$$
$$\begin{array}{l} \text{Lợi nhuận} \\ \text{sau thuế} \end{array} = \begin{array}{l} \text{Lợi nhuận} \\ \text{trước thuế} \end{array} - \begin{array}{l} \text{Thuế thu nhập} \\ \text{doanh nghiệp} \end{array}$$

Lợi nhuận tác động đến tất cả mọi hoạt động của doanh nghiệp. Nó ảnh hưởng trực tiếp đến tình hình tài chính của doanh nghiệp, là điều kiện quan trọng đảm bảo cho khả năng thanh toán của doanh nghiệp. Nếu doanh nghiệp làm ăn có hiệu quả, có lợi nhuận cao thì khả năng thanh toán mạnh, doanh nghiệp có thể hoàn trả mọi khoản nợ đến hạn và ngược lại.

Hoạt động sản xuất kinh doanh có lãi sẽ tạo cho doanh nghiệp một khoản lợi nhuận sau thuế chưa phân phối, là cơ sở để bổ sung vào nguồn vốn tái đầu tư, áp dụng những tiến bộ khoa học kỹ thuật thông qua việc đổi mới trang thiết bị... mở rộng quy mô hoạt động là cơ sở để doanh nghiệp tồn tại phát triển vững vàng trên thương trường, làm cơ sở để doanh nghiệp đi vay vốn từ bên ngoài được dễ dàng.

Lợi nhuận cũng là căn cứ để đánh giá năng lực, về nhân sự, năng lực về tài chính, năng lực quản lý và điều hành sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp...

Doanh nghiệp có lợi nhuận cao sẽ có điều kiện nâng cao thu nhập, cải thiện đời sống người lao động, tạo hưng phấn kích thích trí sáng tạo, phát huy cao nhất khả năng của nhân viên trong doanh nghiệp, là cơ sở cho những bước phát triển tiếp theo.

Đối với nhà nước, thông qua lợi nhuận của doanh nghiệp, Nhà nước tiến hành thu thuế thu nhập doanh nghiệp tăng tích lũy cho xã hội, là công cụ điều chỉnh nền kinh tế vĩ mô. Thuế thu nhập doanh nghiệp đánh vào phần lợi nhuận mà doanh nghiệp thu trong kỳ, nên khi lợi nhuận của doanh nghiệp càng cao thì số thuế mà Nhà nước nhận được càng

hiều. Đó chính là nguồn tài chính để Nhà nước tiến hành tái sản xuất mở rộng, phát triển kinh tế xã hội, củng cố an ninh quốc phòng, nâng cao đời sống vật chất và tinh thần cho nhân dân.

3.2. Phân phối lợi nhuận trong doanh nghiệp

Phân phối lợi nhuận của doanh nghiệp nhằm mục đích tái đầu tư và mở rộng hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, khuyến khích và tạo động lực để người lao động nâng cao năng suất góp phần tăng hiệu quả sản xuất kinh doanh. Về nguyên tắc, lợi nhuận sau thuế của doanh nghiệp dùng để trả cổ tức và phần còn lại là lợi nhuận không chia. Tỷ lệ lợi nhuận chia và lợi nhuận không chia phụ thuộc vào quy định của Nhà nước và chính sách chia cổ tức của đại hội đồng cổ đông tại mỗi doanh nghiệp trong từng thời kỳ nhất định.

Lợi nhuận sau thuế của doanh nghiệp sau khi trừ đi các nghĩa vụ tài chính với Nhà nước (nếu có) và cổ tức được trích lập vào các quỹ của doanh nghiệp như quỹ đầu tư phát triển, quỹ dự phòng tài chính, quỹ dự phòng trợ cấp mất việc, quỹ khen thưởng và phúc lợi.

Quỹ đầu tư phát triển: được dùng để đầu tư mở rộng hoạt động sản xuất kinh doanh; đổi mới, cải tiến, thay thế máy móc, thiết bị, công nghệ; đầu tư nghiên cứu khoa học; bổ sung vốn lưu động; tham gia hợp tác kinh doanh...

Quỹ dự phòng tài chính: được dùng để bù đắp khoản chênh lệch từ những tổn thất, thiệt hại về tài sản do thiên tai, địch họa, hỏa hoạn, những rủi ro trong kinh doanh không được tính trong giá thành và đền bù của công ty bảo hiểm; trích nộp quỹ dự phòng tài chính của tổng công ty.

Quỹ dự phòng trợ cấp mất việc làm: được sử dụng để trợ cấp cho người lao động có thời gian lao động đủ một năm trở lên bị mất việc làm và chi cho việc đào tạo lại chuyên môn nghiệp vụ cho người lao động do thay đổi công nghệ hoặc chuyển sang công việc mới; trợ cấp cho lao động bị mất việc làm do các nguyên nhân khách quan (do thay đổi công nghệ, liên doanh, tái cấu trúc...); trích nộp quỹ trợ cấp mất việc làm theo quy định của tổng công ty.

Quỹ khen thưởng: được dùng để thưởng cuối năm hoặc thưởng thường kỳ cho cán bộ công nhân viên trong doanh nghiệp trên cơ sở năng suất lao động, thành tích làm việc và mức lương cơ bản của cán bộ công nhân viên trong doanh nghiệp; thưởng đột xuất cho những các nhân, tập thể có sáng kiến cải tiến kỹ thuật giúp tăng năng suất và hiệu quả làm việc; thưởng cho cá nhân, tập thể ngoài doanh nghiệp mang lại lợi ích kinh tế cho doanh nghiệp; trích nộp quỹ khen thưởng của tổng công ty.

Quỹ phúc lợi: được dùng để xây dựng, sửa chữa, tu bổ các công trình công cộng; chi cho các hoạt động phúc lợi, văn hóa, thể dục thể thao; đóng góp cho các quỹ phúc

lợi xã hội; trợ cấp thường xuyên, đột xuất cho cán bộ công nhân viên; chi trợ cấp cho lao động đã nghỉ hưu; trích lập quỹ phúc lợi của tổng công ty.

4. MỘT SỐ LOẠI THUẾ, PHÍ ĐỐI VỚI DOANH NGHIỆP

4.1. Thuế giá trị gia tăng

Giá trị gia tăng (GTGT) là khoản giá trị tăng thêm của hàng hóa, dịch vụ phát sinh trong quá trình sản xuất, lưu thông đến tiêu dùng. *Thuế GTGT là loại thuế chỉ đánh vào phần giá trị tăng thêm qua mỗi khâu của quá trình sản xuất kinh doanh.* Tổng số thuế thu được ở mỗi khâu bằng chính số thuế tính trên giá bán cho người tiêu dùng cuối cùng. Đây là loại thuế gián thu, do người sản xuất kinh doanh nộp hộ người tiêu dùng thông qua việc tính gộp thuế này vào giá bán người tiêu dùng phải thanh toán.

Những quy định của pháp luật về đối tượng chịu thuế, đối tượng không chịu thuế, người nộp thuế, căn cứ và phương pháp tính thuế, khấu trừ và hoàn thuế GTGT được quy định trong Luật Thuế giá trị gia tăng 2009.

4.1.1. Đối tượng chịu thuế giá trị gia tăng

Đối tượng chịu thuế GTGT là hàng hóa, dịch vụ sử dụng cho sản xuất, kinh doanh và tiêu dùng ở Việt Nam (Điều 3 – Luật Thuế giá trị gia tăng 2009), trừ 25 đối tượng không thuộc diện chịu thuế (Điều 5 – Luật Thuế giá trị gia tăng 2009).

4.1.2. Thuế suất thuế giá trị gia tăng

Điều 8 – Luật Thuế giá trị gia tăng 2009 quy định 3 mức thuế suất thuế GTGT là 0%, 5% và 10%. Cụ thể như sau:

Mức thuế suất 0% áp dụng đối với hàng hóa, dịch vụ xuất khẩu, vận tải quốc tế và hàng hóa, dịch vụ không chịu thuế giá trị gia tăng quy định tại Điều 5 của Luật này khi xuất khẩu, trừ các trường hợp chuyển giao công nghệ, chuyển nhượng quyền sở hữu trí tuệ ra nước ngoài; dịch vụ tái bảo hiểm ra nước ngoài; dịch vụ cấp tín dụng, chuyển nhượng vốn, dịch vụ tài chính phái sinh; dịch vụ bưu chính, viễn thông; sản phẩm xuất khẩu là tài nguyên, khoáng sản khai thác chưa qua chế biến.

Mức thuế suất 5% áp dụng đối với hàng hoá, dịch vụ sau đây:

- Nước sạch phục vụ sản xuất và sinh hoạt
- Phân bón, thuốc phòng trừ sâu bệnh, chất kích thích tăng trưởng
- Thức ăn gia súc, gia cầm và thức ăn cho vật nuôi khác
- Dịch vụ phục vụ sản xuất nông nghiệp
- Sản phẩm trồng trọt, chăn nuôi, thủy sản chưa qua chế biến
- Mủ cao su sơ chế, nhựa thông sơ chế
- Thực phẩm tươi sống; lâm sản chưa qua chế biến, trừ gỗ, măng

- Đường, phụ phẩm trong sản xuất đường
- Sản phẩm thủ công sản xuất bằng nguyên liệu tận dụng từ nông nghiệp, bông sơ chế, giấy in báo
- Máy móc, thiết bị chuyên dùng phục vụ cho sản xuất nông nghiệp
- Thiết bị, dụng cụ y tế; thuốc phòng bệnh, chữa bệnh; sản phẩm hóa dược, dược liệu
- Giáo cụ dùng để giảng dạy và học tập; dụng cụ chuyên dùng cho giảng dạy, nghiên cứu, thí nghiệm khoa học
- Hoạt động văn hoá, triển lãm, thể dục, thể thao; biểu diễn nghệ thuật; sản xuất phim; nhập khẩu, phát hành và chiếu phim
- Đồ chơi cho trẻ em, sách các loại
- Dịch vụ khoa học, công nghệ

Mức thuế suất 10% áp dụng đối với hàng hoá, dịch vụ không bao gồm các hàng hóa, dịch vụ kể trên.

4.1.3. Phương pháp tính thuế giá trị gia tăng

Có hai phương pháp tính thuế GTGT là phương pháp khấu trừ thuế và phương pháp tính thuế trực tiếp trên giá trị gia tăng (Điều 10, 11 – Luật Thuế giá trị gia tăng 2009).

Các đơn vị tổ chức kinh doanh khi áp dụng phương pháp khấu trừ thuế yêu cầu phải sử dụng hóa đơn giá trị gia tăng. Khi lập hóa đơn phải ghi đầy đủ giá bán chưa có thuế (kể cả phụ thu, phí ngoài giá bán), thuế GTGT, tổng giá thanh toán đối với người mua.

Số thuế GTGT phải nộp theo **phương pháp khấu trừ** được tính theo công thức sau:

$$\text{Số thuế GTGT phải nộp} = \text{Số thuế GTGT đầu ra} - \text{Số thuế GTGT đầu vào}$$

Trong đó, số thuế GTGT đầu ra bằng tổng số thuế GTGT của hàng hóa, dịch vụ bán ra ghi trên hóa đơn GTGT; số thuế GTGT đầu vào được khấu trừ bằng tổng số thuế GTGT ghi trên hóa đơn GTGT mua hàng hóa, dịch vụ hay chứng từ nộp thuế GTGT của hàng hóa nhập khẩu.

Phương pháp tính thuế trực tiếp trên giá trị gia tăng được áp dụng đối với cơ sở kinh doanh và tổ chức, cá nhân nước ngoài kinh doanh không có cơ sở thường trú tại Việt Nam nhưng có thu nhập phát sinh tại Việt Nam chưa thực hiện đầy đủ chế độ kế toán, hóa đơn, chứng từ; hoạt động mua bán vàng bạc, đá quý.

Số thuế GTGT phải nộp theo phương pháp tính thuế trực tiếp trên giá trị gia tăng được tính theo công thức sau:

$$\text{Số thuế GTGT phải nộp} = \text{GTGT của HH, DV chịu thuế bán ra} \times \text{Thuế suất thuế GTGT của HH, DV tương ứng}$$

Trong đó GTGT của hàng hóa, dịch vụ được xác định bằng giá thanh toán của hàng hóa dịch vụ bán ra trừ giá thanh toán của hàng hóa dịch vụ mua vào tương ứng.

4.1.4. Miễn giảm thuế giá trị gia tăng

Các đối tượng không chịu thuế gồm có 25 nhóm đối tượng, được quy định tại Điều 5 – Luật Thuế giá trị gia tăng.

4.2. Thuế tiêu thụ đặc biệt

Thuế tiêu thụ đặc biệt là loại thuế gián thu, đánh vào một số loại hàng hóa đặc biệt. Doanh nghiệp là người nộp thuế nhưng thực chất người tiêu dùng mới chịu thuế vì thuế được cộng vào với giá bán.

Căn cứ tính thuế tiêu thụ đặc biệt là giá của hàng hóa, dịch vụ chịu thuế và thuế suất. Thuế tiêu thụ đặc biệt phải nộp được tính theo công thức sau:

$$\text{Thuế TTĐB phải nộp} = \text{Giá tính thuế TTĐB} \times \text{Thuế suất thuế TTĐB}$$

Danh mục các loại hàng hóa phải chịu thuế tiêu thụ đặc biệt và thuế suất thuế tiêu thụ đặc biệt cụ thể như sau:

Bảng 4.1: Danh mục hàng hóa và thuế suất thuế tiêu thụ đặc biệt

TT	Hàng hóa, dịch vụ	Thuế suất %
I	Hàng hóa	
1	Thuốc lá điếu, xì gà và các chế phẩm khác từ cây thuốc lá	65
2	Rượu	
2.1	Rượu từ 20 độ trở lên	45
2.2	Rượu dưới 20 độ	25
3	Bia	45
4	Xe ô tô dưới 24 chỗ	10 – 60
5	Xe mô tô 2 bánh, 3 bánh có dung tích xilanh trên 125 cm ³	20
6	Tàu bay, du thuyền	30
7	Xăng các loại, naphtha, chế phẩm tái hợp, pha chế xăng	10
8	Điều hòa nhiệt độ công suất 90.000 BTU trở xuống	10

9	Bài lá	40
10	Vàng mã, hàng mã	70
II	Dịch vụ	
1	Kinh doanh vũ trường	40
2	Kinh doanh massage, karaoke	30
3	Kinh doanh casino, trò chơi điện tử có thưởng	30
4	Kinh doanh đặt cược	30
5	Kinh doanh Golf	20
6	Kinh doanh xổ số	15

Về điều kiện miễn giảm thuế, người sản xuất hàng hóa thuộc diện phải nộp thuế tiêu thụ đặc biệt sẽ được xét giảm thuế trong trường hợp gặp khó khăn do thiên tai, tai nạn bất ngờ. Mức giảm thuế được xác định trên cơ sở tổn thất thực tế, nhưng không vượt quá 30% số thuế phải nộp của năm xảy ra thiệt hại và không vượt quá giá trị của tài sản sau khi được bồi thường (nếu có).

4.3. Thuế thu nhập doanh nghiệp

Thuế thu nhập là thuế đánh vào thu nhập của các nhân và pháp nhân. Trong trường hợp đánh vào thu nhập của cá nhân, nó được gọi là thuế thu nhập cá nhân. Còn trong trường hợp đánh vào thu nhập của pháp nhân, nó được gọi là thuế doanh nghiệp, thuế thu nhập doanh nghiệp, thuế sự nghiệp, thuế lợi nhuận, v.v... Ở hầu hết các nước, thuế thu nhập là nguồn thu của chính quyền trung ương. Ở Việt Nam, những vấn đề có liên quan đến thu nhập và nộp thuế thu nhập của doanh nghiệp được quy định chi tiết trong Luật Thuế thu nhập doanh nghiệp 2009.

4.3.1. Đối tượng nộp thuế thu nhập doanh nghiệp

Người nộp thuế thu nhập doanh nghiệp là tổ chức hoạt động sản xuất, kinh doanh hàng hoá, dịch vụ có thu nhập chịu thuế, bao gồm:

- Doanh nghiệp được thành lập theo quy định của pháp luật Việt Nam
- Doanh nghiệp được thành lập theo quy định của pháp luật nước ngoài có cơ sở thường trú hoặc không có cơ sở thường trú tại Việt Nam
- Tổ chức được thành lập theo Luật hợp tác xã
- Đơn vị sự nghiệp được thành lập theo quy định của pháp luật Việt Nam
- Tổ chức khác có hoạt động sản xuất, kinh doanh có thu nhập

Luật Thuế thu nhập doanh nghiệp 2009 đã điều chỉnh đối tượng nộp thuế chỉ còn là các tổ chức có thu nhập từ hoạt động sản xuất kinh doanh. Còn các cá nhân có thu nhập từ doanh nghiệp sẽ chuyển sang nộp thuế thu nhập cá nhân, kể cả hộ kinh doanh cá thể.

4.3.2. Thu nhập chịu thuế

Người nộp thuế có thể có cả thu nhập phải chịu thuế và thu nhập được miễn thuế. Thuế thu nhập phải nộp chỉ tính trên khoản thu nhập chịu thuế.

Theo quy định của Luật Thuế thu nhập doanh nghiệp, thu nhập chịu thuế là các thu nhập sau đây:

- Thu nhập từ hoạt động sản xuất, kinh doanh hàng hóa, dịch vụ
- Thu nhập từ chuyển nhượng vốn, chuyển nhượng bất động sản
- Thu nhập từ quyền sở hữu, quyền sử dụng tài sản
- Thu nhập từ chuyển nhượng, cho thuê, thanh lý tài sản
- Thu nhập từ lãi tiền gửi, cho vay vốn, bán ngoại tệ
- Hoàn nhập các khoản dự phòng
- Thu khoản nợ khó đòi đã xóa nay đòi được
- Thu khoản nợ phải trả không xác định được chủ
- Khoản thu nhập từ kinh doanh của những năm trước bị bỏ sót
- Các khoản thu nhập khác, kể cả thu nhập nhận được từ hoạt động sản xuất, kinh doanh ở ngoài Việt Nam.

4.3.3. Phương pháp tính thuế

Tính tính thuế thu nhập doanh nghiệp phải nộp theo công thức sau:

$$\begin{aligned} \text{Thuế TNDN phải nộp} &= \text{Thu nhập tính thuế} \times \text{Thuế suất} \\ \text{Thu nhập tính thuế} &= \text{Thu nhập chịu thuế} - \text{Các khoản được miễn giảm thuế} \end{aligned}$$

Trong đó, thu nhập chịu thuế bằng doanh thu trừ các khoản chi được trừ của hoạt động sản xuất, kinh doanh cộng thu nhập khác, kể cả thu nhập nhận được ở ngoài Việt Nam. Các khoản chi được trừ là các khoản chi thực tế phát sinh liên quan đến hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp; khoản chi có đủ hóa đơn, chứng từ theo quy định của pháp luật.

Các khoản chi không được trừ khi xác định thu nhập chịu thuế bao gồm 14 khoản, được quy định rõ tại Khoản 2 – Điều 9 – Luật Thuế thu nhập doanh nghiệp.

Thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp

Thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp phổ thông được quy định là 25%.

Các hoạt động tìm kiếm, thăm dò, khai thác dầu khí và tài nguyên quý hiếm khác phải chịu mức thuế suất từ 32% đến 50% phù hợp với từng dự án, từng cơ sở kinh doanh.

4.3.4. Các trường hợp ưu đãi, miễn giảm thuế

Liên quan tới các ưu đãi về thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp, từ 1/1/2009, mức thuế suất ưu đãi thu hẹp lại chỉ còn hai mức là 10% và 20%, bỏ mức thuế suất 15%.

Mức thuế suất 10% được áp dụng cho các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực giáo dục – đào tạo, dạy nghề, y tế, văn hóa, thể thao và môi trường.

Cũng được áp dụng mức thuế suất 10% nhưng với thời hạn 15 năm là các doanh nghiệp thành lập từ dự án đầu tư tại các địa bàn có điều kiện kinh tế xã hội đặc biệt khó khăn, khu kinh tế, khu công nghệ cao; doanh nghiệp thành lập từ dự án công nghệ cao, nghiên cứu khoa học, phát triển công nghệ, cơ sở hạ tầng đặc biệt quan trọng, sản xuất phần mềm.

Mức thuế suất 20% được áp dụng đối với các hợp tác xã dịch vụ nông nghiệp và các quỹ tín dụng nhân dân. Các doanh nghiệp thành lập từ dự án đầu tư tại các địa bàn có điều kiện kinh tế xã hội khó khăn cũng được áp dụng mức thuế suất này nhưng trong thời gian 10 năm.

Về thời gian miễn thuế và giảm thuế, các doanh nghiệp thuộc đối tượng được hưởng mức thuế suất 10 % ở trên được miễn thuế tối đa không quá 4 năm và giảm 50% số thuế phải nộp không quá 9 năm tiếp theo.

Doanh nghiệp thành lập từ dự án đầu tư tại các địa bàn kinh tế xã hội khó khăn được miễn thuế tối đa không quá 2 năm và giảm 50% số thuế phải nộp tối đa không quá 4 năm tiếp theo.

4.4. Thuế xuất – nhập khẩu

Thuế xuất – nhập khẩu là tên gọi chung để gọi hai loại thuế trong lĩnh vực thương mại quốc tế là thuế xuất khẩu và thuế nhập khẩu. Thuế nhập khẩu đánh vào hàng hóa nhập khẩu, thuế xuất khẩu đánh vào hàng hóa xuất khẩu.

Mục đích chung của thuế xuất nhập khẩu là tăng thu ngân sách quốc gia. Ngoài ra, thuế xuất khẩu còn được Nhà nước sử dụng để giảm xuất khẩu những mặt hàng không khuyến khích xuất khẩu, sử dụng nguồn tài nguyên khan hiếm đang bị cạn kiệt, những mặt hàng ảnh hưởng đến an ninh lương thực hay an ninh quốc gia. Thuế nhập khẩu được sử dụng để:

- Giảm nhập khẩu dẫn tới giảm thâm hụt thương mại
- Chống lại hành vi bán phá giá, tăng giá lên tới mức chung của thị trường
- Bảo hộ cho các lĩnh vực sản xuất then chốt
- Bảo hộ cho các ngành công nghiệp còn non trẻ
- Trả đũa việc dựng hàng rào thuế quan trong các cuộc chiến tranh thương mại

4.4.1. Đối tượng chịu thuế và đối tượng nộp thuế

Đối tượng nộp thuế xuất – nhập khẩu chính là các tổ chức, cá nhân có hàng hóa xuất khẩu – nhập khẩu thuộc đối tượng chịu thuế.

Đối tượng chịu thuế được quy định tại Điều 2 – Luật Thuế xuất – nhập khẩu: tất cả các loại hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu qua cửa khẩu biên giới Việt Nam; hàng hóa được đưa từ thị trường trong nước vào khu phi thuế quan hoặc ngược lại trừ các loại hàng hóa sau đây:

Hàng hóa vận chuyển quá cảnh hoặc mượn đường qua cửa khẩu, biên giới Việt Nam, hàng hóa chuyển khẩu theo quy định của Chính phủ

Hàng hóa viện trợ nhân đạo, viện trợ không hoàn lại

Hàng hóa từ nước ngoài vào khu phi thuế quan và ngược lại, hàng hóa vận chuyển giữa các khu phi thuế quan

Hàng hóa là phần dầu khí thuộc thuế tài nguyên của Nhà nước khi xuất khẩu

4.4.2. Phương pháp tính thuế xuất – nhập khẩu

Không giống thuế môn bài với các bậc thuế cố định hay thuế thu nhập doanh nghiệp với 3 mức thuế suất (10%, 20%, 25%). Căn cứ tính thuế xuất nhập khẩu là thuế suất theo tỷ lệ phần trăm (%) hay mức thuế tuyệt đối quy định trên một đơn vị hàng hóa đối với từng mặt hàng được ghi trong Biểu thuế tại thời điểm tính thuế. Biểu thuế này thường xuyên thay đổi do đó các doanh nghiệp có hoạt động xuất – nhập khẩu thường xuyên cần chú ý cập nhật Biểu thuế này.

Công thức tính thuế xuất – nhập khẩu đối với những mặt hàng áp dụng thuế suất theo tỷ lệ phần trăm:

$$\text{Số thuế XNK phải nộp} = \frac{\text{Số lượng đơn vị mặt hàng } i \text{ thực tế XNK}}{\text{Giá tính thuế 1 đơn vị mặt hàng } i} \times \text{Thuế suất mặt hàng } i$$

Công thức tính thuế xuất – nhập khẩu đối với những mặt hàng áp dụng mức thuế tuyệt đối:

$$\text{Số thuế XNK phải nộp} = \text{Số lượng đơn vị mặt hàng i thực tế XNK} \times \text{Mức thuế tuyệt đối trên 1 đơn vị mặt hàng i}$$

4.4.3. Miễn giảm thuế xuất – nhập khẩu

Một số loại hàng hóa sau đây thuộc danh mục hàng hóa miễn thuế xuất nhập khẩu:

Hàng hóa, máy móc thiết bị tạm nhập, tái xuất hoặc tạm xuất, tái nhập tham dự hội chợ, triển lãm, giới thiệu sản phẩm, phục vụ công việc trong thời gian nhất định

Hàng hóa là tài sản di chuyển

Hàng hóa của tổ chức, cá nhân nước ngoài được hưởng quyền miễn trừ ngoại giao

Hàng hóa nhập khẩu để gia công rồi xuất hoặc xuất khẩu để gia công rồi tái nhập

Hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu trong tiêu chuẩn hành lý miễn thuế

Hàng hóa nhập khẩu để tạo tài sản cố định cho dự án khuyến khích đầu tư, sự án đầu tư bằng nguồn vốn hỗ trợ phát triển chính thức (ODA)

Hàng hóa nhập khẩu phục vụ hoạt động dầu khí

Hàng hóa nhập khẩu để trực tiếp sử dụng vào hoạt động nghiên cứu khoa học và phát triển công nghệ

Nguyên liệu, vật tư, linh kiện nhập khẩu để sản xuất của dự án thuộc Danh mục lĩnh vực đặc biệt khuyến khích đầu tư hoặc Danh mục địa bàn có điều kiện kinh tế xã hội đặc biệt khó khăn được miễn thuế nhập khẩu trong thời hạn 5 năm, kể từ khi bắt đầu sản xuất

Hàng hóa sản xuất, gia công, tái chế, lắp ráp tại khu phi thuế quan không sử dụng nguyên liệu, linh kiện nhập khẩu từ nước ngoài khi nhập khẩu vào thị trường trong nước

Ngoài ra, hàng hóa xuất – nhập khẩu đang trong quá trình giám sát của cơ quan hải quan nếu bị hư hỏng, mất mát được cơ quan, tổ chức có thẩm quyền giám định chứng nhận thì được xét giảm thuế tương ứng với tỷ lệ tổn thất thực tế của hàng hóa.

4.5. Một số loại thuế và phí khác

4.5.1. Thuế môn bài

4.5.1.1. Mức thu thuế môn bài

Thuế môn bài thường là loại thuế định ngạch, đánh vào Giấy phép kinh doanh (môn bài) của các doanh nghiệp và hộ kinh doanh cá thể. Thuế môn bài được thu theo năm, mức thu phân theo bậc, thường dựa vào số vốn đăng ký kinh doanh, doanh thu

hoặc giá trị gia tăng của năm kế trước tùy theo từng nước, từng địa phương.

Việc thu, nộp thuế môn bài hiện nay được điều chỉnh bởi Nghị định 75/2002/NĐ-CP của Chính Phủ và các Thông tư 96/2002/TT-BTC, 113/2002/TT-BTC, 42/2003/TT-BTC của Bộ Tài chính.

Ở Việt Nam, thuế môn bài phân theo bậc. Các doanh nghiệp nộp thuế môn bài căn cứ vào vốn đăng ký ghi trong Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh như sau:

Bảng 4.2: Các bậc thuế môn bài đối với doanh nghiệp và mức thuế đóng hàng năm

Bậc thuế môn bài	Số vốn đăng ký (Tỷ đồng)	Thuế môn bài hàng năm (Đồng)
Bậc 1	Trên 10	3.000.000
Bậc 2	Từ 5 đến 10	2.000.000
Bậc 3	Từ 2 đến dưới 5	1.500.000
Bậc 4	Dưới 2 tỷ	1.000.000

Hộ kinh doanh cá thể nộp thuế môn bài căn cứ trên thu nhập bình quân hàng tháng theo các bậc như sau:

Bảng 4.3: Các bậc thuế môn bài đối với hộ kinh doanh cá thể và mức thuế đóng hàng năm

Bậc thuế	Thu nhập 1 tháng (Đồng)	Mức thuế cả năm (Đồng)
1	Trên 1.500.000	1.000.000
2	Trên 1.000.000 đến 1.500.000	750.000
3	Trên 750.000 đến 1.000.000	500.000
4	Trên 500.000 đến 750.000	300.000
5	Trên 300.000 đến 500.000	100.000
6	Bằng hoặc thấp hơn 300.000	50.000

Đối với cơ sở kinh doanh thành lập mới, căn cứ vào số vốn đăng ký kinh doanh năm thành lập để xác định mức thuế môn bài. Nếu cơ sở kinh doanh thành lập mới, được cấp đăng ký thuế, mã số thuế trong 6 tháng đầu năm thì nộp mức thuế môn bài cả năm, trong 6 tháng cuối năm thì nộp 50% mức thuế môn bài cả năm.

4.5.1.2. Miễn giảm thuế môn bài

Theo Thông tư 42/2003/TT-BTC, tạm thời miễn thuế môn bài đối với:

- Hộ sản xuất muối
- Điểm bưu điện văn hoá xã
- Các loại báo (báo in, báo nói, báo hình)
- Tổ dịch vụ và cửa hàng, cửa hiệu, kinh doanh trực thuộc Hợp tác xã hoạt động dịch vụ kỹ thuật trực tiếp phục vụ sản xuất nông nghiệp

Cũng theo Thông tư 42/2003/TT-BTC, tạm thời giảm 50% mức thuế môn bài đối với:

- Hộ đánh bắt hải sản
- Các quỹ tín dụng nhân dân xã
- Các HTX chuyên kinh doanh dịch vụ phục vụ sản xuất nông nghiệp
- Các cửa hàng, quầy hàng, cửa hiệu... của HTX và của Doanh nghiệp tư nhân kinh doanh tại địa bàn miền núi.

4.5.2. Lệ phí trước bạ

Các quy định về thuế trước bạ được quy định tại Nghị định 176/1999/NĐ-CP và Nghị định 80/2008/NĐ-CP của Chính phủ.

Các doanh nghiệp có tài sản thuộc đối tượng chịu thuế trước bạ phải nộp lệ phí trước bạ trước khi đăng ký quyền sở hữu hoặc quyền sử dụng tại Cơ quan Nhà nước có thẩm quyền. Các tài sản là đối tượng chịu lệ phí trước bạ bao gồm:

- Nhà đất
- Phương tiện vận tải
- Súng săn, súng thể thao

Căn cứ tính lệ phí trước bạ là giá tính lệ phí trước bạ và tỷ lệ (%) lệ phí trước bạ. Lệ phí trước bạ phải nộp được tính theo công thức sau:

$$\text{Lệ phí trước bạ phải nộp} = \text{Giá trị của tài sản} \times \text{Mức thu lệ phí trước bạ (\%)}$$

Trong đó, tỷ lệ (%) lệ phí trước bạ được quy định như sau:

- Nhà đất là 0,5%
- Tàu, thuyền là 1%; riêng tàu đánh cá xa bờ là 0,5%
- Ô tô, xe máy, súng thể thao, súng săn là 2%
- Ở các thành phố trực thuộc Trung ương, thành phố thuộc tỉnh, thị xã nơi Ủy ban nhân dân tỉnh đóng trụ sở nộp lệ phí trước bạ là 5%

- Đối với xe máy, từ lần thứ 2 trở đi nộp lệ phí trước bạ là 1%
- Ô tô chở người dưới 10 chỗ ngồi (kể cả lái xe) nộp lệ phí trước bạ từ 10% đến 15%

- Mức thu lệ phí tối đa là 500 triệu đồng/tài sản, trừ ô tô dưới 10 chỗ ngồi

Thủ tục kê khai và thanh toán lệ phí trước bạ như sau:

Mỗi lần nhận tài sản (do mua, chuyển đổi, chuyển nhượng, được biếu, tặng, cho, thừa kế, ...), chủ tài sản, hoặc người được chủ tài sản uỷ quyền, phải kê khai lệ phí trước bạ với cơ quan thuế địa phương nơi đăng ký quyền sở hữu, sử dụng tài sản;

Thời hạn phải kê khai lệ phí trước bạ với cơ quan thuế chậm nhất là 30 ngày kể từ ngày làm giấy tờ chuyển giao tài sản giữa hai bên hoặc ngày ký xác nhận "hồ sơ tài sản hợp pháp" của cơ quan nhà nước có thẩm quyền;

Nhận được hồ sơ kê khai lệ phí trước bạ, trong thời hạn 3 ngày làm việc (đối với nhà, đất) hoặc trong 1 ngày làm việc (đối với tàu thuyền, ô tô, xe máy, súng săn, súng thể thao), cơ quan thuế thực hiện kiểm tra tờ khai, đối chiếu với các giấy tờ có liên quan và căn cứ vào các quy định hiện hành để xác định và ghi vào thông báo nộp lệ phí trước bạ.

Trong thời hạn tối đa là 30 ngày kể từ ngày nhận được thông báo nộp lệ phí trước bạ của cơ quan thuế, chủ tài sản thực hiện nộp tiền lệ phí trước bạ vào Ngân sách nhà nước tại Kho bạc nhà nước hoặc cơ quan thuế (đối với địa phương chưa tổ chức thu lệ phí trước bạ qua Kho bạc nhà nước).

4.5.3. Bảo hiểm y tế, bảo hiểm xã hội, bảo hiểm thất nghiệp

Bảo hiểm xã hội: bao gồm bảo hiểm xã hội bắt buộc và bảo hiểm xã hội tự nguyện. Loại hình bảo hiểm xã hội bắt buộc được áp dụng đối với những doanh nghiệp sử dụng từ 10 lao động trở lên, hoặc người lao động tham gia bảo hiểm xã hội bắt buộc là công dân Việt Nam, làm việc theo hợp đồng lao động không xác định thời hạn, hợp đồng lao động có thời hạn từ đủ 3 tháng trở lên. Để hình thành quỹ bảo hiểm xã hội, người sử dụng lao động đóng 15% so với tổng quỹ tiền lương của những người tham gia Bảo hiểm xã hội trong doanh nghiệp, trong đó 3% để chi vào quỹ ốm đau, thai sản; 1% vào quỹ tai nạn lao động, bệnh nghề nghiệp; 11% vào quỹ hưu trí, tử tuất; người lao động đóng 5%; còn lại là từ các nguồn khác.

Bảo hiểm y tế: Luật Bảo hiểm y tế 2008 quy định mức đóng bảo hiểm y tế hàng tháng không quá 6% tiền công, tiền lương; trong đó, người lao động đóng 1/3, người sử dụng lao động đóng 2/3. Chính phủ ban hành Nghị định 62/2009/NĐ-CP thay thế cho Nghị định 63. Từ 1/7/2009 đến 31/12/2009, phí bảo hiểm y tế đối với người lao

động vẫn giữ ở mức 3%. Từ 1/1/2010, mức phí này tăng lên 4,5%; như vậy, người lao động sẽ phải đóng 1,5%, người sử dụng lao động sẽ phải đóng 3% mức tiền công, tiền lương trả cho người lao động.

Bảo hiểm thất nghiệp: Bảo hiểm thất nghiệp là hình thức bảo hiểm nhằm đưa ra một khoản hỗ trợ tài chính tạm thời dành cho những người bị mất việc và đáp ứng đủ yêu cầu theo Luật về bảo hiểm thất nghiệp. Nguồn hình thành quỹ bảo hiểm thất nghiệp: quỹ Bảo hiểm thất nghiệp được hình thành từ 3% tiền lương, tiền công tháng của người lao động. Trong đó, người lao động đóng 1%, người sử dụng lao động đóng 1% và Nhà nước lấy từ ngân sách hỗ trợ 1%.

Ngoài ra, liên quan đến quyền lợi của người lao động ngoài các loại phí kể trên doanh nghiệp còn phải thu hộ và nộp hộ thuế thu nhập cá nhân. Thực chất, việc kê khai và nộp thuế thu nhập cá nhân là của từng cá nhân. Tuy nhiên, theo nguyên tắc khấu trừ tại nguồn thì doanh nghiệp, hộ kinh doanh cá thể với tư cách là tổ chức, cá nhân trả thu nhập có trách nhiệm kê khai, khấu trừ, nộp thuế vào ngân sách Nhà nước và quyết toán đối với các loại thu nhập chịu thuế trả cho đối tượng nộp thuế.

CÂU HỎI ÔN TẬP

1. Chi phí sản xuất là gì? Những căn cứ nào được dùng để phân loại chi phí sản xuất? Nêu nội dung của từng cách phân loại đó.
2. Chi phí tiêu thụ là gì? Chi phí tiêu thụ bao gồm những khoản mục nào?
3. Giá thành sản phẩm là gì? Những căn cứ nào được dùng để phân loại giá thành sản phẩm? Nêu nội dung của từng cách phân loại đó.
4. Tiêu thụ sản phẩm là gì? Vai trò của hoạt động tiêu thụ tới hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp nói chung?
5. Phân phối lợi nhuận là gì? Tại sao cần quan tâm đến việc phân phối lợi nhuận trong doanh nghiệp?
6. Nêu các loại quỹ, nội dung và vai trò của nó đối với doanh nghiệp?
7. Thuế giá trị gia tăng là gì? Ở Việt Nam hiện đang áp dụng mấy mức thuế giá trị gia tăng? Tại sao cần phải áp dụng nhiều mức thuế suất thuế giá trị gia tăng như vậy?
8. Có mấy phương pháp tính thuế giá trị gia tăng? Nêu tóm tắt nội dung của từng phương pháp.
9. Thuế tiêu thụ đặc biệt là gì? Ý nghĩa và phương pháp tính thuế tiêu thụ đặc biệt?
10. Thuế thu nhập doanh nghiệp là gì? Những đối tượng nào thuộc diện phải nộp thuế thu nhập doanh nghiệp?
11. Nêu những loại thu nhập chịu thuế và cách tính thuế thu nhập doanh nghiệp?
12. Thuế xuất – nhập khẩu là gì? Nêu tóm tắt mục tiêu và phương pháp tính thuế xuất – nhập khẩu.
13. Thuế môn bài là gì? Những đối tượng nào phải nộp thuế môn bài và với mức thuế suất bao nhiêu?
14. Lệ phí trước bạ là gì? Phương pháp tính lệ phí trước bạ?
15. Bảo hiểm xã hội là gì? Trách nhiệm của doanh nghiệp trong việc đảm bảo quyền lợi về bảo hiểm xã hội đối với người lao động?
16. Bảo hiểm y tế là gì? Trách nhiệm của doanh nghiệp trong việc đảm bảo quyền lợi về bảo hiểm y tế đối với người lao động?
17. Bảo hiểm thất nghiệp là gì? Trách nhiệm của doanh nghiệp trong việc đảm bảo quyền lợi về bảo hiểm thất nghiệp cho người lao động?

BÀI TẬP THỰC HÀNH

1. Làm việc theo nhóm đã chia. Trên cơ sở của bản dự báo doanh thu và chi phí đã hoàn tất ở phần thực hành chương 2 và các nội dung được giới thiệu trong chương 4, hoàn thành các báo cáo tài chính dự toán của doanh nghiệp mới khởi nghiệp trong 3 năm tài chính.

Chương 5: RA CÁC QUYẾT ĐỊNH TÀI CHÍNH TRONG DOANH NGHIỆP

Mục tiêu của chương:

Học xong chương này, học viên có thể:

- Nắm được những nội dung cơ bản về các chỉ số tài chính trợ giúp cho việc ra quyết định như: chỉ số đánh giá khả năng thanh toán, khả năng cân đối vốn và khả năng trả nợ, khả năng hoạt động và khả năng sinh lời trên vốn đầu tư;
- Nắm được những nội dung cơ bản về tài chính dự án đầu tư bao gồm các chỉ tiêu phân tích tài chính dự án đầu tư (như NPV, IRR, thời gian hoàn vốn), xác định luồng tiền dự án đầu tư, phân tích và đánh giá dự án;
- Nắm được những nội dung cơ bản về xác định giá trị doanh nghiệp nhằm hỗ trợ cho các quyết định mua bán, sáp nhập khi doanh nghiệp mở rộng hoặc tái cấu trúc.

1. CÁC CHỈ SỐ TÀI CHÍNH TRỢ GIÚP VIỆC RA QUYẾT ĐỊNH

1.1. Khả năng thanh toán

Tỷ số khả năng thanh toán hiện hành là thước đo khả năng thanh toán ngắn hạn của doanh nghiệp. Tỷ số này càng cao càng tốt và được tính bởi công thức sau:

$$\text{Khả năng thanh toán hiện hành} = \frac{\text{Tổng tài sản lưu động}}{\text{Tổng nợ ngắn hạn}}$$

Trong đó, tổng tài sản lưu động thông thường bao gồm tiền, các khoản tương đương tiền (các chứng khoán dễ chuyển nhượng...), các khoản phải thu dễ và dự trữ; còn nợ ngắn hạn thường bao gồm các khoản vay ngắn hạn ngân hàng thương mại và các tổ chức tín dụng, các khoản phải trả nhà cung cấp, các khoản phải trả, phải nộp khác... Tất cả các khoản mục trong tài sản lưu động hay nợ ngắn hạn đều có thời hạn dưới 1 năm.

Khả năng thanh toán nhanh là chỉ số giữa tài sản quay vòng nhanh và nợ ngắn hạn, trong đó tài sản quay vòng nhanh là những tài sản có thể nhanh chóng chuyển đổi thành tiền, bao gồm tiền, chứng khoán ngắn hạn, các khoản phải thu. Cụ thể, khả năng thanh toán nhanh càng cao càng tốt và được tính bởi công thức:

$$\text{Khả năng thanh toán nhanh} = \frac{\text{Tổng tài sản lưu động} - \text{Tổng hàng tồn kho}}{\text{Tổng nợ ngắn hạn}}$$

Tỷ số thứ 3 cần quan tâm khi đánh giá khả năng thanh toán của doanh nghiệp là tỷ số số dự trữ trên vốn lưu động ròng. Tỷ số này cho biết dự trữ chiếm bao nhiêu phần

trăm vốn lưu động ròng. Tỷ số này càng thấp càng tốt và được tính bằng công thức sau:

$$\frac{\text{Tỷ số dự trữ trên vốn lưu động ròng}}{\text{Dự trữ (Tồn kho)}} = \frac{\text{Vốn lưu động ròng}}{\text{Vốn lưu động ròng}}$$

1.2. Khả năng cân đối vốn và khả năng trả nợ

Các tỷ số này dùng để đo lường phần vốn góp của các chủ sở hữu doanh nghiệp so với phần tài trợ của các chủ nợ và rất quan trọng trong phân tích tài chính. Nếu tỷ lệ vốn chủ sở hữu quá thấp thì những rủi ro trong hoạt động kinh doanh chủ yếu do các chủ nợ gánh chịu. Mặt khác nếu sử dụng chủ yếu vốn nợ để tài trợ cho các hoạt động sản xuất kinh doanh thì các chủ doanh nghiệp vẫn nắm được quyền kiểm soát doanh nghiệp và thu được lợi nhuận cao hơn do chi phí vốn thấp hơn huy động vốn chủ sở hữu.

1.2.1. Các tỷ số về khả năng cân đối vốn

Tỷ số nợ trên tổng nguồn vốn:

$$\text{Tỷ số nợ} = \frac{\text{Tổng nợ phải trả}}{\text{Tổng nguồn vốn}}$$

Các chủ sở hữu muốn tăng tỷ số này do muốn tăng lợi nhuận nhưng vẫn nắm quyền kiểm soát doanh nghiệp nhưng nếu tỷ số này quá cao thì doanh nghiệp dễ dẫn đến mất khả năng thanh toán.

Khả năng trả lãi vay: Cho biết mức độ lợi nhuận đảm bảo khả năng trả lãi vay như thế nào, nếu tỷ số này quá cao doanh nghiệp sẽ rất khó khăn trong việc tiếp tục vay thêm vốn để tài trợ cho hoạt động sản xuất kinh doanh. Tỷ số này được tính bởi công thức:

$$\text{Khả năng trả lãi} = \frac{\text{Lợi nhuận trước thuế (EBIT) + Lãi vay}}{\text{Tổng lãi vay}}$$

1.2.2. Hệ số nguy cơ phá sản (Z-Score)

Hệ số Z-Score được đưa ra năm 1968 bởi Edward I. Altman, hệ số này dùng để đo nguy cơ phá sản của một công ty trong thời gian 2 năm. Z-Score sử dụng các chỉ tiêu trong báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh và bảng cân đối kế toán để đánh giá năng lực và tình trạng tài chính của công ty. Z-Score được tính bởi công thức sau:

$$\text{Z-Score} = 1,2 \times T_1 + 1,4 \times T_2 + 3,3 \times T_3 + 0,6 \times T_4 + 0,9 \times T_5$$

Trong đó:

$T_1 = \text{Vốn lưu động (Tài sản ngắn hạn - Nợ ngắn hạn) / Tổng tài sản}$

$$T_2 = \text{Lợi nhuận chưa phân phối} / \text{Tổng tài sản}$$

$$T_3 = \text{EBIT (Lợi nhuận trước thuế và lãi vay)} / \text{Tổng tài sản}$$

$$T_4 = (\text{Giá thị trường của cổ phiếu} \times \text{Số lượng cổ phiếu lưu hành}) / \text{Tổng nợ}$$

$$T_5 = \text{Hiệu quả sử dụng tài sản} = \text{Doanh thu} / \text{Tổng tài sản}$$

Sau khi đã tính toán được hệ số Z, chúng ta sẽ đối chiếu giá trị tính được với bảng dưới đây:

- Nếu $Z \leq 1,81$: Doanh nghiệp có vấn đề nghiêm trọng về tài chính và có nguy cơ phá sản.
- Nếu $1,81 < Z < 2,99$: Doanh nghiệp không có rắc rối tài chính trong ngắn hạn, tuy nhiên cần phải xem xét tình trạng tài chính một cách thận trọng.
- Nếu $2,99 < Z$: Doanh nghiệp có tài chính lành mạnh.

Tuy nhiên cần phải chú ý rằng chỉ tiêu Z-Score chỉ đáng tin cậy và có ý nghĩa nếu các chỉ tiêu dùng để tính toán được thống kê theo năm.

1.3. Khả năng hoạt động

Vòng quay tiền: được xác định bằng cách lấy doanh thu trong năm chia cho tổng số tiền và các loại tài sản tương đương tiền (chứng khoán ngắn hạn dễ chuyển nhượng). Chỉ số này cho biết số vòng quay của tiền trong năm. Cụ thể công thức như sau:

$$\text{Vòng quay tiền} = \frac{\text{Tổng doanh thu}}{\text{Tiền và các khoản tương đương tiền}}$$

Vòng quay dự trữ (Tồn kho) được tính theo công thức sau:

$$\text{Vòng quay dự trữ} = \frac{\text{Tổng doanh thu}}{\text{Tổng dự trữ (Tồn kho)}}$$

Kỳ thu tiền bình quân: được sử dụng để đánh giá khả năng thu tiền về trên cơ sở các khoản phải thu và doanh thu bình quân trong 1 ngày. Chỉ số này sẽ cho biết khách hàng có nhanh chóng thanh toán cho doanh nghiệp hay không. Cụ thể, tỷ số này được tính theo công thức sau đây:

$$\text{Kỳ thu tiền bình quân} = \frac{\text{Tổng các khoản phải thu} \times \text{Số ngày trong kỳ}}{\text{Tổng doanh thu}}$$

Hiệu suất sử dụng tài sản cố định: cho biết 1 đồng tài sản cố định tạo ra bao nhiêu đồng doanh thu trong 1 năm. Cụ thể, công thức như sau:

$$\frac{\text{Hiệu suất sử dụng tài sản cố định}}{\text{Hiệu suất sử dụng tài sản cố định}} = \frac{\text{Tổng doanh thu}}{\text{Tổng tài sản cố định}}$$

Hiệu suất sử dụng tổng tài sản hay vòng quay toàn bộ tài sản: cho biết một đồng tài sản đem lại bao nhiêu đồng doanh thu trong 1 năm. Cụ thể, chỉ số này được tính theo công thức sau:

$$\frac{\text{Hiệu suất sử dụng tổng tài sản}}{\text{Hiệu suất sử dụng tổng tài sản}} = \frac{\text{Tổng doanh thu}}{\text{Tổng tài sản}}$$

1.4. Khả năng sinh lời trên vốn đầu tư

1.4.1. Tỷ suất sinh lời trên tài sản (ROA - Return On Assets)

Đây là chỉ tiêu đo lường hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp mà không quan tâm đến cấu trúc tài chính. Chỉ số này cho biết công ty tạo ra được bao nhiêu đồng lợi nhuận từ một đồng tài sản. Chỉ số này phụ thuộc từng ngành cụ thể. Có hai cách đã được sử dụng để tính cho chỉ tiêu này.

Cách thứ nhất, ROA được tính theo công thức sau:

$$\text{ROA}_1 = \frac{\text{Tổng lợi nhuận sau thuế}}{\text{Tổng tài sản}}$$

Tuy nhiên, cách tính thứ nhất này lại mâu thuẫn với ý tưởng ban đầu của ROA là đo lường hiệu quả hoạt động mà không quan tâm đến cấu trúc tài chính. Theo cách tính này ROA cho biết một đồng tài sản tạo ra bao nhiêu đồng lợi nhuận cho các cổ đông.

Cách tính thứ 2, ROA được tính theo công thức sau:

$$\text{ROA}_2 = \frac{\text{NOPAT}}{\text{Tổng tài sản}}$$

Trong đó:

NOPAT (Net Operating After Tax – Lợi nhuận thuần sau thuế) = EBIT (1-t)

EBIT (Earning Before Interest and Taxes – Lợi nhuận trước thuế và lãi vay):

EBIT = LNTT + Lãi vay

t: Thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp.

Cách tính thứ 2 này cho biết một đồng tài sản mang lại bao nhiêu đồng lợi nhuận không phân biệt là cho chủ nợ hay chủ sở hữu.

1.4.2. Tỷ suất sinh lời trên vốn chủ sở hữu (ROE – Return On Equity)

Tỷ suất này phản ánh một đồng vốn chủ sở hữu tạo ra bao nhiêu đồng lợi nhuận. Chỉ số này được các nhà đầu tư đặc biệt quan tâm khi bỏ tiền ra đầu tư vào một doanh nghiệp. Tăng tỷ số ROE là mục tiêu quan trọng nhất của quản trị tài chính doanh nghiệp.

Tỷ suất này được tính toán theo công thức sau:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Thu nhập sau thuế}}{\text{Vốn chủ sở hữu}}$$

1.4.3. Tỷ suất sinh lời trên vốn hoạt động và trên vốn dài hạn

Ngoài 2 tỷ số là ROA và ROE, để đo lường khả năng sinh lời của vốn đầu tư người ta còn sử dụng hai tỷ số là Tỷ suất sinh lời trên vốn hoạt động (ROC – Return On Capital) và Tỷ suất sinh lời trên vốn dài hạn (ROCE – Return On Capital Employed). Hai tỷ số này được tính theo công thức sau:

$$\text{ROC} = \frac{\text{NOPAT}}{\text{Tổng tài sản – Tổng tiền mặt}}$$

$$\text{ROCE} = \frac{\text{EBIT}}{\text{Tổng nguồn vốn - Tổng nợ ngắn hạn}}$$

2. DỰ ÁN ĐẦU TƯ VÀ THẨM ĐỊNH DỰ ÁN ĐẦU TƯ

2.1. Hoạt động đầu tư và dự án đầu tư

2.1.1. Quan niệm về đầu tư và dự án đầu tư

Đầu tư là hoạt động chủ yếu quyết định khả năng tăng trưởng và sự phát triển dài hạn của doanh nghiệp. Trong hoạt động đầu tư, doanh nghiệp bỏ vốn dài hạn nhằm hình thành và bổ sung những tài sản cần thiết để thực hiện những mục tiêu kinh doanh. Hoạt động này được thể hiện tập trung thông qua các dự án đầu tư.

Về nguyên lý, dự án đầu tư là một tập hợp loạt các hoạt động kinh tế đặc thù với các mục tiêu, phương pháp và phương tiện cụ thể để đạt tới trạng thái mong muốn. Nội dung của dự án đầu tư thể hiện trong luận chứng kinh tế - kỹ thuật, là văn bản phản ánh trung thực, chính xác kết quả nghiên cứu về thị trường, môi trường kinh tế kỹ thuật, môi trường pháp lý, tình hình tài chính... của doanh nghiệp.

Có rất nhiều cách để phân loại đầu tư của doanh nghiệp.

Căn cứ vào cơ cấu tài sản đầu tư, có thể chia đầu tư thành: đầu tư tài sản cố định, đầu tư tài sản lưu động và đầu tư tài sản tài chính. Trong đó:

Đầu tư tài sản cố định nhằm mua sắm, cải tạo, mở rộng tài sản cố định của doanh nghiệp bao gồm cả hữu hình và vô hình. Đây là loại đầu tư chiếm tỷ trọng lớn

nhất trong tổng đầu tư của doanh nghiệp, đặc biệt là đối với các doanh nghiệp sản xuất.

Đầu tư tài sản lưu động nhằm hình thành các loại tài sản lưu động cần thiết để đảm bảo cho các hoạt động sản xuất kinh doanh.

Đầu tư tài sản tài chính bao gồm việc mua các tài sản tài chính như cổ phiếu, trái phiếu, tham gia góp vốn liên doanh với các doanh nghiệp khác. Hoạt động đầu tư này ngày càng chiếm tỷ trọng cao mà mang lại lợi nhuận cho doanh nghiệp. Tuy nhiên, trong giai đoạn kinh tế suy giảm, việc đầu tư vào các loại tài sản tài chính cũng ẩn chứa nhiều rủi ro do những biến động trên thị trường tài chính, tiền tệ. Rất nhiều doanh nghiệp có lợi nhuận, thậm chí có lợi nhuận cao trong lĩnh vực sản xuất kinh doanh cốt lõi nhưng tình hình tài chính và các báo cáo tài chính cuối cùng lại không được như ý muốn mà nguyên nhân đến từ những thua lỗ trong hoạt động đầu tư tài chính.

Căn cứ theo mục đích đầu tư, có thể phân loại đầu tư thành đầu tư năng lực sản xuất, đầu tư đổi mới sản phẩm, đầu tư mở rộng sản xuất kinh doanh, đầu tư nâng cao chất lượng sản phẩm, đầu tư mở rộng phát triển thị trường... Cách thức phân loại này giúp nhà quản lý tài chính xác định hướng đầu tư và kiểm soát tình hình đầu tư theo những mục tiêu đã định.

Nhìn chung, các dự án đầu tư sẽ cần một lượng vốn nhất định, ở mức rủi ro khác nhau và có mức lợi nhuận kỳ vọng khác nhau. Tuy nhiên, về cơ bản các dự án đầu tư đều có điểm chung là cần một lượng vốn tương đối lớn, sử dụng vốn trong thời gian dài. Do đó, mọi sai lầm trong tính toán đều có những tác động rất lớn đến hiệu quả của sự án nói riêng và hiệu quả của doanh nghiệp nói chung.

Như vậy suy cho đến cùng đầu tư là việc bỏ vốn ra hôm nay và kỳ vọng có thể thu về được trong tương lai. Trong đó dòng tiền đầu tư là tiền thực còn dòng tiền thu về mới chỉ là dự đoán. Hơn nữa một đồng ở hiện tại có giá trị hơn một đồng trong tương lai do giá trị thời gian của tiền.

2.1.2. Giá trị thời gian của tiền

Tiền tệ có giá trị thời gian. Cùng một khoản tiền nhưng tại hai thời điểm khác nhau thì có giá trị khác nhau vì giá trị của tiền tệ là số lượng hàng hóa và dịch vụ mua được bằng một đơn vị của tiền tệ. Khoảng cách thời gian giữa hai thời điểm càng dài và chi phí cơ hội càng cao thì sự khác biệt về giá trị giữa hai khoản tiền càng lớn.

Vậy tại sao tiền lại có giá trị về thời gian. Tiền tệ có giá trị về thời gian là do các lý do sau đây:

Thứ nhất là chi phí cơ hội của tiền. Tiền tệ là một trong những nguồn lực khan

hiếm đòi hỏi mỗi quyết định có liên quan đến tiền tệ đều là sự lựa chọn và đánh đổi. Điều đó có nghĩa là để thu được một lợi ích nào đó thì chúng ta phải chấp nhận bỏ ra một chi phí nhất định. Như vậy, chi phí cơ hội của một phương án được lựa chọn là giá trị của phương án tốt nhất bị bỏ qua khi thực hiện sự lựa chọn đó. Hay nói một cách đơn giản hơn khi dùng tiền để đầu tư cho một dự án này có nghĩa là doanh nghiệp phải bỏ qua rất nhiều các dự án khác, nếu đầu tư mở rộng sản xuất kinh doanh thì không thể đồng thời đầu tư vào bất động sản hay mua cổ phiếu.

Thứ hai, lạm phát có thể làm giảm giá trị của tiền theo thời gian. Giả sử một khoản tiền được mang ra đầu tư và sinh lời nhưng tỷ lệ lạm phát thậm chí còn cao hơn tỷ lệ sinh lời của khoản tiền được mang ra đầu tư thì khi đó giá trị của khoản tiền đã giảm theo thời gian.

Thứ ba, hoạt động đầu tư luôn tiềm ẩn rủi ro. Khả năng thu hồi vốn và thu được lợi nhuận trong đầu tư thường không chắc chắn. Do đó, khoản tiền thực ở hiện tại vẫn có giá trị nhất định so với khoản tiền dự đoán trong tương lai. Một điều cần chú ý thêm đó là rủi ro luôn tỷ lệ nghịch với lợi nhuận mà khoản đầu tư mang lại.

2.2. Các chỉ tiêu phân tích tài chính sự án đầu tư

2.2.1. Chỉ tiêu Giá trị hiện tại ròng (NPV)

Giá trị hiện tại ròng (Net Present Value – NPV) là chênh lệch giữa giá trị hiện tại của các luồng tiền dự tính dự án mang lại trong thời gian kinh tế của dự án và giá trị đầu tư ban đầu. Do vậy, chỉ tiêu này phản ánh giá trị tăng thêm (khi NPV dương) và giảm đi (khi NPV âm) nếu dự án được chấp nhận.

Công thức tính NPV như sau:
$$NPV = \sum_{t=1}^T \frac{C_t}{(1+r)^t} - C_0$$

Trong đó:

- t : Thời gian tính dòng tiền.
- T: Tổng thời gian thực hiện dự án.
- r: Tỷ lệ chiết khấu phù hợp của dự án.
- C_t : Dòng tiền thuần tại thời gian t.
- C_0 : Chi phí ban đầu để thực hiện dự án.

Việc tính toán NPV rất hữu ích khi chuẩn bị ngân sách cho một dự án, bằng phép tính này nhà đầu tư có thể đánh giá liệu tổng giá trị hiện tại dòng doanh thu dự kiến trong tương lai có bù đắp nổi chi phí ban đầu hay không. Với một dự án cụ thể, nếu NPV dương thì nhà đầu tư nên tiến hành dự án và ngược lại khi NPV âm. Tuy nhiên trong trường hợp có hai sự lựa chọn đầu tư loại trừ lẫn nhau trở lên thì nhà đầu tư còn

phải xét đến chi phí cơ hội nữa, lúc này, dự án nào có NPV cao nhất sẽ được tiến hành. Như vậy, có thể nói nguyên tắc sử dụng chỉ tiêu là chấp nhất những dự án có NPV dương và lớn nhất (trong trường hợp có nhiều hơn một dự án để xem xét).

Ngoài ra, cần lưu ý, việc tính toán giá trị hiện tại ròng còn liên quan đến việc dự tính toán các chỉ tiêu sau đây:

Dự tính lượng tiền đầu tư ban đầu: C_0 là luồng tiền cần phải bỏ ra để đầu tư ở năm thứ nhất, bao gồm các khoản đầu tư vào tài sản và tạo ra tài sản cho dự án. Thực tế đây là tổng số tiền phải bỏ ra trong giai đoạn đầu hình thành dự án, không phải là tại một thời điểm duy nhất, nhưng để đơn giản trong tính toán thì ta thường quy về cùng một thời điểm là t_0 .

Dự tính các luồng tiền trong thời gian kinh tế của dự án: Đây là khoản thực thu trong thời gian kinh tế của dự án. Nó được tính bằng doanh thu ròng trừ đi các khoản chi phí trong từng năm. Các khoản này cũng được quy về cùng một thời điểm trong năm, thường là cuối năm.

Dự tính tỷ lệ chiết khấu phù hợp: Việc tính toán một tỷ lệ chiết khấu hoàn toàn chính xác là điều rất khó khăn vì tỷ lệ chiết khấu này là chi phí cơ hội của việc đầu tư tiền vào dự án thay vì đầu tư trên thị trường vốn. Tỷ lệ này thường được tính bằng tỷ lệ thu nhập của các tài sản tài chính tương đương, nó là tỷ lệ thu nhập kỳ vọng mà nhà đầu tư mong muốn thu được khi đầu tư vào dự án.

2.2.2. Chỉ tiêu Tỷ lệ hoàn vốn nội bộ (IRR)

IRR (Internal Rate of Return) là tỉ lệ khấu trừ được sử dụng trong tính toán nguồn vốn để quy giá trị thuần của dòng tiền hiện tại của một dự án cụ thể về 0. Hay nói một cách khác, tỷ lệ hoàn vốn nội bộ là tỷ lệ chiết khấu mà tại đó giá trị hiện tại ròng của dự án bằng 0. Hiểu một cách chung nhất, tỉ lệ hoàn vốn nội bộ càng cao thì khả năng thực thi dự án là càng cao. IRR còn được sử dụng để đo lường, sắp xếp các dự án có triển vọng theo thứ tự, từ đó khiến cho công ty có thể dễ dàng hơn trong việc cân nhắc nên thực hiện dự án nào. Nếu giả định rằng tất cả các yếu tố khác của các dự án là như nhau thì dự án nào có tỉ suất hoàn vốn nội bộ cao nhất thì dự án đó có thể được ưu tiên thực hiện đầu tiên. IRR đôi khi còn được gọi là tỉ suất hoàn vốn kinh tế ERR (Economic Rate of Return).

IRR cũng có thể được so sánh với tỉ suất hoàn vốn trên thị trường chứng khoán. Nếu một công ty không thấy dự án nào có IRR tốt hơn mức lợi nhuận có khả năng tạo ra trên thị trường tài chính, công ty đó có thể đơn giản là đầu tư tiền của mình vào thị trường này thay vì thực hiện dự án.

Nguyên tắc sử dụng chỉ tiêu: Từ việc tính toán kể trên có thể thấy nếu IRR lớn

hơn chi phí vốn (tỷ lệ chiết khấu phù hợp của dự án) thì nên thực hiện dự án. Trong trường hợp đó, dự án có lãi với giá trị NPV dương. Khi sử dụng chỉ tiêu này cũng cần lưu ý:

- Việc tính toán chính xác IRR phụ thuộc vào tính chính xác của các dự đoán về luồng tiền.
- IRR chỉ mang tính tương đối vì nó không thể hiện quy mô của dự án.
- Việc tính toán khá phức tạp nếu dự án được lập trong nhiều năm và có luồng vốn ra vào phức tạp.

2.2.3. Chỉ tiêu thời gian hoàn vốn

Thời gian hoàn vốn trong kinh tế và quản trị kinh doanh nhằm chỉ khoảng thời gian cần thiết để một khoản đầu tư bù được số vốn đầu tư ban đầu.

Thông thường, các nhà đầu tư đều muốn thời gian hoàn vốn ngắn. Với tất cả các chỉ tiêu khác nhau thì thời gian hoàn vốn càng ngắn thì rủi ro của việc thu hồi vốn càng thấp. Thời gian hoàn vốn là công cụ đơn giản nhất và dễ áp dụng nhất đối với tất cả các cá nhân, bất kể là người làm nghiên cứu hay người kinh doanh.

Giả sử, một dự án có luồng tiền như sau:

Bảng 5.1: Luồng tiền và thời gian hoàn vốn của dự án

	Năm 0	Năm 1	Năm 2	Năm 3	Năm 4
Luồng tiền	250 Triệu	75 Triệu	75 Triệu	100 Triệu	120 Triệu

Khi đó ta viết luồng tiền của dự án như sau: [-250, 75, 75, 120]; trong đó, dấu âm thể hiện số tiền đầu tư ban đầu. Khi đó thời gian hoàn vốn là 3 năm. Vì sau 3 năm thì nhà đầu tư sẽ thu hồi được 250 Triệu đầu tư ban đầu.

Nguyên tắc sử dụng chỉ tiêu thời gian thu hồi vốn: Chấp nhận những dự án có thời gian thu hồi vốn ngắn hơn cho phép.

Tuy nhiên, thời gian hoàn vốn được coi là công cụ phân tích có nhiều hạn chế trong việc ứng dụng, bởi vì mấy lý do dưới đây:

- Thứ nhất, chỉ tiêu thời gian hoàn vốn không tính đến giá trị thời gian của dòng tiền, rủi ro hay các yếu tố khác như chi phí cơ hội.
- Thứ hai, chỉ tiêu này không quan tâm đến các luồng tiền của dự án đến sau khi đã thu hồi được vốn.
- Thứ ba, không có tiêu chuẩn, định lượng rõ ràng để so sánh chỉ tiêu thời gian hoàn vốn.
- Thứ tư, chỉ tiêu này khó sử dụng khi dùng để so sánh loại trừ hai dự án.

3. NHỮNG VẤN ĐỀ LIÊN QUAN ĐẾN XÁC ĐỊNH GIÁ TRỊ DOANH NGHIỆP

3.1. Xác định giá trị doanh nghiệp

Xác định giá trị doanh nghiệp được hiểu là việc điều tra chi tiết và đánh giá các hoạt động của công ty nhằm xác định giá trị hiện hữu và tiềm năng của một doanh nghiệp. Việc xác định giá trị doanh nghiệp có thể được thực hiện tại bất cứ thời điểm nào trong quá trình tồn tại và phát triển của doanh nghiệp và nhằm các mục đích dưới đây:

- Các doanh nghiệp đã và đang cổ phần hóa
- Chuẩn bị có những thay đổi đáng kể về quyền sở hữu hoặc cơ cấu vốn: sáp nhập, mua bán, liên doanh liên kết, chuyển nhượng vốn...
- Chuẩn bị phát hành cổ phiếu lần đầu ra công chúng (IPO)
- Đang trên đà phát triển kinh doanh, mở rộng quy mô hoạt động, thay đổi về cách thức hoạt động, mô hình kinh doanh (chẳng hạn nhượng quyền...)

Ý nghĩa cơ bản của việc xác định giá trị doanh nghiệp là khả năng tổng hợp, đánh giá, phân tích và khớp lại các dữ liệu quá khứ và triển vọng phát triển trong tương lai của doanh nghiệp trong một bản báo cáo chính xác và toàn diện. Việc xác định giá trị doanh nghiệp rất hữu ích trong việc trợ giúp các nhà quản trị trong việc ra các quyết định chiến lược nói chung và các quyết định tài chính nói riêng trong quá trình điều hành doanh nghiệp. Cụ thể:

Thứ nhất, trong quá trình **chuyển đổi cơ cấu vốn chủ sở hữu**: hoạt động này giúp xác định các điểm mạnh, điểm yếu và các giá trị cốt lõi của công ty; là một công cụ hữu hiệu giúp công ty hiện thực hoá được cơ hội kinh doanh và gia tăng giá trị cho các cổ đông hoặc nhà đầu tư tương lai.

Thứ hai, chuẩn bị cho việc **phát hành cổ phiếu ra công chúng lần đầu (IPO)**: Việc xác định giá trị giúp doanh nghiệp đáp ứng được một số yêu cầu và quy tắc về những loại thông tin mà doanh nghiệp phải công khai trong quá trình IPO; việc xác định giá trị doanh nghiệp cũng chỉ ra cho các nhà đầu tư tương lai những hoạt động cốt lõi của doanh nghiệp và các cơ hội cũng như các nhân tố rủi ro; là một hoạt động chuẩn bị quan trọng cho quá trình IPO, thậm chí vạch ra cho doanh nghiệp những kế hoạch tiền IPO và hậu IPO; cuối cùng, đây là một sự chuẩn bị kỹ lưỡng đảm bảo cho thành công của IPO vì thiếu sự chuẩn bị kỹ lưỡng này, các bên liên quan tới IPO có thể sẽ phải đương đầu với những khó khăn và doanh nghiệp có thể bị giảm giá trị một cách đáng kể khi niêm yết, do đó sẽ ảnh hưởng xấu tới lợi ích của các chủ sở hữu.

Thứ ba, định giá doanh nghiệp sẽ giúp doanh nghiệp **đánh giá tổng thể và cải thiện tình trạng hoạt động kém hiệu quả**: thực chất hoạt động định giá sẽ được thực

hiện bởi một tổ chức có năng lực phù hợp sẽ đánh giá một cách khách quan các điểm mạnh và điểm yếu của doanh nghiệp; từ đó cung cấp các thông tin hỗ trợ Hội đồng quản trị và Ban Giám đốc đưa ra những quyết định lớn và mang tính dài hạn như mở rộng hoạt động kinh doanh hoặc loại bỏ các hoạt động kinh doanh không/ít mang lại lợi nhuận hoặc không cốt yếu, để tập trung vào những hoạt động mang lại giá trị cao.

3.2. Quy trình xác định giá trị doanh nghiệp

Về cơ bản quy trình một tổ chức tư vấn tiến hành thẩm định giá trị một doanh nghiệp trải qua các bước sau đây:

Bước 1: Khảo sát sơ bộ doanh nghiệp, nắm tổng thể hồ sơ, tài liệu, tài sản doanh nghiệp cần định giá, thời gian cần định giá và mục đích định giá.

Bước 2: Báo phí dịch vụ, thảo hợp đồng, thống nhất và ký kết hợp đồng (Trong trường hợp doanh nghiệp thuê một tổ chức bên ngoài định giá).

Bước 3: Lên kế hoạch tổng thể quy trình định giá.

Bước 4: Khảo sát và đánh giá chi tiết hiện trạng tài sản của doanh nghiệp, thu thập hồ sơ, tài liệu, chứng từ có liên quan.

Bước 5: Lên kế hoạch chi tiết quy trình xác định giá trị doanh nghiệp

Bước 6: Điều tra, thu thập các thông tin, số liệu thị trường; tổng hợp, phân tích, xử lý các thông tin, tài liệu, số liệu, chứng từ thu thập được; và chọn thông tin, số liệu đáng tin cậy phục vụ công tác định giá.

Bước 7: Lựa chọn phương pháp định giá; tiến hành định giá.

Bước 8: Dự thảo báo cáo thẩm định.

Bước 9: Thảo luận và tham khảo ý kiến chuyên gia, doanh nghiệp (Trong trường hợp doanh nghiệp thuê một tổ chức bên ngoài định giá) về kết quả định giá.

Bước 10: Hoàn tất hồ sơ thẩm định, sao lưu, hoàn trả hồ sơ cho doanh nghiệp (Trong trường hợp doanh nghiệp thuê một tổ chức bên ngoài định giá).

3.3. Các phương pháp xác định giá trị doanh nghiệp

3.3.1. Phương pháp giá trị tài sản

Giá trị thực tế của doanh nghiệp (cổ phần hóa) là giá trị thực tế của toàn bộ tài sản của doanh nghiệp tại thời điểm định giá (cổ phần hóa) có tính đến khả năng sinh lời của doanh nghiệp mà người mua và người bán cổ phần đều chấp nhận được.

Đối với các tổ chức tài chính, tín dụng khi xác định giá trị doanh nghiệp theo phương pháp tài sản được sử dụng kết quả kiểm toán báo cáo tài chính để xác định tài sản vốn bằng tiền, các khoản công nợ nhưng phải thực hiện kiểm kê, đánh giá đối với

tài sản cố định, các khoản đầu tư dài hạn, chi phí dở dang liên quan đến chi phí đền bù, giải tỏa, san lấp mặt bằng và giá trị quyền sử dụng đất theo chế độ Nhà nước quy định.

Việc xác định giá trị thực tế của doanh nghiệp dựa vào các căn cứ dưới đây:

- Số liệu theo sổ kế toán của doanh nghiệp tại thời điểm xác định giá trị doanh nghiệp.

- Tài liệu kiểm kê, phân loại và đánh giá chất lượng tài sản của doanh nghiệp tại thời điểm xác định giá trị doanh nghiệp.

- Giá thị trường của tài sản tại thời điểm tổ chức định giá.

- Giá trị quyền sử dụng đất được giao, trị giá tiền thuê đất xác định lại trong trường hợp doanh nghiệp đã trả tiền một lần cho cả thời hạn thuê đất và giá trị lợi thế kinh doanh của doanh nghiệp.

Những khoản sau đây không tính vào giá trị tài sản của doanh nghiệp nhà nước khi tiến hành định giá để cổ phần hóa:

- Giá trị tài sản do doanh nghiệp cổ phần hóa thuê, mượn, nhận góp vốn liên doanh, liên kết và các tài sản khác không phải của doanh nghiệp thì không tính vào giá trị doanh nghiệp để xác định giá trị (cổ phần hóa).

- Đối với những tài sản không cần dùng, ứ đọng, chờ thanh lý, doanh nghiệp cổ phần hóa có trách nhiệm chủ động xử lý theo chế độ quản lý tài chính hiện hành (thanh lý, nhượng bán). Trường hợp đến thời điểm xác định giá trị doanh nghiệp mà doanh nghiệp chưa kịp xử lý, thì loại trừ không tính vào giá trị doanh nghiệp và thực hiện chuyển giao cho các cơ quan sau: a) Công ty Mua bán nợ Việt Nam hoặc b) Công ty mẹ của Tập đoàn kinh tế, Tổng công ty nhà nước, Công ty mẹ trong tổ hợp công ty mẹ - công ty con.

- Đối với công trình phúc lợi: nhà trẻ, nhà mẫu giáo, bệnh xá và các tài sản phúc lợi khác đầu tư bằng nguồn Quỹ khen thưởng, Quỹ phúc lợi thì chuyển giao cho tổ chức công đoàn tại công ty cổ phần quản lý, sử dụng để phục vụ tập thể người lao động trong công ty cổ phần.

- Đối với nhà ở cán bộ, công nhân viên đầu tư bằng nguồn Quỹ phúc lợi của doanh nghiệp, kể cả nhà ở được đầu tư bằng vốn ngân sách nhà nước cấp thì chuyển giao cho cơ quan quản lý nhà đất của địa phương để quản lý.

- Các khoản nợ phải thu không có khả năng thu hồi.

- Các khoản đầu tư dài hạn vào doanh nghiệp khác trong trường hợp doanh nghiệp cổ phần hóa không kế thừa thì báo cáo cơ quan có thẩm quyền quyết định phương án cổ phần hóa để xử lý như sau: a) Thống nhất với các bên góp vốn để thực hiện chuyển giao cho doanh nghiệp nhà nước nắm giữ 100% vốn khác làm đối tác

hoặc b) Bán lại phần vốn góp cho đối tác hoặc các nhà đầu tư khác theo quy định của pháp luật.

• Người có thẩm quyền quyết định giá trị doanh nghiệp xem xét quyết định việc không tính vào giá trị doanh nghiệp để cổ phần hóa đối với các nội dung trên đây và phải chịu trách nhiệm trước pháp luật về quyết định của mình.

3.3.2. Phương pháp hệ số giá/thu nhập (P/E)

Định giá theo phương pháp hệ số giá/thu nhập hay phương pháp giá trị thị trường sử dụng chỉ số P/E (Price to Earning ratio). Giá trị của doanh nghiệp được tính theo công thức:

$$\text{Giá trị doanh nghiệp} = \frac{\text{P/E bình quân của ngành}}{\text{EPS của doanh nghiệp}} \times \text{EPS của doanh nghiệp}$$

Trong đó:

EPS (Earning per share) = Thu nhập sau thuế / Tổng số lượng cổ phần

P/E = Giá trị thị trường của 1 cổ phiếu / EPS

P/E bình quân của ngành có thể tham khảo trên thị trường chứng khoán hoặc được tính thông qua P/E của một số các doanh nghiệp trong ngành cùng ngành kinh doanh, cùng quy mô, kinh doanh có lãi, có tốc độ tăng trưởng và cấu trúc vốn... tương tự như doanh nghiệp đang cần định giá.

3.3.3. Phương pháp định giá theo giá trị sổ sách

Định giá theo giá trị sổ sách sử dụng chỉ số P/B (Price to book value). Giá trị sổ sách của một công ty là giá trị tài sản của công ty thể hiện trong bảng cân đối kế toán. Phương pháp này đo lường giá trị thị trường của từng đồng vốn đầu tư vào tài sản.

$$\text{Chỉ số P/B} = \frac{\text{Giá trị cổ phiếu}}{\text{Tổng tài sản} - (\text{Tài sản vô hình} + \text{Nợ})}$$

Chỉ số P/B thấp có nghĩa là cổ phiếu đang bị đánh giá thấp. Tuy nhiên, cũng có thể hiểu là doanh nghiệp đang gặp vấn đề không ổn.

Một hạn chế của phương pháp này là đã không tính đến giá trị vô hình của doanh nghiệp ví dụ như giá trị thương hiệu, phát minh sáng chế...

3.3.4. Xác định giá trị doanh nghiệp theo phương pháp dòng tiền chiết khấu (DCF)

Định giá theo dòng tiền chiết khấu DCF (Discounted Cash Flow). Phương pháp DCF là phương pháp định giá một dự án hay một công ty, sử dụng khái niệm giá trị tiền tệ theo thời gian. Phương pháp DCF xác định giá trị hiện tại của các dòng tiền tương lai bằng cách chiết khấu một chi phí vốn phù hợp.

Giá trị của một doanh nghiệp theo cách tiếp cận DFC được tính bằng tổng giá trị hiện tại của các dòng tiền tự do trong khoảng thời gian dự báo (thường từ 5 đến 10 năm) và giá trị còn lại ở cuối thời gian dự báo.

$$PV = \frac{FCF_1}{(1+r)^1} + \frac{FCF_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{FCF_H}{(1+r)^H} + \frac{PV_H}{(1+r)^H}$$

Trong đó:

- PV (Present value): Giá trị hiện tại của doanh nghiệp
- FCF (Free cash flow): Các dòng tiền tự do
- PV_H (PV horizon value): Giá trị còn lại cuối thời gian dự báo

CÂU HỎI ÔN TẬP

1. Khả năng thanh toán là gì? Khả năng thanh toán của doanh nghiệp được đo lường bằng những chỉ tiêu nào?
2. Khả năng cân đối vốn là gì? Khả năng cân đối vốn của doanh nghiệp được đo lường bằng những chỉ tiêu nào?
3. Hệ số nguy cơ phá sản là gì? Trình bày công thức tính và ý nghĩa của chỉ tiêu này.
4. Khả năng hoạt động là gì? Khả năng hoạt động của doanh nghiệp được đo lường bằng những chỉ tiêu nào?
5. Khả năng sinh lời là gì? Khả năng sinh lời của doanh nghiệp được đo lường bằng những chỉ tiêu nào?
6. Tỷ suất sinh lời trên tài sản (ROA) là gì? Có mấy cách đo lường ROA? Ưu điểm của từng cách đo lường đó?
7. Tỷ suất sinh lời trên vốn chủ sở hữu (ROE) là gì? Công thức đo lường ROE?
8. Dự án đầu tư là gì? Nêu các cách phân loại dự án đầu tư – nội dung và ý nghĩa của mỗi cách phân loại đó.
9. Giá trị thời gian của tiền là gì? Tại sao tiền tệ lại có giá trị thời gian?
10. Giá trị hiện tại ròng (NPV) là gì? Nêu cách tính NPV và nguyên tắc lựa chọn dự án căn cứ vào chỉ tiêu NPV.
11. Tỷ lệ hoàn vốn nội bộ (IRR) là gì? Nêu ý nghĩa của IRR và nguyên tắc lựa chọn dự án căn cứ vào chỉ tiêu IRR.
12. Chỉ tiêu thời gian hoàn vốn là gì? Nêu ý nghĩa của chỉ tiêu thời gian hoàn vốn và cho ví dụ minh họa.
13. Xác định giá trị doanh nghiệp là gì? Tại sao cần xác định giá trị doanh nghiệp?
14. Nêu nội dung và ý nghĩa của các bước trong quy trình xác định giá trị doanh nghiệp.
15. Phương pháp giá trị tài sản là gì? Các căn cứ để xác định giá trị doanh nghiệp theo phương pháp giá trị tài sản.
16. Phương pháp hệ số giá/thu nhập là gì? Cách xác định giá trị doanh nghiệp theo phương pháp hệ số giá/thu nhập?
17. Phương pháp định giá theo giá trị sổ sách là gì? Các xác định giá trị doanh nghiệp theo phương pháp giá trị sổ sách.
18. Phương pháp dòng tiền chiết khấu là gì? Cách xác định giá trị doanh nghiệp theo phương pháp dòng tiền chiết khấu.

BÀI TẬP THỰC HÀNH

1. Làm việc theo nhóm đã chia. Thực hành bài tập định giá doanh nghiệp theo các số liệu mà giảng viên cung cấp. So sánh giá trị doanh nghiệp theo các phương pháp khác nhau và rút ra nhận xét.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tài liệu tiếng Anh:

1. Baringer Bruce R. – Ireland D. Duane, **Entrepreneuership – Successfully launching new venture**, 4 edition, Prentice Hall.
2. Brealey Richard A. – Myers Stewart C. – Allen Franklin, **Principle of Corporate Finance**, McGraw-Hill International Edition, Ninth Edition 2008.
3. Burns Paul, **Entrepreneurship and Small Business**, Palgrave Macmillan, New York, 2001.

Tài liệu bằng tiếng Việt:

1. Frankel Michael E.S., **M&A căn bản – Các bước quan trọng trong quá trình mua bán doanh nghiệp và đầu tư**, NXB Tri thức, 2009.
2. TS. Hà Hoàng Hợp – ThS. Nguyễn Minh Hương – ThS. Ngô Thị Minh Hương, Việt Nam sau khi gia nhập WTO: **Tài chính vi mô và tiếp cận tín dụng của người nghèo ở nông thôn**, Trung tâm phát triển và hội nhập.
3. PGS.TS. Lưu Thị Hương, **Giáo trình Tài chính doanh nghiệp**, NXB Thống kê, 2005.
4. TS. Lý Quý Trung, **Franchise – Bí quyết thành công bằng mô hình nhượng quyền kinh doanh**, NXB Trẻ, 2007.