Tiết 18: KIỂM TRA GIỮA KÌ I

Tiết 19,20,21,22,23 Ngày soạn: 28/10/2026

KẾ HOẠCH BÀI DẠY

BÀI 5. LẬP KẾ HOẠCH KINH DOANH

I. MỤC TIÊU BÀI HỌC.

1. Kiến thức

- Nêu được nội dung cơ bản của kế hoạch kinh doanh.
- Giải thích được sự cần thiết phải lập kế hoạch kinh doanh.
- Diễn giải được các bước lập kế hoạch kinh doanh.

2. Năng lực

- Phát triển bản thân: Lập được kế hoạch kinh doanh và mô tả được kế hoạch kinh doanh của bản thân dưới hình thức bài tập thực hành.
- Tìm hiểu và tham gia các hoạt động kinh tế - xã hội: Tìm hiểu và đưa ra được dẫn chứng thực tế về sự cần thiết của việc lập kế hoạch kinh doanh.

3. Phẩm chất

- Có trách nhiệm trong việc tham gia các hoạt động kinh tế làm giàu hợp pháp cho bản thân và gia đình, đồng thời góp phần làm giàu cho đất nước.

4. Nội dung tích hợp

- Tích hợp phòng chống tham nhũng

+ Mức độ tích hợp: Tích hợp liên hệ với yêu cầu cần đạt sau: Lập được kế hoạch kinh doanh và mô tả được kế hoạch kinh doanh của bản thân dưới hình thức bài tập thực hành.

+ Cách thức thực hiện: Giáo viên cho học sinh thực hiện dự án: Dự án: HS xây dựng kế hoạch kinh doanh nhỏ mang tính nhân văn, thân thiện với cộng đồng. Từ đó rút ra được nội dung cơ bản như: Trình bày được ý nghĩa của việc rèn luyện phẩm chất đạo đức cần, kiệm, liêm chính trong việc xây dựng và thực hiện kế hoạch kinh doanh.Tích cực, chủ động rèn luyện giá trị đạo đức cần, kiệm, liêm chính.

- Tích hợp đạo đức lối sống

+ Mức độ tích hợp: Tích hợp bộ phận vào yêu cầu cần đạt: Lập được kế hoạch kinh doanh và mô tả được kế hoạch kinh doanh của bản thân dưới hình thức bài tập thực hành.

+ Cách thức thực hiện: Giáo viên tổ chức cho học sinh xây dựng kế hoạch kinh doanh nhỏ mang tính nhân văn, thân thiện với cộng đồng, xử lý tình huống: "Nếu sản phẩm có lời nhưng gây hại môi trường, em có làm không? Vì sao?"; hoạt động mô phỏng: Thiết kế một sản phẩm hoặc mô hình dịch vụ có ý nghĩa vì cộng đồng, thể hiện lý tưởng sống đẹp; viết nhật ký "Tôi muốn trở thành người kinh doanh có đạo đức như thế nào?".

- Tích hợp khung năng lực số và nội dung giáo dục trí tuệ nhân tạo AL

+ Nội dung tích hợp năng lực số: 1.1. Duyệt, tìm kiếm và lọc dữ liệu, thông tin và nội dung số: Xác định được nhu cầu thông tin, tìm kiếm được dữ liệu, thông tin và nội dung trong môi trường số, truy cập chúng và khai thác được kết quả tìm kiếm.

+ Nội dung giáo dục trí tuệ nhân tạo AL: NLc: Các kĩ thuật và ứng dụng AI: biết dùng một số công cụ AI đơn giản để hỗ trợ quá trình lập kế hoạch kinh doanh

+ Cách thức thực hiện: GV yêu cầu học sinh ứng dụng công cụ số và Al để lập và thực hiện một kế hoạch kinh doanh phù hợp

II. THIẾT BỊ DẠY HỌC VÀ HỌC LIỆU.

- SGK, SGV, SBT môn Giáo dục Kinh tế và Pháp luật 12;
- Tranh/ảnh, clip, câu chuyện, trò chơi, ví dụ thực tế,... liên quan tới bài học;
- Trích một số điều luật liên quan nội dung bài học;
- Máy tính, máy chiếu projector, bài giảng PowerPoint,....

III. TIẾN TRÌNH DẠY HỌC:

1. Hoạt động: Mở đầu

a) Mục tiêu. Giới thiệu mục tiêu, ý nghĩa của bài học. Khai thác trải nghiệm của HS về vấn đề liên quan đến nội dung bài học mới, tạo hứng thú cho HS trong việc tìm hiểu về cách thức lập kế hoạch kinh doanh

b) Nội dung. GV giao nhiệm vụ cho HS tìm hiểu vi deo mà giáo viên đưa ra và trả lời câu hỏi *Hãy nêu hiểu biết của em về việc lập kế hoạch kinh doanh.*

c) Sản phẩm. Học sinh bước đầu nhận biết được tầm quan trọng cũng như các bước để lập kế hoạch kinh doanh

- Lập kế hoạch kinh doanh là việc khởi đầu quan trọng cho hoạt động kinh doanh, giúp chủ thể xác định rõ được mục tiêu, đường lối, chiến lược và lộ trình thực hiện nhiệm vụ để kinh doanh hiệu quả và thành công.

- Về cơ bản, một bản kế hoạch kinh doanh được lập sẽ bao gồm các bước:

+ Bước 1. Xác định ý tưởng kinh doanh.

+ Bước 2. Xác định mục tiêu kinh doanh (mục tiêu cần cụ thể, rõ ràng, thực tế, phù hợp khả năng).

+ Bước 3. Phân tích các điều kiện thực hiện ý tưởng kinh doanh, bao gồm sản phẩm, dịch vụ kinh doanh; khách hàng; thị trường; tài chính, nhân sự,...

+ Bước 4. Xác định chiến lược kinh doanh với chi tiết hoạt động và kế hoạch thực hiện hoạt động.

+ Bước 5. Đánh giá cơ hội, rủi ro và biện pháp xử lí.

d) Tổ chức thực hiện

Giao nhiệm vụ học tập:

GV giao nhiệm vụ cho HS tìm hiểu vi deo mà giáo viên đưa ra và trả lời câu hỏi

Hãy nêu hiểu biết của em về việc lập kế hoạch kinh doanh.

Thực hiện nhiệm vụ

HS thực hiện nhiệm vụ học tập theo nhóm/cá nhân chuẩn bị câu trả lời ra giấy.

GV mời 1 – 2 HS trả lời câu hỏi, các HS khác bổ sung ý kiến.

Báo cáo, thảo luận

GV nhận xét việc thực hiện nhiệm vụ học tập của HS, sau đó dẫn dắt HS vào bài mới như lời dẫn trong SGK.

Kết luận, nhận định

- Giáo viên nhận xét đánh giá về quá trình thực hiện nhiệm vụ của học sinh

Gv nhấn mạnh:

Lập kế hoạch kinh doanh là việc khởi đầu quan trọng cho hoạt động kinh doanh, giúp chủ thể xác định rõ được mục tiêu, đường lối, chiến lược và lộ trình thực hiện nhiệm vụ để kinh doanh hiệu quả và thành công.

2. Hoạt động: Khám phá

Nội dung 1: Tìm hiểu nội dung: Kế hoạch kinh doanh và sự cần thiết của lập kế hoạch kinh doanh.

a) Mục tiêu. HS nêu được khái niệm kế hoạch kinh doanh và sự cần thiết của lập kế hoạch kinh doanh.

b) Nội dung. GV giao nhiệm vụ cho HS đọc các thông tin trong SGK và trả lời câu hỏi:

Em hiểu thế nào là kế hoạch kinh doanh, tại sao phải lập kế hoạch kinh doanh

- Tích hợp phòng chống tham nhũng

+ Mức độ tích hợp: Tích hợp liên hệ với yêu cầu cần đạt sau: Lập được kế hoạch kinh doanh và mô tả được kế hoạch kinh doanh của bản thân dưới hình thức bài tập thực hành.

+ Cách thức thực hiện: Giáo viên cho học sinh thực hiện dự án: Dự án: HS xây dựng kế hoạch kinh doanh nhỏ mang tính nhân văn, thân thiện với cộng đồng. Từ đó rút ra được nội dung cơ bản như: Trình bày được ý nghĩa của việc rèn luyện phẩm chất đạo đức cần, kiệm, liêm chính trong việc xây dựng và thực hiện kế hoạch kinh doanh.Tích cực, chủ động rèn luyện giá trị đạo đức cần, kiệm, liêm chính.

c) Sản phẩm.

Học sinh trả lời được các câu hỏi theo các nội dung dưới đây:

Kế hoạch kinh doanh là một bản trình bày ý tưởng kinh doanh và cách thức hiện thực hoá ý tưởng đó của người kinh doanh. Kế hoạch kinh doanh bao gồm: định hướng tương lai, mục tiêu và chiến lược phát triển kinh doanh trong một khoảng thời gian nhất định giúp chủ thể kinh doanh xác định được những nhiệm vụ cụ thể cùng những khó khăn, thách thức để chủ động tìm ra phương cách vượt qua, đảm bảo thực hiện thành công những mục tiêu đã đặt ra

Bản kế hoạch kinh doanh sẽ giúp cho chủ thể kinh doanh nắm bắt được tình hình thực tế và đưa ra những định hướng trong tương lai. Xác định được mục tiêu, chiến lược, thị trường, khách hàng, đối thủ cạnh tranh, nội lực của bản thân, đưa ra phương hướng kinh doanh và phương thức thực hiện. Xác định được những thiếu sót trong kinh doanh và rủi ro có thể xảy ra. Từ đó, chủ thể kinh doanh sẽ chủ động thực hiện, điều chỉnh kế hoạch kinh doanh để có tầm nhìn tốt hơn cho việc kinh doanh trong tương lai.

d) Tổ chức thực hiện

Hoạt động của giáo viên và học sinh	Dự kiến sản phẩm
Giao nhiệm vụ học tập GV giao nhiệm vụ cho HS đọc các thông tin trong SGK và trả lời câu hỏi: *Em hiểu thế nào là kế hoạch kinh doanh, tại sao phải lập kế hoạch kinh doanh* **Thực hiện nhiệm vụ** - Học sinh đọc thông tin. - HS thực hiện nhiệm vụ theo nhóm/cá nhân, viết câu trả lời ra giấy hoặc phiếu học tập. **Báo cáo, thảo luận** GV mời 1 – 2 đại diện nhóm/HS trong lớp lần lượt trả lời từng câu hỏi**,** các HS khác bổ sung ý kiến. **Kết luận, nhận định** – GV nhận xét việc thực hiện nhiệm vụ học tập của HS và kết luận: Bản kế hoạch kinh doanh sẽ giúp cho chủ thể kinh doanh nắm bắt được tình hình thực tế và đưa ra những định hướng trong tương lai. Xác định được mục tiêu, chiến lược, thị trường, khách hàng, đối thủ cạnh tranh, nội lực của bản thân, đưa ra phương hướng kinh doanh và phương thức thực hiện. Xác định được những thiếu sót trong kinh doanh và rủi ro có thể xảy ra. Từ đó, chủ thể kinh doanh sẽ chủ động thực hiện, điều chỉnh kế hoạch kinh doanh để có tầm nhìn tốt hơn cho việc kinh doanh trong tương lai.	**1. Kế hoạch kinh doanh và sự cần thiết của lập kế hoạch kinh doanh.** Kế hoạch kinh doanh là một bản trình bày ý tưởng kinh doanh và cách thức hiện thực hoá ý tưởng đó của người kinh doanh. Kế hoạch kinh doanh bao gồm: định hướng tương lai, mục tiêu và chiến lược phát triển kinh doanh trong một khoảng thời gian nhất định giúp chủ thể kinh doanh xác định được những nhiệm vụ cụ thể cùng những khó khăn, thách thức để chủ động tìm ra phương cách vượt qua, đảm bảo thực hiện thành công những mục tiêu đã đặt ra Bản kế hoạch kinh doanh sẽ giúp cho chủ thể kinh doanh nắm bắt được tình hình thực tế và đưa ra những định hướng trong tương lai. Xác định được mục tiêu, chiến lược, thị trường, khách hàng, đối thủ cạnh tranh, nội lực của bản thân, đưa ra phương hướng kinh doanh và phương thức thực hiện. Xác định được những thiếu sót trong kinh doanh và rủi ro có thể xảy ra. Từ đó, chủ thể kinh doanh sẽ chủ động thực hiện, điều chỉnh kế hoạch kinh doanh để có tầm nhìn tốt hơn cho việc kinh doanh trong tương lai.

Nội dung 2: Tìm hiểu nội dung: Nội dung của kế hoạch kinh doanh

a) Mục tiêu. HS nêu được các nội dung cơ bản của kế hoạch kinh doanh

b) Nội dung. GV giao nhiệm vụ cho HS đọc các thông tin trong SGK và trả lời câu hỏi:

1/ Em hãy liệt kê những nội dung cơ bản của kế hoạch kinh doanh. Phân tích làm rõ ý nghĩa của từng nội dung đó và cho ví dụ minh hoạ.

- Tích hợp khung năng lực số và nội dung giáo dục trí tuệ nhân tạo AL

+ Nội dung tích hợp năng lực số: 1.1. Duyệt, tìm kiếm và lọc dữ liệu, thông tin và nội dung số: Xác định được nhu cầu thông tin, tìm kiếm được dữ liệu, thông tin và nội dung trong môi trường số, truy cập chúng và khai thác được kết quả tìm kiếm.

+ Nội dung giáo dục trí tuệ nhân tạo AL: NLc: Các kĩ thuật và ứng dụng AI: biết dùng một số công cụ AI đơn giản để hỗ trợ quá trình lập kế hoạch kinh doanh

+ Cách thức thực hiện: GV yêu cầu học sinh ứng dụng công cụ số và Al để lập và thực hiện một kế hoạch kinh doanh phù hợp

Phần mềm hỗ trợ lập kế hoạch kinh doanh là công cụ giúp doanh nghiệp, nhà khởi nghiệp (startup) và đội ngũ quản lý xây dựng chiến lược, dự báo tài chính, kêu gọi vốn và quản lý tiến độ thực hiện một cách tự động, khoa học và chuyên nghiệp.

Các nền tảng được chia theo nhóm nhu cầu chính:

Phần mềm chuyên biệt lập kế hoạch kinh doanh (Lập mô hình, gọi vốn & tài chính)

Các công cụ này giúp người dùng soạn thảo tài liệu, tính toán ngân sách, tự động dự báo dòng tiền và tạo biểu đồ tài chính tự động:

Enloop: Ứng dụng phổ biến cho phép tạo văn bản tự động, phân tích tỷ số tài chính và định giá đa quốc gia.

BizPlanBuilder: Cung cấp các công cụ tài chính toàn diện, tính toán ngân sách và hỗ trợ lập kế hoạch gọi vốn hiệu quả.

Bizplan: Giao diện trực quan, cực kỳ phù hợp cho các công ty khởi nghiệp muốn trình bày ý tưởng với nhà đầu tư.

LivePlan: Cung cấp biểu đồ trực quan, theo dõi mục tiêu và là công cụ lý tưởng để viết bản kế hoạch (Business Plan) tiêu chuẩn.

Phần mềm quản lý dự án & triển khai chiến lược (Theo dõi tiến độ)

Sau khi có chiến lược trên giấy, các phần mềm này sẽ giúp đội ngũ hiện thực hóa kế hoạch, phân bổ công việc và theo dõi hiệu suất:

Monday.com: Nền tảng linh hoạt, trực quan, cho phép tùy chỉnh cao để xây dựng kế hoạch tổng thể từ đơn giản đến phức tạp.

Asana: Nổi bật với giao diện bảng Kanban thân thiện, giúp kết nối công việc và phân chia nhiệm vụ rõ ràng cho các thành viên.

Trello: Công cụ trực quan sử dụng thẻ và bảng, rất phù hợp cho cá nhân hoặc nhóm nhỏ để quản lý công việc hàng ngày.

Base Wework: Hệ thống quản lý công việc và dự án phổ biến tại Việt Nam, tích hợp nhiều mô hình quản lý quốc tế giúp theo dõi sát sao tiến độ.

Công cụ phân tích và dự báo chuyên sâu

PlanGuru: Chuyên về tổng hợp và phân tích báo cáo tài chính trong thời gian ngắn, giúp tổ chức đưa ra các quyết định dựa trên dữ liệu khách quan.

c) Sản phẩm.

1/ Nội dung cơ bản của kế hoạch kinh doanh gồm hai phần:

+ Phần tóm tắt trình bày một cách ngắn gọn, khái quát những thông tin: Tên kế hoạch kinh doanh; Ý tưởng kinh doanh; Mục tiêu kinh doanh; Chiến lược kinh doanh; Các điều kiện thực hiện kế hoạch kinh doanh; Cơ hội, rủi ro.

+ Tên kế hoạch kinh doanh: Cần phải thể hiện sơ lược sản phẩm kinh doanh.

Ý tưởng kinh doanh: Giới thiệu nét nổi bật của ý tưởng kinh doanh như có tính mới, tính sáng tạo, nổi trội,... đảm bảo đem lại kết quả khả quan cho hoạt động kinh doanh. Ví dụ: Anh Q có ý định mở một quán cà phê, để bắt đầu xây dựng kế hoạch kinh doanh, anh Q xây dựng một số ý tưởng khác nhau: kinh doanh cà phê Vườn, cà phê Sách, cà phê kết hợp với đồ ăn nhanh,... và quyết định chọn ý tưởng cà phê kết hợp với đồ ăn nhanh vì qua nghiên cứu thị trường anh thấy nhiều khách hàng có nhu cầu kết hợp ăn nhanh với uống cà phê nhưng loại hình dịch vụ này hiện đang thiếu vắng trên thị trường.

Mục tiêu kinh doanh: Khái quát mong muốn của chủ thể kinh doanh trong hoạt động kinh doanh. Chủ thể kinh doanh cần xác định các mục tiêu cụ thể như: thời điểm hoà vốn, thời điểm thu lợi nhuận, mức lợi nhuận tại các mốc thời gian cụ thể. Đây chính là động lực để tổ chức thực hiện kế hoạch kinh doanh. Đó có thể là mục tiêu vì lợi nhuận, mục tiêu đứng vững, thâm nhập vào một thị trường cụ thể, tham gia vào chuỗi giá trị hay những mục tiêu vì bảo vệ môi trường, vì lợi ích cộng đồng,...

Ví dụ: Mục tiêu kinh doanh quán cà phê của anh Q là phục vụ ít nhất 100 người/ngày; doanh thu đạt khoảng 180 triệu đồng/tháng, sau 3 tháng hoạt động quán thu hồi đủ vốn và bắt đầu có lợi nhuận. Hoặc mục tiêu xã hội của một xưởng sản xuất đồ thủ công mĩ nghệ: Mục tiêu này bao gồm việc định hướng phát triển doanh nghiệp sản xuất ra các sản phẩm thân thiện với môi trường, quảng bá sản phẩm/dịch vụ đến với người tiêu dùng. Mục tiêu này giúp tạo ra việc làm cho người lao động, phục vụ các lợi ích cho xã hội như các hoạt động từ thiện, hoạt động cộng đồng,...

Các điều kiện thực hiện ý tưởng kinh doanh: Nhận diện rõ được đối thủ cạnh tranh, điểm mạnh, điểm yếu của cá nhân, tổ chức kinh doanh so với đối thủ cạnh tranh, từ đó đánh giá khái quát những thuận lợi, khó khăn khi triển khai hoạt động kinh doanh này**.**

Ví dụ: So với đối thủ cạnh tranh, chủ thể kinh doanh có thế mạnh vì có nguồn cung ứng nguyên liệu chất lượng cao với giá ưu đãi hay có một cải tiến mới về công nghệ giúp tạo ra sản phẩm hàng hoá, dịch vụ có khả năng cạnh tranh với các đối thủ trên thị trường,... nhưng cũng có điểm yếu là hạn chế về vốn, khó tìm được địa điểm kinh doanh thuận lợi,...

• Chiến lược kinh doanh: Giới thiệu rõ hoạt động kinh doanh này hướng đến phục vụ thị trường nào, cùng với những kế hoạch cho những hoạt động bên trong doanh nghiệp như kế hoạch sản xuất, kế hoạch tiếp thị, bán hàng, kế hoạch nhân sự, kế hoạch tài chính,... để thực hiện mục tiêu kinh doanh.

Ví dụ: Công ty A đang kinh doanh ở tỉnh B. Công ty dự định mở rộng thị trường sang tỉnh C. Do đó, Công ty A đã xây dựng kế hoạch kinh doanh, trong đó có chiến lược kinh doanh cụ thể phân tích đặc điểm thị trường tỉnh C.

• Cơ hội, rủi ro: Chỉ ra hoạt động kinh doanh này đang tận dụng được cơ hội nào (như một

chính sách ưu đãi về thuế đối với mặt hàng kinh doanh, chính sách hỗ trợ về vốn và đào tạo lao động cho lĩnh vực kinh doanh,...).

Ý tưởng kinh doanh chỉ trở thành cơ hội kinh doanh khi có tính bền vững, đáp ứng được nhu cầu hiện tại và có thể duy trì được lâu dài, có tính hấp dẫn bảo đảm mang lại lợi nhuận cho chủ thể kinh doanh.

+ Kế hoạch hoạt động kinh doanh mô tả chi tiết về các hoạt động của doanh nghiệp để triển khai thực hiện ý tưởng kinh doanh, bao gồm: Kế hoạch tổ chức sản xuất; kế hoạch tiếp thị bán hàng; kế hoạch phát triển doanh nghiệp; kế hoạch nhân sự; kế hoạch tài chính; phân tích rủi ro và các biện pháp xử lí. Cụ thể:

• Kế hoạch tổ chức sản xuất: Giới thiệu địa điểm, mặt bằng sản xuất; kĩ thuật, công nghệ sẽ sử dụng trong sản xuất. Ví dụ: Kế hoạch sản xuất rau an toàn, sản xuất hoa hồng ở trang trại nào? Hoặc sản xuất hàng may mặc công xưởng ở đâu?

Giới thiệu những công nghệ kĩ thuật sản xuất nổi trội có tính cạnh tranh; loại hình sản xuất với khối lượng sản phẩm lớn, vừa, nhỏ hay đơn chiếc, cùng với phương pháp tổ chức sản xuất gắn với loại hình sản xuất dây chuyền hay nhóm, đơn chiếc. Ví dụ: Ở trang trại rau an toàn sản xuất theo tiêu chuẩn VietGAP.

• Kế hoạch tiếp thị, bán hàng: Dự kiến các giải pháp thích hợp về quảng cáo, khuyến mại, giá cả, cách thức xúc tiến, truyền thông, phân phối sản phẩm,... giúp chủ thể có thể kiểm soát và quản trị hoạt động của mình và tác động tích cực đến quyết định mua của khách hàng mục tiêu.

Ví dụ: Kế hoạch quảng cáo, đơn vị kinh doanh phải xác định mục tiêu quảng cáo, nội dung truyền đạt, phương tiện quảng cáo (báo, tạp chí**,** ti **vi**, áp phích,...), thời gian và tần suất quảng cáo, tính toán và cân đối ngân sách dành cho quảng cáo.

• Kế hoạch phát triển doanh nghiệp: Trình bày những dự kiến sẽ phát triển sản phẩm, dịch vụ này của doanh nghiệp trong tương lai gắn với những mốc thời gian cụ thể, nhất định.

Ví dụ: Sau 1 tháng sản phẩm của doanh nghiệp chiếm lĩnh 20% thị phần,...

• Kế hoạch nhân sự: Giới thiệu ngắn gọn cơ cấu tổ chức, mô tả phương thức vận hành của tổ chức, mối quan hệ giữa các bộ phận, **cá** nhân trong bộ máy quản trị, thể hiện việc chủ thể có đủ khả năng về nhân sự để triển khai thành công hoạt động kinh doanh.

Ví dụ: Để vận hành quán cà phê, anh Q xác định ngoài chủ quán có 8 nhân viên; Chủ quán: người trực tiếp quản lí và điều hành quản lí 24/7; Tiếp tân: thu tiền và in hoá đơn; Đầu bếp: pha chế nước uống và chế biến món ăn. Quán hoạt động từ 6 giờ đến 23 giờ nên đội ngũ được chia thành hai ca, mỗi ca 4 người. Khi quán đông khách có thể huy động thời gian rảnh của các thành viên trong gia đình để phục vụ.

• Kế hoạch tài chính: Cung cấp các thông tin thể hiện khả năng tài chính của chủ thể kinh doanh đảm bảo tính khả thi của việc thực hiện hoạt động kinh doanh như: vốn, đầu tư, tài sản, doanh thu, chi phí, lợi nhuận,... Giúp chủ thể kinh doanh quản lí dòng tiền, hạch toán thu – chi, chi phí phát sinh,... trong quá trình triển khai hoạt động kinh doanh.

• Phân tích rủi ro và các biện pháp xử lí: Chỉ ra những rủi ro có khả năng xảy ra trong quá trình trình kinh doanh, có thể là những rủi ro về chính trị, kinh tế, công nghệ,... và dự kiến các biện pháp xử lí.

Ví dụ: Trong sản xuất nông nghiệp có thể gặp phải các rủi ro về thời tiết, dịch bệnh, thị trường đầu ra cho sản phẩm, từ đó chủ thể kinh doanh dự kiến các biện pháp đề phòng rủi ro.

d) Tổ chức thực hiện

Hoạt động của giáo viên và học sinh	Dự kiến sản phẩm
Giao nhiệm vụ học tập GV giao nhiệm vụ cho HS đọc các thông tin trong SGK và trả lời câu hỏi: *1/ Em hãy liệt kê những nội dung cơ bản của kế hoạch kinh doanh. Phân tích làm rõ ý nghĩa của từng nội dung đó và cho ví dụ minh hoạ.* **Thực hiện nhiệm vụ** - Học sinh đọc thông tin. - HS thực hiện nhiệm vụ theo nhóm/cá nhân, viết câu trả lời ra giấy hoặc phiếu học tập. **Báo cáo, thảo luận** GV mời 1 – 2 đại diện nhóm/HS trong lớp lần lượt trả lời	**2. Nội dung cơ bản của kế hoạch kinh doanh** Xác định được định hướng, ý tưởng kinh doanh. Xác định mục tiêu kinh doanh. Phân tích các điều kiện thực hiện ý tưởng kinh doanh: thuận lợi, khó khăn trong hoạt động sản xuất kinh doanh. Xác định chiến lược kinh doanh. Xác định kế hoạch tổ chức thực hiện chiến lược. Đánh giá rủi ro tiềm ẩn và các biện

từng câu hỏi, các HS khác bổ sung ý kiến. **Kết luận, nhận định** – GV nhận xét việc thực hiện nhiệm vụ học tập của HS và kết luận: + Phần tóm tắt trình bày một cách ngắn gọn, khái quát những thông tin: Tên kế hoạch kinh doanh; Ý tưởng kinh doanh; Mục tiêu kinh doanh; Chiến lược kinh doanh; Các điều kiện thực hiện kế hoạch kinh doanh; Cơ hội, rủi ro. + Tên kế hoạch kinh doanh: Cần phải thể hiện sơ lược sản phẩm kinh doanh.	pháp xử lí để giảm thiểu tác động đến hoạt động kinh doanh.

Nội dung 3: Tìm hiểu nội dung: Các bước lập kế hoạch kinh doanh

a) Mục tiêu. HS nêu được các bước lập kế hoạch kinh doanh

b) Nội dung. GV giao nhiệm vụ cho HS đọc các nội dung và thông tin trong SGK và trả lời câu hỏi:

GV giao nhiệm vụ cho HS đọc các thông tin trong SGK và trả lời câu hỏi:

1/ Em hãy phân tích nội dung cơ bản của từng bước, cách thực hiện, một số lưu ý trong quá trình lập kế hoạch kinh doanh. Nêu ví dụ minh hoạ.

2/ Dựa vào các bước đó, em hãy thực hành lập một bản kế hoạch kinh doanh một mặt hàng mà em đang quan tâm.

c) Sản phẩm.

Bước 1: Xác định ý tưởng kinh doanh: Ý tưởng kinh doanh có vai trò như thế nào? Cách thức xác định ý tưởng kinh doanh? Những lưu ý khi xác định ý tưởng kinh doanh? Nêu ví dụ minh hoạ.

Ý tưởng kinh doanh có vai trò định hướng, giúp chủ thể kinh doanh xác định được những vấn đề cơ bản của kinh doanh: Kinh doanh mặt hàng gì? Đối tượng khách hàng là ai? Họ có nhu cầu gì? Kinh doanh bằng cách nào? Kinh doanh cho ai?

Ví dụ: Chủ thể kinh doanh quán trà sữa xác định đối tượng khách hàng là HS, sinh viên, đội ngũ công chức trong khu vực,...

Nguồn để xác định ý tưởng kinh doanh có thể từ lợi thế nội tại xuất phát từ đam mê, hiểu biết, khả năng huy động nguồn lực,... của chủ thể kinh doanh hay từ những cơ hội bên ngoài như: nhu cầu mới chưa được đáp ứng, nguồn cung ứng, hưởng lợi từ chính sách,...

Ví dụ: Anh A có ý tưởng kinh doanh quán trà sữa vì anh đam mê kinh doanh từ khi còn đi học, có sự hiểu biết về các nguyên liệu chế biến trà sữa,... thuê được địa điểm ở trung tâm thị trấn gần các cơ quan, trường học,..

Lưu ý: Ý tưởng kinh doanh được xác định phải đảm bảo tính mới, sáng tạo, khả thi, mang lại lợi nhuận trong hoạt động kinh doanh.

Ví dụ: Trong khu vực chưa có cửa hàng hoặc quán bán trà sữa,... hoặc trên thị trường đã có quán bán trà sữa nhưng anh A xác định mở quán trà sữa kiểu mới có những đặc điểm khác với các quán cũ đang hoạt động.

Bước 2: Xác định mục tiêu kinh doanh. Mục tiêu kinh doanh là những mục tiêu mà doanh nghiệp đề ra và dự đoán sẽ đạt được trong một khoảng thời gian được xác định. Ví dụ: Mục tiêu kinh doanh của hãng xe buýt điện sau một năm hoạt động giành được 40% thị phần trên thị trường xe buýt. Để đạt được mục tiêu này, doanh nghiệp xây dựng các chiến lược thu hút khách hàng....

Về thời gian, cần xác định các mục tiêu ngắn hạn, trung hạn, dài hạn.

Ví dụ: Anh N mới mở một nhà hàng Chay và xác định: Đối tượng khách hàng: Từ 22 – 35 tuổi, những người muốn ăn chay và yêu thích mô hình trà đạo.

Mục tiêu ngắn hạn: Tạo cho khách hàng những trải nghiệm về các món ăn chay và trong 3 tháng đầu thu hút mỗi ngày từ 50 – 70 khách hàng, đến tháng thứ 4 thu hút 80 khách hàng/ngày... sau 1 năm sẽ thu hút 100 khách hàng/ngày.

Mục tiêu trung hạn: Đề cao sức khoẻ của thực khách, giúp mọi người có cái nhìn sâu sắc hơn với sức khoẻ. Từ 2 – 5 năm xây dựng được thương hiệu của nhà hàng.

Mục tiêu dài hạn: Mang đến một trải nghiệm mới với những món chay ngon, đặc sắc, tốt cho sức khoẻ. Sau 5 năm sẽ mở ra một chuỗi nhà hàng chay trên phạm vi một tỉnh. Khi xây dựng mục tiêu kinh doanh cần bảo đảm các tiêu chí: nhất quán, cụ thể, khả thi, tương thích và linh hoạt,...

Lưu ý: Mục tiêu kinh doanh cần hướng tới những hành động rõ ràng, cụ thể, phù hợp với điều kiện cụ thể, có tính khả thi và kết quả thiết thực.

Bước 3: Phân tích các điều kiện thực hiện ý tưởng kinh doanh. Để đảm bảo tính khả thi của ý

tưởng kinh doanh, chủ thể kinh doanh cần phân tích môi trường kinh doanh để sơ bộ tìm hiểu các cơ hội từ đó đánh giá chỗ đứng của chủ thể kinh doanh trên thị trường. Từ đó có cơ sở để xác định chiến lược kinh doanh, phát huy điểm mạnh, khắc phục điểm yếu. Để kinh doanh thành công, cần phân tích đầy đủ các điều kiện thực hiện ý tưởng kinh doanh.

Ví dụ: Khi phân tích thị trường, chủ thể cần trả lời các câu hỏi ai là người có nhu cầu về sản phẩm, tại sao lại có nhu cầu đó, lượng cầu là bao nhiêu, và doanh nghiệp có thể đáp ứng bao nhiêu phần trăm trong tổng lượng **cầu** này. Phân tích thị trường mục tiêu (người mua) điển hình.

Có thể có nhiều loại người mua, nhưng chỉ cần một số ít loại người mua đã có thể tạo nên một thị phần lớn hay có lợi nhất; có 4 cách phân loại chính:

Phân theo khu vực địa lí: khu vực của người mua, khu vực sản xuất**,** sở thích theo khu vực, dân số, nguồn tài nguyên thiên nhiên.

Phân theo hoạt động chung của người mua cuối cùng: cá nhân hay tổ chức, Chính phủ, kinh doanh hoặc sản xuất,...

Phân theo vị trí hay trách nhiệm của người mua: người mua là cá nhân, là chủ sở hữu doanh nghiệp, hay là nhân viên/cán bộ quản lí của họ,...

Phân theo đặc điểm cá nhân của người mua: tuổi tác, các đặc điểm thể chất, giới tính, thu nhập, sở thích, các mối quan tâm chính trị, thành viên các hiệp hội,...

Bước 4: Xác định chiến lược kinh doanh: Chiến lược kinh doanh là nội dung cơ bản của một kế hoạch kinh doanh gồm một chuỗi các biện pháp**,** cách thức của chủ thể kinh doanh nhằm đạt được hiệu quả tối ưu. Chiến lược kinh doanh thể hiện mục tiêu chinh phục thị trường kinh doanh cụ thể. Sự thành bại của chiến lược sẽ tác động trực tiếp các kế hoạch kinh doanh cụ thể trong nội bộ đơn vị kinh doanh.

Từ chiến lược kinh doanh, chủ thể kinh doanh cần phải xây dựng các kế hoạch cụ thể để thực hiện chiến lược kinh doanh gồm:

– Kế hoạch sản xuất/cung cấp sản phẩm: Nội dung kế hoạch sản xuất cần giải quyết **các** vấn đề chủ yếu sau:

+ Bố trí địa điểm, mặt bằng sản xuất. Địa điểm sản xuất phụ thuộc vào các đặc điểm, tính chất sản phẩm/dịch vụ, nguồn lực sử dụng và các yếu tố môi trường.

Ví dụ: sản xuất rau ở trang trại, nuôi cá trên sông, hồ,...

+ Kĩ thuật công nghệ sản xuất. Nội dung này trả lời cho câu hỏi: Sử dụng công nghệ gì? Nguồn nguyên liệu nào để sản xuất ra sản phẩm?

+ Xác định loại hình và phương pháp tổ chức sản xuất. Đó là kĩ thuật sản xuất ra sản phẩm và bảo đảm hệ thống máy móc, thiết bị sản xuất, quản lí chất lượng sản phẩm,...

– Kế hoạch bán hàng, tiếp thị, quảng cáo gồm: chiến lược quảng bá**,** giới thiệu sản phẩm, tìm hiểu nhu cầu khách hàng và có phương thức phân phối tiện lợi để thoả mãn nhu cầu khách hàng.

Ví dụ: Để chuẩn bị cho việc khai trương quán cà phê, anh Q đã lên kế hoạch như sau: trước khi khai trương, anh đã cho nhân viên đi phát tờ rơi, lập fanpage; giảm 30% cho tất cả hoá đơn trong ngày mở bán khai trương và giảm 30% trong hai ngày tiếp theo, áp dụng với hoá đơn từ 150.000 đồng; tặng voucher trị giá 30.000 đồng cho khách nếu khách đăng ảnh của khách tại quán lên fanpage trong tuần đầu tiên khai trương. Kế hoạch khuyến mại: Dựa vào những sự kiện đặc biệt quan trọng trong năm sẽ tổ chức triển khai tặng quà thích hợp, ví dụ: tặng hoa cho khách hàng nhân ngày 8 – 3, ngày 14 – **2;** tặng móc khoá tình nhân và ảnh lưu niệm cho những cặp đôi khi đến quán mà chụp hình và đăng lên fanpage của quán.

Kế hoạch phát triển kinh doanh: Đó là các dấu mốc cụ thể cho sự phát triển doanh nghiệp. Ví dụ sau 1 năm, 3 năm, 5 năm, 10 năm,...

Kế hoạch quản lí nhân sự: cần xác định số lượng, chất lượng, cơ cấu tổ chức và quản lí nhân sự, căn cứ vào quy mô sản xuất để xây dựng theo các mô hình quản lí. Với mô hình quản lí trực tiếp, chủ thể kinh doanh trực tiếp quản lí hoạt động kinh doanh. Ví dụ: Kinh doanh theo mô hình nhỏ: quán cà phê, quán trà sữa. Với mô hình quản lí gián tiếp, cần xây dựng đội ngũ quản lí điều hành. Đó là mô hình quản lí trong các doanh nghiệp vừa và lớn.

– Kế hoạch tài chính: bảo đảm cân đối thu, chi theo các mốc thời gian phát triển của đơn vị kinh doanh, thể hiện khả năng tài chính của chủ thể kinh doanh bảo đảm tính khả thi của phương án kinh doanh được lựa chọn.

Ví dụ: Một đơn vị dự định kinh doanh thực phẩm chế biến bằng dây chuyền đóng gói hiện đại cần xây dựng kế hoạch tài chính cụ thể: tiền thuê nhà xưởng, mua máy móc, trang thiết bị, thuê và tập huấn cán bộ, mua sắm và bảo quản sản phẩm dự phòng,... Sau khi đã quyết định các phương án và kế

hoạch phụ trợ cần phải lượng hoá bằng các ngân quỹ. Ngân quỹ chung của đơn vị sản xuất kinh doanh biểu thị toàn bộ thu nhập, chi phí và lợi nhuận của đơn vị kinh doanh.

Bước 5: Đánh giá cơ hội kinh doanh, rủi ro tiềm ẩn và biện pháp xử lí: Sau khi đã xác định các phương án khác nhau để thực hiện mục tiêu, chủ thể kinh doanh phải xem xét điểm mạnh, điểm yếu của từng phương án, trên cơ sở đó xác định cơ hội và rủi ro có thể gặp để đưa ra được các biện pháp xử lí phù hợp. Trong kinh doanh có thể gặp phải một số rủi ro sau:

– Rủi ro về chính trị: liên quan đến tình hình chính trị trong và ngoài nước, quan điểm của Chính phủ đối với phát triển kinh tế tư nhân,...

– Rủi ro về kinh tế: biến động thị trường, thu nhập, thanh toán, biến động không dự kiến trước được của tỉ giá hối đoái, lạm phát, lãi suất,... Ví dụ: nhu cầu của thị trường thấp hơn dự kiến, chủ thể kinh doanh phải hạ giá thành sản phẩm, dẫn đến doanh thu và lợi nhuận giảm,...

– Rủi ro về cung cấp các yếu tố đầu vào như: công nhân nghỉ việc, giá xăng dầu tăng, đơn vị cung cấp nguyên liệu tự ý không thực hiện đúng hợp đồng,

– Rủi ro về kĩ thuật và vận hành khi công nghệ và thiết bị không thể vận hành và bảo dưỡng phù hợp như thiết kế ban đầu.

Để hạn chế tác động rủi ro, người ta thường áp dụng một số biện pháp sau:

- Quản trị rủi ro trong các phương án kinh doanh.

– Đa dạng hoá các quan hệ kinh doanh, không phụ thuộc quá nhiều vào một khách hàng, một nhà cung cấp hoặc một đối tác nhất định.

– Thiết lập các nguồn dự trữ cần thiết để đề phòng rủi ro.

d) Tổ chức thực hiện

Hoạt động của giáo viên và học sinh	Dự kiến sản phẩm
Giao nhiệm vụ học tập GV giao nhiệm vụ cho HS đọc các thông tin trong SGK và trả lời câu hỏi: *1/ Em hãy phân tích nội dung cơ bản của từng bước, cách thực hiện, một số lưu ý trong quá trình lập kế hoạch kinh doanh. Nêu ví dụ minh hoạ.* *2/ Dựa vào các bước đó, em hãy thực hành lập một bản kế hoạch kinh doanh một mặt hàng mà em đang quan tâm.* **Báo cáo thảo luận** - GV mời 1 – 2 đại diện nhóm/HS trong lớp lần lượt trả lời từng câu hỏi, các HS khác bổ sung ý kiến. - GV mời một vài HS nêu ví dụ về các bước của lập kế hoạch kinh doanh và chia sẻ với cả lớp về kế hoạch kinh doanh đã xây dựng **Kết luận, nhận định** Việc xác định các bước của lập kế hoạch kinh doanh có vai trò quan trọng trong việc thực hiện chiến lược kinh doanh. Lập kế hoạch càng cụ thể sẽ giúp chủ thể kinh doanh dự kiến được các khó khăn và thách thức cũng như có kế hoạch điều chỉnh phù hợp	**3. Các bước lập kế hoạch kinh doanh** - Bước 1: Xác định định hướng, ý tưởng kinh doanh. - Bước 2: Xác định mục tiêu kinh doanh. - Bước 3: Phân tích các điều kiện thực hiện ý tưởng kinh doanh. - Bước 4: Xác định chiến lược kinh doanh, chi tiết các hoạt động và kế hoạch thực hiện các hoạt động kinh doanh. - Bước 5: Đánh giá cơ hội kinh doanh, rủi ro tiềm ẩn và biện pháp xử lí.

3. Hoạt động: Luyện tập + vận dụng

Bài tập thực hành lập kế hoạch kinh doanh

a) Mục tiêu. HS củng cố và hoàn thiện kiến thức vừa học. Rèn luyện kĩ năng xử lí tình huống, liên hệ thực tế nhằm điều chỉnh ý thức, hành vi của bản thân với những vấn đề liên quan đến nội dung bài học.

b) Nội dung.

Thực hành lập kế hoạch kinh doanh.

Xây dựng được các tiêu chí đánh giá kế hoạch kinh doanh. Thuyết trình được về bản kế hoạch kinh doanh.

Viết được nhận xét, đánh giá bản kế hoạch kinh doanh đó.

- Tích hợp đạo đức lối sống

+ Mức độ tích hợp: Tích hợp bộ phận vào yêu cầu cần đạt: Lập được kế hoạch kinh doanh và mô tả được kế hoạch kinh doanh của bản thân dưới hình thức bài tập thực hành.

+ Cách thức thực hiện: Giáo viên tổ chức cho học sinh xây dựng kế hoạch kinh doanh nhỏ mang tính nhân văn, thân thiện với cộng đồng, xử lý tình huống: "Nếu sản phẩm có lời nhưng gây hại môi trường, em có làm không? Vì sao?"; hoạt động mô phỏng: Thiết kế một sản phẩm hoặc mô hình dịch vụ có ý nghĩa vì cộng đồng, thể hiện lý tưởng sống đẹp; viết nhật ký "Tôi muốn trở thành người kinh doanh có đạo đức như thế nào?".

Nếu sản phẩm có lời nhưng gây hại môi trường, tôi sẽ cân nhắc không làm. Dưới đây là một số lý do:

Tác động môi trường: Các hoạt động sản xuất gây hại môi trường có thể dẫn đến ô nhiễm không khí, nước, đất, và ảnh hưởng nghiêm trọng đến hệ sinh thái và sức khỏe con người.

Tính bền vững: Một sản phẩm có thể mang lại lợi nhuận ngắn hạn nhưng nếu gây hại môi trường, nó có thể không bền vững về lâu dài. Việc bảo vệ môi trường giúp đảm bảo sự phát triển bền vững.

Uy tín và trách nhiệm xã hội: Sản xuất gây hại môi trường có thể làm tổn hại đến uy tín của công ty và giảm sự tin tưởng của khách hàng. Ngày nay, nhiều người tiêu dùng ưu tiên sản phẩm thân thiện với môi trường.

Quy định pháp luật: Nhiều quốc gia có luật bảo vệ môi trường nghiêm ngặt. Việc không tuân thủ có thể dẫn đến hình phạt, mất giấy phép hoạt động.

Cơ hội kinh doanh mới: Thay vì sản xuất sản phẩm gây hại, có thể chuyển hướng sang sản phẩm thân thiện với môi trường, mở ra cơ hội kinh doanh mới và thu hút khách hàng quan tâm đến vấn đề bảo vệ môi trường.

Vì những lý do trên, tôi sẽ ưu tiên các giải pháp sản xuất thân thiện với môi trường, đảm bảo phát triển bền vững và hạn chế tối đa tác động tiêu cực đến môi trường.

1. Lập kế hoạch kinh doanh

Cách thực hiện:

Lập kế hoạch nghiên cứu theo nhóm: Thành lập nhóm nghiên cứu, bầu nhóm trưởng và thư kí nhóm.

Thống nhất lựa chọn một ý tưởng kinh doanh phù hợp để tiến hành lập bản kế hoạch kinh doanh.

Phân công người chịu trách nhiệm thực hiện từng nội dung trong bản kế hoạch kinh doanh. Tập hợp kết quả nghiên cứu của các cá nhân trong nhóm thành một bản kế hoạch kinh doanh. Đánh giá công việc cụ thể của từng thành viên trong việc thực hiện nhiệm vụ này.

2. Thảo luận trong nhóm tiêu chí đánh giá kế hoạch kinh doanh

Gợi ý:

Tiêu chí về nội dung. Tiêu chí về hình thức.

Căn cứ để xác định các tiêu chí đó.

3. Thuyết trình về bản kế hoạch kinh doanh

Hướng dẫn:

Thảo luận cách trình bày bản kế hoạch kinh doanh. Lựa chọn phương án thuyết trình hiệu quả.

Tìm phương tiện hỗ trợ như máy móc, mô hình,…

4. Viết nhận xét, đánh giá bản kế hoạch kinh doanh

Từng cá nhân trong nhóm viết nhận xét, đánh giá bản kế hoạch kinh doanh gồm:

Căn cứ vào tiêu chí đánh giá để nhận xét bản kế hoạch kinh doanh.

Chỉ ra những điểm còn hạn chế hoặc chưa đạt được của bản kế hoạch kinh doanh.

Nêu biện pháp khắc phục các nội dung còn hạn chế.

Nhận xét về tinh thần, thái độ và phương pháp làm việc của bản thân trong quá trình thực hiện các nhiệm vụ.

c) Sản phẩm.

Học sinh biết được vận dụng được các bước, các nội dung của lập kế hoạch kinh doanh để thực hiện trong thực tế

Bước đầu biết tự lập kinh doanh và thực hiện các hoạt động kinh doanh một cách phù hợp với lứa tuổi

d) Tổ chức thực hiện

Giao nhiệm vụ học tập

Thực hành lập kế hoạch kinh doanh.

Xây dựng được các tiêu chí đánh giá kế hoạch kinh doanh. Thuyết trình được về bản kế hoạch kinh doanh.

Viết được nhận xét, đánh giá bản kế hoạch kinh doanh đó.

Thực hiện nhiệm vụ

Học sinh làm việc theo nhóm

Các nhóm có thể làm trên giấy A0 hoặc làm trên máy tính

Báo cáo, thảo luận

Lần lượt các nhóm tiến hành thực hiện nhiệm vụ và báo cáo kết quả

Kết luận, nhận định

- Giáo viên nhận xét phần trả lời của các học sinh, tổng hợp và đưa ra kết luận giúp học sinh hoàn thiện các kỹ năng cơ bản về lập kế hoạch kinh doanh