# KHỞI NGHIỆP
## THỰC CHIẾN

**KHỞI NGHIỆP THỰC CHIẾN**
Bản quyền tiếng Việt © DSCKII. Nguyễn Văn Ảnh, 2026

Không phần nào trong xuất bản phẩm này được phép sao chép hay phát hành dưới bất kỳ hình thức hoặc phương tiện nào mà không có sự cho phép trước bằng văn bản của tác giả. Chúng tôi luôn mong muốn nhận được những ý kiến đóng góp của quý vị độc giả để sách ngày càng hoàn thiện hơn.

DSCKII. NGUYỄN VĂN ẢNH

# KHỞI NGHIỆP THỰC CHIẾN

*Từ ý tưởng, mô hình kinh doanh đến vận hành doanh nghiệp bền vững*

NHÀ XUẤT BẢN THẾ GIỚI

# MỤC LỤC

LỜI GIỚI THIỆU ..... 7

LỜI MỞ ĐẦU CỦA TÁC GIẢ ..... 9

LỜI CẢM ƠN ĐẶC BIỆT ..... 10

CHƯƠNG 1: **Tổng quan về khởi nghiệp** ..... 13

CHƯƠNG 2: **Hình thành ý tưởng khởi nghiệp** ..... 21

CHƯƠNG 3: **Nghiên cứu thị trường** ..... 27

CHƯƠNG 4: **Xúc tiến khởi nghiệp** ..... 33

CHƯƠNG 5: **Phân tích SWOT** ..... 55

CHƯƠNG 6: **Xin phép thành lập doanh nghiệp** ..... 63

CHƯƠNG 7: **Các loại thuế**.....73

CHƯƠNG 8: **Xây dựng mô hình kinh doanh**.....91

CHƯƠNG 9: **Các mô hình kinh doanh phù hợp để khởi nghiệp**.....125

CHƯƠNG 10: **Các bước xây dựng mô hình kinh doanh**.....131

CHƯƠNG 11: **Duy trì hoạt động doanh nghiệp**.....149

TÀI LIỆU THAM KHẢO .....159

# LỜI GIỚI THIỆU

Cuốn sách được biên soạn trên nền tảng kinh nghiệm khởi nghiệp thực tiễn và bền bỉ của DSCKII[1]. Nguyễn Văn Ảnh. Ông là người sáng lập Công ty TNHH Dược phẩm Phương Nam (1996), Trường Trung cấp Y Dược Mekong (nay là Trường Trung cấp Quốc tế Mekong), đồng thời là nhà sáng lập Công ty Cổ phần BIC Nano Cell với hệ thống phòng khám đa khoa BIC Nano Cell trên toàn quốc.

Hiện nay, ông giữ cương vị Hiệu trưởng Trường Trung cấp Quốc tế Mekong và Chủ tịch Hội đồng quản trị Công ty Cổ phần BIC Nano Cell.

Không chỉ dày dạn kinh nghiệm thực chiến, tác giả còn sở hữu nền tảng kiến thức hàn lâm vững chắc qua nhiều năm giảng dạy tại Trường Đại học Y Dược Cần Thơ với các chuyên đề: Khởi nghiệp, Kinh tế dược, Marketing dược và Quản lý dược. Những bài giảng này

1. Dược sĩ Chuyên khoa cấp II – cấp bậc đào tạo chuyên sâu về thực hành lâm sàng và quản lý dược, tương đương trình độ Tiến sĩ trong hệ thống y tế.

đã đồng hành cùng nhiều thế hệ sinh viên trên hành trình tiếp cận tư duy kinh doanh bài bản và thực tiễn.

Với mong muốn cung cấp kiến thức thực tế cho những ai quan tâm đến khởi nghiệp, cuốn sách được xây dựng theo cấu trúc hệ thống, tập trung vào các nội dung trọng tâm sau:

Chương 1 – 3: Tổng quan về khởi nghiệp, phương pháp hình thành ý tưởng và quy trình nghiên cứu thị trường.

Chương 4: Các bước xúc tiến khởi nghiệp: lựa chọn địa điểm, quy mô, nhân sự và giải quyết bài toán nguồn vốn.

Chương 5: Phân tích mô hình SWOT (Điểm mạnh, Điểm yếu, Cơ hội, Thách thức).

Chương 6 – 7: Thủ tục pháp lý thành lập doanh nghiệp và các quy định về thuế (thuế giá trị gia tăng, lệ phí môn bài, thuế thu nhập doanh nghiệp, thuế thu nhập cá nhân...).

Chương 8 – 10: Xây dựng mô hình kinh doanh (9 thành tố), lựa chọn mô hình phù hợp (start-up, nhượng quyền...) và lập kế hoạch kinh doanh chi tiết.

Chương 11: Chiến lược duy trì và phát triển hoạt động doanh nghiệp bền vững.

*Cần Thơ, ngày 15 tháng 12 năm 2025*

PGS.TS.DS Nguyễn Phục Hưng

# LỜI MỞ ĐẦU CỦA TÁC GIẢ

Cảm ơn bạn đã lựa chọn cuốn sách này. Những nội dung trong sách là sự chắt lọc từ kiến thức hàn lâm trên giảng đường kết hợp với trải nghiệm thực tế của tôi trong quá trình sản xuất, kinh doanh qua nhiều năm trên thương trường.

Tôi không viết cuốn sách này với tư cách là một chuyên gia kinh tế hay một nhà văn, mà với vai trò là một giảng viên đại học đã trực tiếp xây dựng và vận hành doanh nghiệp, trường học và phòng khám. Những chia sẻ trong sách vì thế mang tính thực tiễn, gần gũi và hướng đến khả năng ứng dụng.

Cuốn sách cung cấp những kiến thức cơ bản về khởi nghiệp, khơi dậy đam mê làm kinh tế, đồng thời giúp bạn nhận diện cơ hội, xây dựng tư duy đúng để khởi nghiệp thành công.

**Tác giả**

**DSCKII. Nguyễn Văn Ảnh**

# LỜI CẢM ƠN ĐẶC BIỆT

Cuốn sách *Khởi nghiệp thực chiến* không chỉ là kết quả của quá trình nghiên cứu và trải nghiệm cá nhân, mà còn là thành quả của sự đồng hành, hỗ trợ và đóng góp quý báu từ nhiều cá nhân tâm huyết.

Trước hết, tôi trân trọng cảm ơn Bác sĩ Nguyễn Phúc Vinh, thư ký của tôi, người đã hỗ trợ tận tâm trong suốt quá trình biên soạn cuốn sách. Sự tỉ mỉ, chu đáo cùng tinh thần trách nhiệm của anh trong việc quản lý tài liệu, sắp xếp nội dung và đảm bảo tính mạch lạc của bản thảo là nền tảng vững chắc để tôi có thể tập trung hoàn toàn vào nội dung chuyên môn. Sự hỗ trợ chuyên nghiệp của Bác sĩ Vinh có ý nghĩa to lớn đối với sự ra đời của cuốn sách này.

Tiếp đến, tôi xin bày tỏ lòng biết ơn đến Thạc sĩ Nguyễn Thị Tốt, người bạn đời của tôi, vì những đóng góp thực tiễn và giá trị trong lĩnh vực xúc tiến khởi nghiệp, đặc biệt ở các nội dung: lựa chọn địa điểm, xác định quy mô, xây dựng đội ngũ nhân sự và

giải quyết bài toán nguồn vốn. Với nhiều năm kinh nghiệm đảm nhiệm các vị trí lãnh đạo như Giám đốc Công ty TNHH Dược Phẩm Phương Nam và Chủ tịch Hội đồng quản trị Trường Quốc tế Mekong, những chia sẻ quý giá này không chỉ làm tăng tính thực tiễn và độ tin cậy của cuốn sách, mà còn giúp người khởi nghiệp có định hướng rõ ràng hơn trong giai đoạn đầu.

Tôi cũng xin trân trọng ghi nhận sự đóng góp của Cử nhân Nguyễn Minh Chánh, kế toán trưởng, người đã mang đến những phân tích chuyên sâu và góp ý xác đáng về các vấn đề tài chính và thuế trong hoạt động khởi nghiệp. Những chia sẻ của anh không chỉ giúp tôi hoàn thiện nội dung cuốn sách này, mà còn hỗ trợ các doanh nhân tương lai có cái nhìn toàn diện và rõ ràng hơn về khía cạnh pháp lý – tài chính, một yếu tố then chốt trong phát triển bền vững.

Sự đồng hành tận tâm và những đóng góp quý báu từ thạc sĩ Nguyễn Thị Tốt, bác sĩ Vinh và kế toán trưởng Nguyễn Minh Chánh đã giúp cuốn sách trở nên hoàn thiện hơn về cả nội dung lẫn giá trị thực tiễn. Tôi xin chân thành cảm ơn!

NGUYỄN VĂN ẢNH

CHƯƠNG 1

# TỔNG QUAN VỀ KHỞI NGHIỆP

## Định nghĩa

Khởi nghiệp (entrepreneurship) về cơ bản là quá trình một cá nhân hay một nhóm chủ động tạo lập và phát triển hoạt động kinh doanh của riêng mình. Hoạt động này thường được thể hiện thông qua việc thành lập một doanh nghiệp mới, trong đó người khởi xướng giữ vai trò là người sáng lập, đồng sáng lập hoặc trực tiếp quản lý, điều hành.

Phạm vi của khởi nghiệp không chỉ giới hạn ở việc đưa ra thị trường các sản phẩm hoặc dịch vụ hoàn toàn mới. Trên thực tế, nhiều mô hình khởi nghiệp thành công xuất phát từ việc thương mại hóa những sản phẩm đã tồn tại, nhưng được triển khai thông qua một mô hình kinh doanh mới, cách tiếp cận khác biệt, hoặc một ý tưởng mang tính đổi mới, mang đậm dấu ấn của người sáng lập.

## Quá trình vận hành

Khởi nghiệp cũng có thể được xem là quá trình kiến tạo một lĩnh vực hoạt động mới cho chính người sáng lập. Trong quá trình đó, chủ doanh nghiệp sẽ từng bước xây dựng bộ máy tổ chức, tuyển dụng và đào tạo nhân sự, đồng thời thiết lập hệ thống vận hành để doanh nghiệp có thể hoạt động ổn định và phát triển lâu dài.

Khởi nghiệp vì vậy không chỉ là hành động "bắt đầu", mà là một quá trình liên tục học hỏi, điều chỉnh, thích nghi và trưởng thành cùng doanh nghiệp.

## Giá trị của hoạt động khởi nghiệp

Hoạt động khởi nghiệp mang lại giá trị đa chiều, tác động tích cực đến cả cấp độ cá nhân (vi mô) và cấp độ xã hội – kinh tế (vĩ mô).

Đối với cá nhân: Lợi ích chính yếu là khả năng tự tạo ra việc làm và nguồn thu nhập, thay vì phụ thuộc hoàn toàn vào con đường làm công ăn lương. Điều này mang lại cho họ sự tự chủ cao độ trong công việc, đồng thời mở ra tiềm năng thu nhập vượt trội khi doanh nghiệp tăng trưởng và vận hành hiệu quả. Bên cạnh đó, khởi nghiệp giúp cá nhân rèn luyện tư duy lãnh đạo, khả năng ra quyết định và tinh thần chịu trách nhiệm.

Đối với xã hội và nền kinh tế: Các doanh nghiệp khởi nghiệp là một nguồn quan trọng tạo ra việc làm mới và nâng cao chất lượng đời sống của người lao động. Khi có việc làm ổn định, người lao động không chỉ đảm bảo cuộc sống cá nhân, mà còn đóng góp tích cực cho sự ổn định của gia đình và cộng đồng.

Thông qua việc tạo ra nhiều cơ hội việc làm mới, các dự án khởi nghiệp thành công góp phần duy trì tỷ lệ thất nghiệp của nền kinh tế ở mức an toàn, từ đó

gián tiếp củng cố sự ổn định xã hội và giảm áp lực lên hệ thống an sinh của Nhà nước. Khi người lao động có việc làm và thu nhập ổn định, các tệ nạn xã hội phát sinh từ tình trạng thất nghiệp như trộm cắp, cờ bạc hay vi phạm pháp luật cũng được hạn chế đáng kể.

Về lâu dài, khởi nghiệp không chỉ mang lại lợi ích cho từng doanh nghiệp riêng lẻ, mà còn trở thành một động lực quan trọng thúc đẩy sự phát triển bền vững của nền kinh tế quốc dân.

## Đặc điểm cốt lõi của hoạt động khởi nghiệp

Khởi nghiệp mang những đặc điểm khác biệt so với hoạt động kinh doanh thông thường. Đó là tính rủi ro cao, tính đổi mới sáng tạo, khả năng thích nghi linh hoạt và định hướng tăng trưởng lâu dài. Người khởi nghiệp không chỉ tìm kiếm lợi nhuận trước mắt, mà còn hướng đến việc xây dựng giá trị doanh nghiệp theo thời gian.

Những đặc điểm này khiến khởi nghiệp vừa là cơ hội, vừa là thử thách đối với bất kỳ ai lựa chọn con đường này.

## Phân biệt khởi nghiệp và kinh doanh thông thường

Khởi nghiệp không đồng nghĩa với việc mở một cơ sở kinh doanh nhỏ lẻ. Khởi nghiệp hướng đến việc xây

dựng mô hình kinh doanh có khả năng mở rộng, nhân bản và tăng trưởng. Trong khi đó, kinh doanh thông thường chủ yếu tập trung vào việc duy trì hoạt động ổn định trong một phạm vi nhất định.

Việc nhận thức đúng sự khác biệt này giúp người đọc xác định rõ mục tiêu và định hướng phù hợp ngay từ giai đoạn đầu.

## Vai trò của người khởi nghiệp

Người khởi nghiệp không chỉ là người sở hữu ý tưởng, mà còn là người chịu trách nhiệm toàn diện cho sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp. Họ là người định hướng chiến lược, tổ chức nguồn lực, ra quyết định trong điều kiện không chắc chắn và chịu trách nhiệm cuối cùng trước kết quả đạt được.

Khởi nghiệp vì vậy trước hết là hành trình phát triển bản thân của chính người khởi nghiệp.

## Khởi nghiệp là một hành trình dài hạn

Khởi nghiệp không phải là con đường làm giàu nhanh, mà là một quá trình dài hạn đòi hỏi sự kiên trì, kỷ luật và tinh thần học hỏi liên tục. Thất bại, sai lầm và điều chỉnh là những phần không thể thiếu trong hành trình này.

Chỉ khi nhìn nhận khởi nghiệp như một quá trình trưởng thành lâu dài, người khởi nghiệp mới có thể xây dựng doanh nghiệp một cách bền vững và thực chất.

Như vậy, khởi nghiệp không đơn thuần là việc bắt đầu một hoạt động kinh doanh, mà là quá trình con người lựa chọn bước ra khỏi vùng an toàn để kiến tạo giá trị cho bản thân và cho xã hội. Đó là hành trình đòi hỏi tư duy đúng, tinh thần bền bỉ và khả năng học hỏi không ngừng.

Hiểu đúng về khởi nghiệp ngay từ đầu giúp người đọc tránh được những kỳ vọng sai lầm, đồng thời xây dựng cho mình một nền tảng tư duy vững chắc trước khi bước vào hành trình đầy thử thách nhưng cũng đầy cơ hội này.

Từ nền tảng đó, chương tiếp theo sẽ giúp bạn trả lời câu hỏi quan trọng: Làm thế nào để hình thành một ý tưởng khởi nghiệp khả thi?

**Khởi nghiệp không bắt đầu từ tiền hay ý tưởng, mà bắt đầu từ cách một con người chọn chịu trách nhiệm với chính giấc mơ của mình.**

CHƯƠNG 2

# HÌNH THÀNH Ý TƯỞNG KHỞI NGHIỆP

Ý tưởng kinh doanh là nền tảng khởi đầu của mọi hoạt động khởi nghiệp. Đó là một khái niệm hoặc một định hướng kinh doanh được hình thành nhằm xây dựng một mô hình kinh doanh mới hoặc cải tiến mô hình hiện tại theo hướng hiệu quả và phù hợp hơn với nhu cầu thị trường. Một ý tưởng khởi nghiệp có giá trị không chỉ dừng lại ở việc tạo ra một sản phẩm hay dịch vụ mới, mà quan trọng hơn là khả năng mang lại lợi ích thiết thực cho khách hàng, đồng thời tạo ra giá trị kinh tế bền vững cho người sáng lập. Ý tưởng kinh doanh có thể là:

- **Một sản phẩm hoặc dịch vụ mới**: Đây là dạng ý tưởng xuất phát từ việc tạo ra một sản phẩm hoặc dịch vụ khác biệt, đáp ứng nhu cầu cụ thể của thị trường.

  Ví dụ: mô hình nuôi heo ăn chuối để tạo ra sản phẩm thịt heo cao cấp; ra mắt phòng khám đa khoa BIC Nano Cell điều trị thoái hóa khớp không dùng thuốc bằng PRP...

- **Mô hình kinh doanh mới**: Ý tưởng có thể không nằm ở sản phẩm mới mà ở cách thức triển khai mới thông qua việc ứng dụng công nghệ vào các dịch vụ truyền thống.

  Ví dụ: Grab, Be, Xanh SM cung cấp dịch vụ vận chuyển bằng việc kết nối trực tiếp tài xế và khách hàng thông qua nền tảng số.

- **Mô hình thương mại điện tử dạng sàn giao dịch:** Đây là mô hình tạo ra một nền tảng trung gian kết nối người mua và người bán. Doanh nghiệp không trực tiếp sở hữu hàng hóa mà tạo giá trị thông qua việc tổ chức giao dịch, doanh thu đến từ phí giao dịch, quảng cáo hoặc các dịch vụ hỗ trợ.

  Ví dụ: Shopee, Amazon, eBay...

- **Mô hình kinh doanh dịch vụ theo yêu cầu:** Đây là mô hình đáp ứng nhu cầu tức thời của khách hàng thông qua nền tảng công nghệ. Khách hàng có thể yêu cầu dịch vụ bất cứ lúc nào, ở bất kỳ đâu. Hệ thống sẽ kết nối họ với nhà cung cấp dịch vụ phù hợp trong thời gian ngắn nhất.

  Ví dụ: GrabCar, Mioto, JupViec, HouseCare và các dịch vụ giao đồ ăn.

## Tiêu chí đánh giá một ý tưởng khởi nghiệp khả thi

Một ý tưởng khởi nghiệp được xem là khả thi khi đáp ứng được các tiêu chí cơ bản sau:

- Có nhu cầu thị trường rõ ràng.
- Có khả năng tạo ra giá trị cho khách hàng.

- Có khả năng triển khai trong điều kiện nguồn lực thực tế.
- Có tiềm năng tăng trưởng và mở rộng.
- Có lợi thế cạnh tranh hoặc sự khác biệt nhất định.

Ý tưởng hay chưa chắc là ý tưởng phù hợp. Ý tưởng phù hợp là ý tưởng có thể triển khai và phát triển trong điều kiện cụ thể của người khởi nghiệp.

## Những sai lầm phổ biến khi lựa chọn ý tưởng

Người mới khởi nghiệp thường mắc một số sai lầm, chẳng hạn:

- Chọn ý tưởng theo cảm hứng mà không khảo sát thị trường.
- Sao chép mô hình thành công của người khác nhưng không hiểu bản chất.
- Chọn ý tưởng vượt quá khả năng và nguồn lực.
- Đặt lợi nhuận lên trước giá trị khách hàng.

Những sai lầm này khiến nhiều dự án khởi nghiệp thất bại ngay từ giai đoạn đầu, dù ý tưởng ban đầu có vẻ hấp dẫn.

## Tư duy đúng khi hình thành ý tưởng khởi nghiệp

Người khởi nghiệp cần hiểu rằng: ý tưởng không phải là đích đến, mà chỉ là điểm khởi đầu. Giá trị thật sự

nằm ở khả năng triển khai, điều chỉnh và hoàn thiện ý tưởng theo phản hồi của thị trường.

Một ý tưởng tốt là ý tưởng có thể phát triển cùng người khởi nghiệp, chứ không phải ý tưởng hoàn hảo ngay từ đầu.

Hình thành ý tưởng khởi nghiệp là bước khởi đầu quan trọng, quyết định hướng đi của toàn bộ dự án kinh doanh. Một ý tưởng tốt không chỉ cần sự sáng tạo, mà còn cần tính thực tiễn, khả năng triển khai và tiềm năng phát triển lâu dài.

**Một ý tưởng khởi nghiệp chỉ thực sự có giá trị khi nó giải quyết được một nhu cầu thực tế, cho một nhóm người nhất định, trong một bối cảnh cụ thể.**

CHƯƠNG 3

# NGHIÊN CỨU THỊ TRƯỜNG

**Nghiên cứu thị trường** là quá trình thu thập, xử lý và phân tích một cách có hệ thống các dữ liệu liên quan đến khách hàng, đối thủ cạnh tranh và môi trường của ngành nghề. Đây là một trong những hoạt động nền tảng trước khi doanh nghiệp quyết định tung sản phẩm hoặc dịch vụ mới ra thị trường.

## Phạm vi của hoạt động này rất rộng, bao gồm các nhóm nội dung chính sau:

+ Phân tích thị trường: Đánh giá các đặc tính chung, đo lường quy mô, tiềm năng tăng trưởng và mức độ cạnh tranh, đồng thời tiến hành phân chia thị trường thành các phân khúc (segmentation) dựa trên độ tuổi, thu nhập, hành vi, khu vực địa lý hoặc nhu cầu tiêu dùng.

+ Phân tích khách hàng: Đi sâu vào tâm lý, hành vi và động cơ mua hàng. Hoạt động này nhằm xác định các nhu cầu, mong muốn và mức độ sẵn sàng chi trả của khách hàng mục tiêu, từ đó đánh giá sự phù hợp của sản phẩm/chiến lược với phân khúc đã chọn.

+ Phân tích cạnh tranh: Nghiên cứu sản phẩm, dịch vụ và chiến lược (đặc biệt là chiến lược tiếp thị) của các đối thủ cạnh tranh để xác định điểm mạnh, điểm yếu cũng như vị thế của doanh nghiệp mình.

+ Hoạch định chiến lược (marketing mix): Dữ liệu nghiên cứu thị trường là cơ sở để xây dựng các quyết định về sản phẩm, giá bán, lựa chọn kênh phân phối và hoạt động truyền thông, đồng thời dự báo xu hướng tiêu dùng và điều chỉnh chiến lược kinh doanh cho phù hợp với từng giai đoạn phát triển.

## Vai trò của chiến lược đối với doanh nghiệp khởi nghiệp

Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt, việc nắm vững thông tin thị trường có vai trò then chốt. Đối với một doanh nghiệp khởi nghiệp, nghiên cứu thị trường giúp xác định rõ các thách thức tiềm ẩn và chuẩn bị phương án ứng phó. Bằng cách dự đoán các thay đổi về xu hướng và nhu cầu, doanh nghiệp có thể giảm thiểu rủi ro và nâng cao đáng kể khả năng thành công khi thâm nhập thị trường.

Thông tin thu thập được không chỉ giúp phát triển sản phẩm mà còn là cơ sở để định hình một chiến lược kinh doanh chính xác. Nó cho phép doanh nghiệp xác định các phân khúc tiềm năng, quyết định quy mô hoạt động, lựa chọn địa điểm kinh doanh, và tối ưu hóa các phương pháp tiếp thị.

## Khoảng cách giữa lý thuyết và thực tiễn

Mặc dù nghiên cứu thị trường mang lại giá trị to lớn, nhưng trên thực tế, nhiều doanh nghiệp Việt Nam vẫn chưa đầu tư đúng mức cho hoạt động này. Nguyên nhân thường xuất phát từ việc đánh giá chưa đầy đủ, hoặc do hạn chế về ngân sách và nguồn lực.

Đây là một thiếu sót nghiêm trọng. Việc triển khai kinh doanh khi chưa hiểu rõ thị trường thường khiến doanh nghiệp phải đối mặt với những trở ngại lớn, khó có thể vượt qua, dẫn đến thất bại đáng tiếc. Trong môi trường kinh doanh hiện đại, việc đầu tư thời gian và nguồn lực vào nghiên cứu thị trường là bước đi cần thiết để tạo lập lợi thế cạnh tranh và đảm bảo sự phát triển bền vững.

Nghiên cứu thị trường chính là cầu nối giữa ý tưởng khởi nghiệp và khả năng thành công trên thực tế. Một ý tưởng dù hấp dẫn đến đâu cũng cần được kiểm chứng bằng dữ liệu và phản hồi từ thị trường. Khi nắm vững thị trường, người khởi nghiệp không chỉ hiểu khách hàng hơn, hiểu đối thủ hơn, mà còn hiểu rõ mình đang đứng ở đâu trong bức tranh toàn cảnh.