



**Bí quyết viết được một bản kế hoạch
kinh doanh hấp dẫn nhà đầu tư?**

Bản kế hoạch khởi sự kinh doanh mẫu

Không nên xem nhẹ phần tóm tắt dự ánPhần tóm tắt dự án (Executive Summary) là một trong những phần quan trọng nhất của một [kế hoạch kinh doanh](#). Đây sẽ là phần được đọc và phân tích đầu tiên bởi những người thẩm định, đồng thời cũng là nhà đầu tư tương lai.

Thử hình dung nếu bản [kế hoạch kinh doanh](#) của bạn nằm trong số hàng chục dự án đang kêu gọi đầu tư, thì yếu tố thu hút sự chú ý của người đọc ngay từ đầu đóng vai trò rất quan trọng. Các dự án có phần tóm tắt thuyết phục và rõ ràng sẽ lôi cuốn người đọc tiếp tục tập trung xem xét thêm các phần sau của dự án.

Thông thường phần tóm tắt dự án không dài quá hai trang chứa đựng những điểm chốt lọc, chủ yếu nhất của tất cả các phần còn lại của dự án. Trong phần tóm tắt, bạn nên đưa vào những con số tài chính mà theo bạn sẽ gây ấn tượng nhất đối với các nhà đầu tư về hiệu quả kinh doanh mà dự án mang lại.

Ngoài ra, phần này nên có thêm ba mục nhỏ gồm:

Mục tiêu - Objectives:

Nêu ra những mục tiêu tài chính và phi tài chính mà dự án nhắm đến (doanh thu, tỷ suất lợi nhuận, hiệu quả sản xuất...). ***Nhiệm vụ - Mission:***

Những hình ảnh mà công ty muốn tạo ra đối với khách hàng, những giá trị mà dịch vụ/sản phẩm của công ty sẽ mang lại cho khách hàng, những cam kết mà công ty sẽ thực hiện... ***Yếu tố thành công - Keys to success:***

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

Phần tóm tắt dự án nên được viết cuối cùng sau khi các phần khác của bản [kế hoạch kinh doanh](#) đã được hoàn thiện. Bởi vì lúc này người viết biết rõ dự án của mình có những điểm trọng yếu gì và sẽ dễ tóm tắt những gì mình đã viết ra hơn là tóm tắt những gì chưa được viết rõ ràng.

Đừng quá sa đà vào lĩnh vực chuyên môn của mình

Trong các bản kế hoạch tham gia dự thi, một trong những thiếu sót thường gặp nhất là người viết quá sa đà vào lĩnh vực chuyên môn của mình.

Chẳng hạn, nếu người viết có kinh nghiệm về tiếp thị kinh doanh thì mảng phân

tích thị trường và nhu cầu sản phẩm của họ rất chi tiết, trong khi đó ở các phần dự đoán tài chính, nguồn vốn thực hiện dự án lại không được viết rõ ràng và mạch lạc, các quy trình kỹ thuật sản xuất, nguồn nguyên liệu đầu vào lại bị xem nhẹ.

Ngược lại, nếu người viết có kiến thức kỹ thuật chuyên môn về sản phẩm mình dự định cung cấp thì họ lại quá chuyên tâm về chi tiết kỹ thuật của sản phẩm mà không đánh giá được nhu cầu thị trường, các đối thủ cạnh tranh và phân khúc họ muốn nhắm vào.

Dù ý tưởng của bạn rất hay, nhưng khi viết bản [kế hoạch kinh doanh](#), bạn đừng quên một nhân tố rất quan trọng: con người triển khai dự án - khả năng của đội ngũ quản lý điều hành. Đây chính là một trong những yếu tố thuyết phục nhà đầu tư bỏ vốn vào dự án của bạn. Chính vì thế mà trong bản [kế hoạch kinh doanh](#), bạn nên có phần giới thiệu về khả năng và kinh nghiệm của người viết hoặc những người tham gia dự án, thay vì chỉ có một số thông tin về sơ đồ tổ chức của dự án và mức lương dự tính cho các vị trí tương ứng.

Để thuyết phục các nhà đầu tư, một bản [kế hoạch kinh doanh](#) cần những yếu tố gì? Một bản [kế hoạch kinh doanh](#) hoàn thiện cần phải đảm bảo các phần sau:

Sản phẩm, dịch vụ:

Mô tả sản phẩm, dịch vụ mà công ty sẽ cung cấp, chú trọng vào lợi ích mà khách hàng sẽ nhận được khi sử dụng sản phẩm, dịch vụ của mình

Phân tích thị trường:

Là phần trọng yếu mà từ đó người viết (cũng như người đọc) có thể xác định được phân khúc thị trường, tiềm năng phát triển, nhu cầu khách hàng, cách thức tiếp cận khách hàng, tình hình các đối thủ cạnh tranh...***Chiến lược thực hiện:***

Ở mức tối thiểu thường bao gồm các chiến lược tiếp thị, quảng bá, và bán hàng; nên bao gồm những cột mốc về ngày tháng và chi phí.***Đội ngũ quản lý:***

Phần này rất được nhà đầu tư chú trọng, bao gồm một sơ đồ tổ chức, sơ lược về năng lực của những người tham gia dự án, xác định những kỹ năng còn thiếu sót và chiến lược bổ trợ những thiếu sót ấy, cuối cùng là kế hoạch nhân sự ở cấp lãnh

đạo***Phân tích tài chính:***

Các báo cáo dự toán ở mức tối thiểu về kết quả kinh doanh, cân đối kế toán, lưu

chuyển tiền tệ cho 3-5 năm; ngoài ra có thể phân tích thêm về thời điểm hòa vốn hoặc các chỉ tiêu tài chính cơ bản.

Một bản [kế hoạch kinh doanh](#) thường không đòi hỏi người viết phải trau chuốt về ngôn từ nên các ý chính có thể được viết dưới dạng gạch đầu dòng miễn sao bảo đảm yếu tố rõ ràng mạch lạc. Ngoài ra để làm phong phú và tăng tính hấp dẫn, dễ hiểu của bản kế hoạch, bạn có thể sử dụng hình ảnh, đồ thị và bảng biểu để minh họa cho ý tưởng của mình

Bản kế hoạch khởi sự kinh doanh mẫu

Bạn đã có [ý tưởng kinh doanh](#) rất tâm đắc và giờ bạn cần viết chúng ra thành một bản [kế hoạch kinh doanh](#) với những bước hành động chi tiết. Bản [kế hoạch kinh doanh](#) là vô cùng quan trọng để bạn nhìn nhận và đánh giá lại rõ hơn về tính khả thi của ý tưởng và dự án, là bản định hướng các hành động cụ thể và giám sát thực hiện trọng suốt quá trình khởi sự. Bản [kế hoạch kinh doanh](#) cũng là công cụ quan trọng để bạn kêu gọi thêm đối tác, tìm nhà đầu tư vốn, trình với cơ quan ban ngành có liên quan...

Nhưng bạn đang phân vân không biết nên viết gì trong đó và bạn cần một **Bản [kế hoạch kinh doanh](#) mẫu** để có thêm gợi ý về cách viết. Mời bạn tham khảo 2 mẫu

bản [kế hoạch kinh doanh](#) dưới đây:

1. Mẫu [Kế Hoạch Kinh Doanh](#) thứ nhất.

Những chỉ dẫn dưới đây sẽ giúp bạn viết một bản [kế hoạch kinh doanh](#) thành công:

- Mục lục
- Tóm tắt [kế hoạch kinh doanh](#)
- Giới thiệu công ty
- Sản phẩm và dịch vụ
- Phân tích ngành
- Phân tích thị trường
- Thị trường mục tiêu
- Kế hoạch tiếp thị và bán hàng
- Phân tích đối thủ cạnh tranh
- Đội ngũ quản lý
- Dự báo tài chính
- Các báo cáo tài chính
- Chiến lược rút lui khỏi công ty

MỤC LỤC

Bảng mục lục nên liệt kê tất cả các lĩnh vực chính trong [kế hoạch kinh doanh](#) của bạn, và có thể được chia thành các đề mục nhỏ quan trọng hoặc để làm rõ. Nhớ rằng trang mục lục phải được sắp xếp rõ ràng, ngăn nắp và đánh số trang theo đúng cách thức.

Bảng mục lục sẽ giúp người đọc dễ dàng theo dõi [kế hoạch kinh doanh](#) của bạn.

TÓM TẮT TỔNG QUÁT

Tóm tắt Tổng quát nên đề cập đến những vấn đề sau một cách rõ ràng và chính xác:

Giới thiệu qua về Công ty

Các đoạn mở đầu nên giới thiệu công ty làm gì và ở đâu. Nên giới thiệu ngắn gọn thị trường của bạn, số kinh phí bạn hy vọng có và nguồn kinh phí đó sẽ được sử dụng như thế nào.

Tâm nhìn, sứ mệnh

Lời tuyên bố về tầm nhìn và sứ mệnh xác định đường hướng không chỉ cho [kế hoạch kinh doanh](#) của bạn, mà còn cho cả công ty của bạn nữa. Lời tuyên bố này xác định ra con đường công ty bạn sẽ đi theo và là nguyên tắc chỉ đạo xuyên suốt các chức năng của công ty.

Lời tuyên bố về tầm nhìn và sứ mệnh của bạn cho người đọc biết thông tin về bạn và [kế hoạch kinh doanh](#) của bạn - công ty của bạn đại diện cho cái gì, bạn tin tưởng vào điều gì, và bạn mong muốn đạt được điều gì.

Điểm lại cơ hội

Mô tả và lượng hóa cơ hội và xem bạn phù hợp ở chỗ nào. Giải thích tại sao bạn tham gia ngành kinh doanh này và lý do bạn sẽ tận dụng cơ hội này.

Tóm tắt thị trường

Thị trường rộng lớn đến mức nào và giai đoạn phát triển (tăng trưởng sớm hay là tăng trưởng giai đoạn sau). Những động lực chính, xu hướng và ảnh hưởng chính

trên thị trường là gì?

Tạo sự khác biệt (điều gì làm bạn khác với người khác)

Điều gì khiến cho bạn khác với toàn bộ phần còn lại? Sản phẩm của bạn do một bên sở hữu, có đăng ký bằng sáng chế, hay có đăng ký bản quyền không? Dịch vụ của bạn tốt hơn, nhanh hơn, rẻ hơn hay không? và nếu thế thì tại sao lại như vậy? Có phải lợi thế của bạn chỉ mang tính “tạm thời”? và bạn có các bước thực hiện để bảo vệ vị thế của mình không? Liệu có các cản trở gia nhập thị trường đúng như dự báo tài chính của bạn không?

Mô tả sản phẩm/ dịch vụ

Phần này nên mô tả ngắn gọn sản phẩm và dịch vụ của bạn.

Sơ yếu lý lịch đội ngũ quản lý

Xét về lịch sử, đội ngũ quản lý công ty là một trong những chỉ báo về sự thành công và các nhà đầu tư sẽ xem xét rất kỹ từng cá nhân sẽ tham gia quản lý công ty. Ngắn gọn, bạn muốn nhấn mạnh những kinh nghiệm phù hợp trước đây của đội ngũ

quản lý. Nêu tên các công ty, các cương vị đã làm và các thành tựu chính đã đạt được .

Bản chất và sử dụng nguồn thu

Bạn đang cần bao nhiêu vốn đầu tư.

Xin lưu ý rằng một trong những nguyên nhân chung nhất dẫn tới thất bại trong kinh doanh là vấn đề thiếu vốn. Bạn nên có biết rõ mình cần bao nhiêu tiền để vận hành doanh nghiệp trong cả năm đầu tiên. Nhà đầu tư cũng muốn biết số tiền sẽ được sử dụng là bao nhiêu.

GIỚI THIỆU CÔNG TY

Phần này trình bày tóm tắt làm thế nào bạn tới được thời điểm này và trong tương lai định hướng sẽ đi về đâu. Nguồn gốc của việc kinh doanh của bạn là gì? Nhóm quản lý được hình thành như thế nào? Bạn kiếm được kinh phí như thế nào tới thời điểm hiện nay? Bạn có đầu tư tiền riêng của mình vào cuộc kinh doanh này không và bao nhiêu? Cơ cấu pháp lý của công ty như thế nào? Ai là chủ đầu tư hiện nay

và tỷ lệ sở hữu của họ là bao nhiêu? Cơ sở vật chất hiện tại và tương lai? Chiến lược rút khỏi công ty như thế nào?

Mô tả pháp lý

Gồm những chi tiết sau: công ty được thành lập ở đâu và khi nào, một dòng mô tả lĩnh vực kinh doanh của bạn, và tóm tắt công ty của bạn cung cấp những gì.

Lịch sử công ty

Tổng quan về lịch sử kinh doanh của bạn. Sắp xếp chi tiết công ty thành các sự kiện theo dòng thời gian hoặc theo hình thức văn kể, và nêu cả các thành tựu và những mốc quan trọng. Giải thích tại sao bạn khởi sự công ty, động lực thúc đẩy sự ra đời công ty, và sự kết hợp sản phẩm/dịch vụ thay đổi như thế nào theo thời gian. Liệt kê dữ liệu trước đây về bán hàng, lợi nhuận, số lượng bán ra, số nhân viên, và các dữ kiện quan trọng khác để hình thành doanh nghiệp của bạn: chủ đầu tư của bạn là ai và tỷ lệ sở hữu của họ là bao nhiêu? Đội ngũ quản lý được hình thành như thế nào.

Thực trạng

Ghi nhanh địa điểm công ty hiện nay ở đâu. Bạn có ở tại một địa điểm, bạn hiện giờ bán gì, có bao nhiêu nhân viên, và bạn thành công đến mức nào? Chỉ rõ thể mạnh, đồng thời cũng thẳng thắn và chân thực cho biết điểm yếu. Chủ đầu tư biết rằng tất cả doanh nghiệp đều có điểm yếu, và thể hiện sự trưởng thành trong kinh doanh của mình bằng cách thừa nhận những điểm yếu và đề ra các bước khắc phục. Bạn được tài trợ như thế nào cho tới thời điểm này . Bạn có đầu tư tiền của mình vào doanh nghiệp hay không và bao nhiêu. Chủ đầu tư hiện nay là ai và tỷ lệ sở hữu của họ là bao nhiêu?

Mục tiêu tương lai

Phần này cho người đọc biết công ty sẽ đi theo hướng nào. Bạn mong đạt được gì trong vòng 1, 3, 5 và 10 năm tới? Liên hệ những mục tiêu này với khoản đầu tư bạn cần để cho nhà đầu tư hiểu tại sao bạn cần tiền của họ và bạn dự định dùng tiền đó để làm gì. Giải thích phương pháp tiếp cận tổng thể để đạt được mục tiêu tăng trưởng và lợi nhuận bằng ngôn ngữ lạc quan, nhưng đảm bảo phải thực tiễn.

Chiến lược rút khỏi công ty

Đây là lúc bạn giải thích cho nhà đầu tư làm thế nào họ thu hồi lại vốn đã bỏ ra, theo bạn số lợi nhuận trên vốn đầu tư họ sẽ thu được là bao nhiêu và trong khung thời gian là bao nhiêu. Chiến lược rút khỏi công ty có thể bao gồm việc bán hoặc sáp nhập công ty, đội ngũ quản lý mua lại, phát hành cổ phiếu lần đầu cho công chúng (IPO) hoặc bán cho tư nhân.

SẢN PHẨM & DỊCH VỤ

Mô tả sản phẩm, dịch vụ và công nghệ. Bạn cần mô tả thật kỹ về sản phẩm dịch vụ mà mình định cung cấp (tên gọi, hình dáng, kích thước, màu sắc, tính năng, tác dụng,...).

Bình luận về giá cả, dịch vụ, hỗ trợ, bảo hành, sản xuất

Lợi thế của sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn là gì và so với đối thủ cạnh tranh thì ra sao.

Lịch biểu tung những sản phẩm này ra thị trường và cần thực hiện những bước nào để đảm bảo đáp ứng được khung thời gian này?

Có sự tham gia của các nhà kinh doanh khác không và nếu có thì họ là ai và vai trò của họ như thế nào.

Sản phẩm của bạn đã được kiểm tra/đánh giá chưa và nếu có thì được làm ở đâu, khi nào và kết quả ra sao.

Liệu có kế hoạch cho các sản phẩm tương lai hoặc dòng sản phẩm thế hệ tiếp theo không? và nếu có thì đó là sản phẩm gì và khi nào sẽ được sản xuất?

Những sản phẩm mới này có được gộp vào doanh thu và dự toán chi phí không?

PHÂN TÍCH NGÀNH

Phân tích ngành: xu hướng, triển vọng nhu cầu, những rào cản đối với gia nhập thị trường và tăng trưởng, ảnh hưởng của đổi mới và công nghệ, tác động của nền kinh tế, chính phủ và tiềm năng tài chính của ngành;

Mọi doanh nghiệp hoạt động trong phạm vi của một ngành nào đó. [Kế hoạch kinh](#)

[doanh](#) của bạn phải nêu được các lực lượng đang tham gia trong ngành của mình, những xu hướng và tăng trưởng cơ bản theo thời gian, và công ty của bạn khớp ở chỗ nào. Trình diễn cho người ngoài biết bạn am hiểu và đã dự đoán được các nhân tố quan trọng của ngành mình, xây dựng nền tảng cho sự thành công của công ty của bạn.

Hãy nghĩ về ngành của bạn như là những công ty cung cấp sản phẩm và dịch vụ tương tự như của bạn. Điều này bao gồm các công ty bán những sản phẩm và dịch vụ tương tự, cũng như các sản phẩm hoặc dịch vụ bổ trợ hoặc bổ sung. Bất cứ doanh nghiệp nào nằm ở giữa một đầu là cung cấp nguyên liệu thô và đầu kia là kênh phân phối loại sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn đều nằm trong ngành của bạn.

Trong phần phân tích ngành của [kế hoạch kinh doanh](#), hãy trả lời cho các câu hỏi dưới đây:

- Quy mô của ngành mình như thế nào xét cả về doanh thu và số công ty?
- Thảo luận đặc điểm của ngành này như: xu hướng tăng trưởng, đơn vị bán ra hoặc số nhân công.
- Những nhân tố nào ảnh hưởng tới tăng trưởng hoặc suy thoái của ngành?
- Xu hướng trong những năm trước là gì?
- Dự báo xu hướng trong những năm sắp tới? (kể cả nghiên cứu minh họa)

- Những rào cản gia nhập ngành của mình là gì?
- Có bao nhiêu công ty dự kiến gia nhập ngành trong tương lai?
- Những quy định nào của chính phủ tác động đến ngành và doanh nghiệp của bạn?
- Ngành của bạn có bị điều tiết nhiều không hoặc có bị nằm trong tầm kiểm soát của chính phủ không?
- Giải thích tổng quan về hệ thống phân phối sản phẩm và dịch vụ trong ngành của bạn.
- Để được phân phối cho ngành của bạn có khó không? Giải thích.

PHÂN TÍCH THỊ TRƯỜNG

Phần này trong [kế hoạch kinh doanh](#) nên trình bày về quy mô thị trường, xu hướng, tốc độ tăng trưởng, phân tích cạnh tranh, dự báo thị phần, giai đoạn phát triển tương đối, và các quyết định về sản phẩm và dịch vụ. Điều quan trọng là mô tả tổng thể thị trường cũng như phân đoạn mục tiêu mà bạn đang mục tiêu. Bạn nên thảo luận những thay đổi quan trọng đang diễn ra trên thị trường, xu hướng ngắn và dài hạn, tác động của công nghệ, quy định của chính phủ và nền kinh tế.

Thị trường Mục tiêu

Điều cốt yếu là phải xác định rõ thị trường mục tiêu trong [kế hoạch kinh doanh](#) – nhà đầu tư cần thông tin này. Khách hàng của bạn hiện nay là ai và mô tả chi tiết đặc điểm của họ. Cung cấp thông tin như: tuổi, giới tính, vị trí địa lý, thu nhập, sức mua tương ứng, và hơn nữa (nếu cần)

Mục tiêu của phần này nhằm xây dựng một hồ sơ về khách hàng điển hình của bạn. Bạn càng mô tả các đặc tính của khách hàng rõ ràng bao nhiêu, càng dễ xây dựng một chương trình marketing để tiếp cận khách hàng một cách hiệu quả.

Thông tin và nghiên cứu được đưa vào phần thị trường mục tiêu nên lấy từ nguồn sơ cấp và thứ cấp. Nguồn sơ cấp bao gồm thông tin bạn phát hiện ra hoặc đúc kết được từ quan sát của bản thân và nghiên cứu, như là nghiên cứu của cá nhân, kết quả bảng điều tra, đi thăm thực địa, và đối thoại với chuyên gia trong ngành. Nguồn thứ cấp gồm các nguồn như tạp chí, sách, các báo cáo đã in, số liệu của chính phủ, hoặc tìm kiếm trên mạng internet.

KẾ HOẠCH MARKETING & BÁN HÀNG

Mô tả người sử dụng sản phẩm và dịch vụ của bạn. Họ là ai, ở đâu và có bao nhiêu

người? Số lượng này đang tăng hay giảm và tại sao? Có sự tập trung về địa lý không? Đối tượng mục tiêu của bạn chỉ là thị trường nội địa hay có thể gồm cả các cơ hội quốc tế? Làm thế nào tiếp cận được thị trường? Làm thế nào khách hàng biết được công ty, thương hiệu, hình ảnh và sản phẩm của bạn? Ai sẽ chịu trách nhiệm bán hàng và marketing và thông tin nền về họ.

Phần marketing & bán hàng nên bao quát những chủ đề dưới đây:

- Chiến lược bán hàng / phân phối
- Chiến lược giá cả
- Xác định vị trí sản phẩm
- Quảng bá thương hiệu
- Vật liệu thể chấp
- Chiến lược quảng bá sản phẩm / thị trường
- Quảng cáo và xúc tiến bán hàng
- Quan hệ công chúng (PR)
- Quảng cáo trên phương tiện thông tin đại chúng
- Marketing trực tiếp
- Triển lãm thương mại
- Chiến lược / kế hoạch lập trang website
- Liên minh / quan hệ đối tác chiến lược

- (Bảng) Ngân sách Marketing

PHÂN TÍCH CẠNH TRANH

Đối thủ cạnh tranh đã đi trước bạn trên thị trường. Họ đã thiết lập được vị trí, phân phối, tiếp cận thị trường và có khách hàng. Sự sống còn của doanh nghiệp bạn phụ thuộc vào khả năng công ty giành được thị phần từ tay các đối thủ cạnh tranh - hoặc chiếm lĩnh được một phân đoạn của thị trường hiện chưa được khai thác.

Nên đưa ra bảng biểu hoặc đồ thị hình bánh cho thấy thị phần của các đối thủ cạnh tranh, xu hướng và thay đổi theo thời gian. Giải thích thị phần bạn dự định chiếm lĩnh, và từ tay ai hoặc làm thế nào bạn xâm nhập được vào thị trường này.

Bạn cũng có thể trình bày mình có ưu thế hơn đối thủ cạnh tranh ở chỗ nào?

Tại sao khách hàng sẽ chọn bạn chứ không phải là các công ty khác?

Ai đang chiếm lĩnh thị trường và tại sao họ làm được như vậy?

Điểm dễ bị tổn thương của đối thủ cạnh tranh là ở chỗ nào và làm thế nào có thể tận dụng được những điểm yếu này.

Liệt kê những mặt mạnh và mặt yếu của từng đối thủ cạnh tranh với một cách nhìn khách quan.

Đây là những vấn đề bạn cần cân nhắc khi hoàn tất phân tích cạnh tranh.

Phần này nên gồm những mục sau:

- Tổng quan
- Các sự kiện / kinh phí gần đây
- Sáp nhập / mua lại công ty
- Liệt kê và mô tả các đối thủ cạnh tranh chính
- Phân tích chính xác từng doanh nghiệp cạnh tranh
- Mặt mạnh / mặt yếu
- Tạo sự khác biệt cho công ty

ĐỘI NGŨ QUẢN LÝ

Trong khi phần Tóm tắt Tổng quát có một đoạn rất ngắn về đội ngũ quản lý chủ chốt, phần này nên đi vào chi tiết từng cá nhân được giao trọng trách quản lý tiền của nhà đầu tư. Nhấn mạnh kinh nghiệm và thành công trước đây.

Phần này nên bao gồm:

- Sơ yếu lý lịch tóm tắt đội ngũ quản lý chủ chốt
- Sơ đồ tổ chức (hiện nay & tương lai)
- Bảng bố trí nhân lực
- Ban tư vấn
- Ban giám đốc
- Sơ đồ tổ chức

Một bảng sơ đồ tổ chức đơn giản sẽ giúp giải thích cơ cấu tổ chức công ty, cấu trúc báo cáo và các vị trí. Bảng sơ đồ nên phản ánh các vị trí hiện nay và trong tương lai hoặc có thể đưa ra hai bảng – trước và sau khi có kinh phí. Hai bảng này sẽ hữu ích hơn nếu bạn dự báo được những thay đổi quan trọng trong cơ cấu tổ chức sau khi có kinh phí.

- Bảng bố trí nhân lực

Bạn dự định bổ nhiệm các cương vị nào và khi nào. Điều này nên gắn với việc sử dụng nguồn thu và dự báo tài chính.

- Ban Tư vấn

Một Ban tư vấn tốt có thể là một tài sản giá trị giúp công ty đi qua được bãi mìn và phát triển chắc chắn. Hãy tìm những người là chuyên gia trong các lĩnh vực tương ứng (kế toán, luật pháp, công nghệ, học giả, tư vấn, v.v...).

DỰ BÁO TÀI CHÍNH

Tất cả mọi thứ đưa vào [kế hoạch kinh doanh](#) đến thời điểm này cần hỗ trợ cho các giả định và dự báo về tài chính của bạn. Nói cách khác, người đọc không nên ngạc nhiên khi xem dự báo doanh thu trong vòng năm năm bởi vì bạn đã cho họ thông tin chi tiết về thị trường, cơ hội và chiến lược của mình. Bạn đã mô tả lợi thế so với đối thủ cạnh tranh; bạn đã liệt kê cách tiếp cận thị trường và đội ngũ quản lý có thể giúp đạt được mục tiêu đề ra. Dự báo nên có tính logic với những gì bạn đưa vào trong kế hoạch này.

Phần này nên cung cấp cho người đọc lý do tại sao bạn đưa ra dự báo tài chính và nên đề cập đến những mục sau:

- Tổng doanh số
- Dự báo đơn vị
- Chi phí của hàng hóa đã bán
- Tổng lãi
- Phí / chi phí nhân sự
- Chi phí marketing

- Thâm nhập thị trường
- Tiền thuê
- Các tiện ích
- Điện thoại
- Lương
- Kiểm kê
- Phí thuê các nhà chuyên nghiệp
- Hoa hồng
- Đi lại & Giải trí
- Nghiên cứu
- Thuế địa phương
- Thuế trong nước

BÁO CÁO TÀI CHÍNH

Quản lý tài chính tốt là một trong những cách tốt nhất để doanh nghiệp duy trì khả năng sinh lợi và có khả năng chi trả. Bạn quản lý tài chính của doanh nghiệp mình tốt đến mức nào là vấn đề then chốt đối với mọi cuộc kinh doanh thành công. Mỗi năm hàng nghìn doanh nghiệp đầy tiềm năng thành đạt bị thua lỗ bởi quản lý tài chính kém. Với tư cách là chủ doanh nghiệp, bạn cần xác định và thực hiện chính sách tài chính dẫn tới và bảo đảm bạn sẽ hoàn thành nghĩa vụ tài chính của mình.

Để quản lý tài chính một cách hiệu quả, lập kế hoạch ngân sách tốt và thực tiễn bằng cách xác định số tiền thực tế cần để mở doanh nghiệp (chi phí khởi sự doanh nghiệp) và số tiền cần để duy trì hoạt động (chi phí vận hành). Bước đầu tiên để xây dựng một kế hoạch tài chính tốt là hoàn tất báo cáo thu nhập, phân tích dòng tiền mặt và bảng cân đối tài sản – nếu công ty của bạn có doanh thu.

Báo cáo thu nhập

Công cụ đầu tiên cho việc báo cáo tài chính tốt là Báo cáo Thu nhập. Đây là thước đo doanh số và chi phí của công ty trong một khoảng thời gian xác định. Báo cáo này được soạn định kỳ (hàng tháng trong năm đầu tiên và hàng năm trong suốt năm năm) để cho thấy kết quả hoạt động trong khoảng thời gian kế toán này. Báo cáo này nên tuân thủ những Nguyên tắc Kế toán đã được thống nhất chung (GAAP) và có thông tin về doanh thu và chi phí không tính đến tính chất của doanh nghiệp.

Phân tích dòng tiền mặt

Phân tích dòng tiền mặt được thiết kế để cho thấy bạn đang dùng tiền vào đâu và

với tốc độ nào (tốc độ tiêu tiền). Bản phân tích này được nhà đầu tư rất quan tâm bởi vì nhà đầu tư muốn xem khi nào bạn dự báo có dòng tiền mặt tốt – tiền vào nhiều hơn tiền ra.

Bản cân đối tài sản

Bản cân đối tài sản cho thấy bức tranh về sức khỏe tài chính của doanh nghiệp tại một thời điểm xác định, thường là kết thúc thời kỳ kế toán. Bản này liệt kê chi tiết các tài sản hữu hình và vô hình mà doanh nghiệp sở hữu (được gọi là tài sản có) và khoản tiền mà doanh nghiệp nợ, hoặc là đối với chủ nợ (tài sản nợ) hoặc là đối với chủ sở hữu (vốn góp của cổ đông hoặc giá trị tịnh của doanh nghiệp).

CHIẾN LƯỢC RÚT KHỎI CÔNG TY

Để thu hút vốn đầu tư cho doanh nghiệp của mình, điều mấu chốt là phải có một kế hoạch rút lui dành cho nhà đầu tư để họ có thể thu hồi vốn của mình và rút khỏi công ty của bạn. Phần viết về chiến lược rút lui khỏi doanh nghiệp của bạn cũng nên nêu ra kế hoạch dài hạn cho doanh nghiệp mình.

Bắt đầu bằng cách tự hỏi tại sao mình lại bắt tay vào kinh doanh. Bạn có cho rằng

mình sẽ vẫn tiếp tục điều hành công ty sau 20 năm, hoặc bạn có qua tâm đến việc tiếp tục phát triển sau một vài năm? Bạn tham gia kinh doanh để cuối cùng thu được khoản tiền lớn, hay là bạn quan tâm nhiều hơn đến việc điều hành một doanh nghiệp gia đình phát triển vững chắc và bền vững?

Điều quan trọng phải nghĩ qua hết những vấn đề này và quyết định bạn dự định làm gì với doanh nghiệp của mình trước khi bạn có thể trả lời một cách thấu đáo những câu hỏi này, và xử lý được các vấn đề liên quan tới việc làm thế nào nhà đầu tư có thể rút lui khỏi doanh nghiệp của bạn.

Sau đây là một số chiến lược rút lui cần cân nhắc:

- Bán cổ phiếu ra công chúng lần đầu (Initial Public Offering) (một sự kiện rất hiếm đối với các công ty mới thành lập)
- Sáp nhập/Mua lại công ty
- Đối tác kinh doanh mua lại doanh nghiệp
- Bán quyền kinh doanh (Franchise)