

Trong thời đại ngày nay, giới trẻ đi theo tiếng gọi của kinh doanh (The call of business) ngày càng tăng với tỷ trọng càng lớn. Hàng năm ở Mỹ, có hàng triệu người thuộc giới trẻ đi theo tiếng gọi của kinh doanh, tức là theo đuổi, tìm kiếm những cơ hội để trở thành người tự lập trong sự nghiệp kinh doanh của mình.

Bảng thống kê sau đây về lứa tuổi tham gia vào kinh doanh ở Mỹ cho thấy tình hình nêu trên

21 tuổi hoặc trẻ hơn	3 %
21 tuổi - 25 tuổi	11%
26 tuổi - 30 tuổi	21%
31 tuổi - 35 tuổi	20%
36 tuổi - 40 tuổi	16%
41 tuổi - 45 tuổi	11%
46 tuổi - 50 tuổi	19%
51 tuổi - 55 tuổi	4%
56 tuổi - 60 tuổi	2%
60 tuổi trở lên	1%

25 tuổi - 40 tuổi : 60%

Sở dĩ có hiện trạng nêu trên là do giới trẻ bây giờ nhận thức rằng họ sẽ ít nhất đạt được 3 lợi ích căn bản, nếu họ lao vào công việc kinh doanh thành công :

- Lợi ích thứ 1 : Đó là lợi nhuận. Mục tiêu cuối cùng của doanh nhân nói chung là kiếm lời. Và họ mong rằng thời gian, tiền bạc, công sức, sáng kiến mà họ bỏ vào công việc kinh doanh, cũng như những rủi ro mà họ có thể phải gánh chịu, sẽ được bù đắp lại một cách xứng đáng. Từ đó mà họ được một cuộc sống ngày càng sung túc hơn, hưởng thụ được nhiều hơn.

- Lợi ích thứ hai : Doanh nhân, đặc biệt là giới trẻ, mong muốn được tự làm chủ mình, tự mình quyết định các công việc, tự tạo lập cuộc sống của mình. Dù phải làm việc nhiều, tích cực học hỏi nhiều, chấp nhận nhiều rủi ro hơn, giới trẻ vẫn cảm thấy hài lòng vì được độc lập, không lệ thuộc vào người khác, không chịu sự lãnh đạo của người khác.

- Lợi ích thứ ba : Có được một lối sống thích thú. Ngoài việc được tự do kinh doanh, tự tạo lập cuộc sống, giới trẻ cảm thấy thích thú vì vai trò của mình ngày càng trở nên quan trọng hơn, và có thể làm được nhiều việc có ích lợi hơn.

Tuy nhiên, tình hình ở các nước nói chung và ở nước ta nói riêng, cũng cho thấy, tuy có rất nhiều doanh nghiệp trẻ tham gia vào các hoạt động sản xuất kinh doanh, nhưng cũng có rất nhiều nhà doanh nghiệp

KHỞI SỰ KINH DOANH CỦA MỘT DOANH NGHIỆP TRẺ

PGS. TS. HỒ ĐỨC HÙNG



Ảnh Nguyễn Tiến



trẻ gặp nhiều thất bại trên thương trường. Ở nước ta, qua điều tra sơ bộ cho thấy đại bộ phận những doanh nghiệp trẻ, sở dĩ tồn tại mỏng manh là do những nguyên nhân chủ yếu sau đây (sắp xếp theo thứ tự quan trọng):

(1) Dễ dàng nhảy vào kinh doanh. Khởi sự kinh doanh thiếu sự nghiên cứu kỹ lưỡng.

(2) Thiếu khả năng, kinh nghiệm về trình độ quản lý. Thiếu những chuẩn bị để đương đầu đối với những đòi hỏi cao về quản trị.

(3) Thiếu sót và kinh nghiệm không đồng đều trong việc nghiên cứu thị trường

(4) Các hoạt động marketing yếu kém

(5) Thiếu vốn trong đầu tư

(6) Chính sách nhà nước thiếu hỗ trợ cho những doanh nghiệp trẻ

(7) Đời sống gia đình

Theo một công trình nghiên cứu của 2 tác giả người Mỹ Dun và Bradstreet. Thì việc thiếu kinh nghiệm và kiến thức quản lý chiếm đến gần 90% các trường hợp thất bại trong kinh doanh của những doanh nghiệp trẻ. Trong hầu hết mọi trường hợp, các chủ doanh nghiệp trẻ thường:

(1) Tham gia vào một thị trường đã chật cứng những người cạnh tranh.

(2) Không đưa ra trên thị trường được đúng thứ hàng hóa mà mọi người muốn mua.

(3) Không có những thay đổi thích hợp và kịp thời trong các hoạt động kinh doanh để đáp ứng những thay đổi trên thị trường.

(4) Không có đủ kiến thức về loại hình kinh doanh của mình trên các mặt pháp lý, tài chính, mua sắm, hạch toán, quan hệ với người lao động, quan hệ cộng đồng hoặc tiến hành các hoạt động marketing.

Và việc thiếu kiến thức như vậy sẽ dẫn đến việc không có khả năng tìm ra câu trả lời đúng khi phải đương đầu với những quyết định kinh doanh cấp bách.

Một trong những khía cạnh cụ thể hiện nay của cơ chế thị trường chính là cho phép những nhà doanh nghiệp trẻ "quyền tự do" lao vào các công việc kinh doanh cho bản thân mình, hoàn toàn có quyền tự do thử vận may, nhưng đồng thời quyền tự do này cũng chứa đựng cả nguy cơ thất bại.

Nội dung bài viết nhằm rút ra một số vấn đề cần thiết mà mỗi nhà doanh nghiệp trẻ cần phải làm khi khởi sự công việc làm ăn của mình, nhằm giảm bớt khả năng thất bại thường xảy ra.

Trong quyển sách với tựa đề là "Cẩm nang để khởi sự doanh nghiệp" tác giả Stephen C. Harper đã đề nghị

một quy trình gồm 6 bước sau đây, để khởi đầu cho công việc kinh doanh của một doanh nghiệp trẻ.

Bước 1 : Liệt kê những vấn đề mang tính chất " cơ hội " có trên thị trường.

Bằng cách cố gắng tìm cho được những " kẽ hở trên thị trường ". Mọi kẽ hở đều xuất phát cụ thể từ những sinh hoạt hàng ngày của cuộc sống: "Trong mỗi một vấn đề đều ẩn náu một cơ hội nào đó". Thông thường áp dụng 4 phương pháp cụ thể sau đây :

(1) Phương pháp điểm bão hòa trên phạm vi thị trường nhất định : Dựa vào việc quan sát, nghiên cứu một hay nhiều khu vực thị trường để xem liệu còn chỗ cho việc kinh doanh hay không ?

(2) Phương pháp phân chia khu vực để tìm kẽ hở : xem xét toàn bộ thị trường về một sản phẩm hay dịch vụ cụ thể, sau đó tìm cách phân biệt các dạng khu vực khách hàng khác nhau (phân khúc thị trường) và mức độ thỏa mãn nhu cầu của họ.

(3) Phương pháp bằng trực giác: Bằng đầu óc nhạy bén, tư duy sáng tạo " ý tưởng mới "

(4) Phương pháp " Bench Marking " : Thông qua việc học hỏi một cách thông minh kinh nghiệm của doanh nghiệp đi trước để " mô phỏng ", " sáng tạo " ...

Bước 2 : Xác định các cơ hội kinh doanh thích hợp

Nghĩa là xác định xem liệu vấn đề nêu trên hay kẽ hở nêu trên có biến thành một cơ hội kinh doanh hay không ?

Bước 3 : Xác định những năng

lực và nguồn lực cần thiết

Ở bước này, chúng ta kiểm tra lại danh sách các cơ hội đã được xác định ở bước 2 bằng cách đặt câu hỏi: "Ta đã có trong tầm tay những cơ hội nào trong kẽ hở này hoặc, ta có thể đạt được (qua học tập, thuê mướn, hay liên kết) những kiến thức và kinh nghiệm cần thiết để tạo ra và giữ được khách hàng hay không?". Ngoài ra ở bước này cũng chỉ ra nhiều yếu tố khác có thể trở thành tiền đề để khởi sự một công việc làm ăn, như những yếu tố về công nghệ, thiết bị, pháp lý, đầu tư và thời gian.

Bước 4 : Xác lập những quy mô về tài chính của các cơ hội đã được xác định

Bước tiếp theo trong việc chỉ ra cơ hội kinh doanh đúng đắn cho chúng ta là việc phân tích khía cạnh tài chính của các cơ hội, bao gồm việc xác định mức doanh thu dự tính, chi tiêu, lợi nhuận, yêu cầu về vốn đầu tư ban đầu, lưu chuyển tiền tệ, dự kiến cho mỗi công việc kinh doanh. Nói chung ở bước này, cố gắng tìm cách trả lời cho ba câu hỏi sau :

(1) Khởi sự mỗi loại công việc làm ăn sẽ tốn kém bao nhiêu ?

(2) Mỗi cơ hội sẽ mang lại mức hoàn vốn (lợi nhuận) là bao nhiêu ?

(3) Và khi nào thì công việc làm ăn mới có thể tạo ra được một lưu chuyển tiền tệ dương ?

Và như vậy ở bước này, chúng ta phải loại bỏ những cơ hội tỏ ra không có tiềm năng lợi nhuận hoặc những cơ hội đòi hỏi vốn đầu tư ban đầu vượt quá số tiềm chúng ta có thể bỏ ra.

Bước 5 : Sắp xếp thứ tự các cơ hội theo ba tiêu chuẩn quan trọng :

(1) Sở thích cá nhân

(2) Giá trị về tài chính

(3) Rủi ro có thể nhận thấy được

Ở bước này chúng ta sẽ đánh giá từng cơ hội theo những tiêu chuẩn trên theo các bậc từ 1 đến 5.

Bước 6: Chọn lựa cơ hội kinh doanh sẽ theo đuổi

Đến đây chúng ta cần phải thu hẹp hơn nữa danh sách những cơ hội làm ăn để chỉ còn lại một hay hai cơ hội tiềm năng. Và ở bước này là việc sắp xếp thứ tự từng cơ hội còn lại theo một thang điểm 15 bậc, và thang điểm 15 bậc này cũng cho 3 tiêu chuẩn : sở thích cá nhân, giá trị về tài chính và rủi ro.

Việc sắp xếp thứ tự các cơ hội theo thang điểm 15, hướng sự chú ý của chúng ta vào cơ hội tốt nhất đối với chúng ta vào thời điểm nhất định nào đó.

Và nếu ở bước thứ 6 đã chỉ ra được một cơ hội hấp dẫn, chúng ta sẽ bắt đầu đi vào cụ thể hóa cơ hội đó thông qua một dự án kinh doanh (phương án kinh doanh).

Chúc các bạn trẻ thành công ! ■

