

# MỤC LỤC

<b>NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN .....</b>	<b>i</b>
<b>LỜI CẢM ƠN .....</b>	<b>ii</b>
<b>DANH MỤC VIẾT TẮT .....</b>	<b>vii</b>
<b>DANH MỤC CÁC BẢNG BIỂU .....</b>	<b>viii</b>
<b>DANH MỤC CÁC SƠ ĐỒ, HÌNH VẼ .....</b>	<b>ix</b>
<b>PHẦN MỞ ĐẦU .....</b>	<b>x</b>
<b>1. Lý do chọn đề tài .....</b>	<b>x</b>
<b>2. Mục tiêu nghiên cứu .....</b>	<b>xi</b>
<b>3. Đối tượng nghiên cứu .....</b>	<b>xi</b>
<b>4. Phạm vi nghiên cứu .....</b>	<b>xi</b>
<b>6. Bố cục của chuyên đề khóa luận .....</b>	<b>xii</b>
<b>CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ BẤT ĐỘNG SẢN VÀ CHIẾN LƯỢC KINH DOANH .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1. Cơ sở lý luận về bất động sản.....</b>	<b>1</b>
1.1.1. Khái niệm bất động sản .....	1
1.1.2. Phân loại Bất động sản .....	2
1.1.3. Đặc điểm Bất động sản .....	3
1.1.4. Giá trị Bất động sản .....	4
<b>1.2. Cơ sở lý luận về chiến lược kinh doanh .....</b>	<b>5</b>
1.2.1. Khái niệm về chiến lược kinh doanh .....	5
1.2.2. Phân loại chiến lược kinh doanh.....	6
1.2.3. Đặc trưng của chiến lược kinh doanh .....	7
1.2.4. Nội dung của chiến lược kinh doanh .....	8
<b>1.3. Quy trình xây dựng chiến lược kinh doanh.....</b>	<b>12</b>
<b>1.4. Phân tích môi trường kinh doanh của doanh nghiệp .....</b>	<b>14</b>
1.4.1. Các yếu tố bên ngoài doanh nghiệp.....	14
1.4.1.1. Phân tích môi trường vĩ mô .....	14
1.4.1.2. Phân tích môi trường vi mô (môi trường ngành).....	15
1.4.2. Môi trường bên trong.....	17
1.4.2.1. Nguồn nhân lực.....	17

1.4.2.3. <i>Marketing</i> .....	18
1.4.2.4. <i>Công nghệ</i> .....	18
1.4.2.5. <i>Thương hiệu</i> .....	18
<b>1.5. Các công cụ xây dựng chiến lược.....</b>	<b>18</b>
1.5.1. Nhóm công cụ phân tích môi trường của doanh nghiệp.....	18
1.5.1.1. <i>Ma trận đánh giá yếu tố bên ngoài – EFE</i> .....	18
1.5.1.2. <i>Ma trận đánh giá yếu tố bên trong - IFE</i> .....	20
1.5.1.3. <i>Ma trận hình ảnh cạnh tranh - CPM</i> .....	22
<b>1.6. Phân tích và hình thành các chiến lược khả thi - Ma trận SWOT.....</b>	<b>24</b>
<b>CHƯƠNG 2: PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG CHIẾN LƯỢC</b>	
<b>KINH DOANH CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN BẤT ĐỘNG SẢN KIM THỊNH</b>	
<b>PHÚ GROUP.....</b>	<b>27</b>
<b>2.1. Giới thiệu sơ lược về Công ty Cổ phần Bất động sản Kim Thịnh Phú</b>	
<b>Group.....</b>	<b>27</b>
2.1.1. Thông tin chung.....	27
2.1.3. Lịch sử hình thành và phát triển.....	29
2.1.4. Cơ cấu tổ chức.....	30
2.1.4.1. <i>Sơ đồ cơ cấu tổ chức</i> .....	30
2.1.4.2. <i>Chức năng nhiệm vụ từng bộ phận</i> .....	30
2.1.5. Những thuận lợi và khó khăn của Công ty Cổ phần Bất động sản Kim	
Thịnh Phú Group.....	34
2.1.5.1. <i>Thuận lợi</i> .....	34
2.1.5.2. <i>Khó khăn</i> .....	34
2.1.6. Phân tích kết quả sản xuất kinh doanh của công ty cổ phần Kim Thịnh	
Phú Group 2020-2022.....	35
<b>2.2. Phân tích về thực trạng chiến lược kinh doanh tại Công ty Cổ phần</b>	
<b>Bất động sản Kim Thịnh Phú Group.....</b>	<b>36</b>
2.2.1. Phân tích các yếu tố môi trường.....	36
2.2.1.1. <i>Môi trường bên ngoài</i> .....	36
2.2.2. Môi trường bên trong (môi trường nội bộ).....	40
2.2.2.1. <i>Nguồn nhân lực</i> .....	40

2.2.2.2. Tài chính .....	41
2.2.2.3. Marketing.....	42
2.2.2.4. Hoạt động quản trị.....	42
<b>2.3. Phân tích quá trình triển khai chiến lược của Công ty Kim Thịnh Phú Group.....</b>	<b>43</b>
2.3.1. Định hướng tài chính .....	43
2.3.2. Giảm chi phí và tăng tính hiệu quả hoạt động.....	43
2.3.3. Định hướng khách hàng.....	43
2.3.4. Định hướng phát triển thương hiệu .....	43
<b>2.4. Công cụ xây dựng chiến lược của Công ty Kim Thịnh Phú Group ...</b>	<b>44</b>
2.4.1. Phân tích đánh giá ma trận các yếu tố bên ngoài - Ma trận (EFE).....	44
2.4.2. Phân tích đánh giá ma trận các yếu tố bên trong - Ma trận (IFE) .....	45
2.4.3. Ma trận hình ảnh cạnh tranh (CPM).....	46
<b>2.5. Xây dựng các phương án chiến lược kinh doanh - Ma trận SWOT ..</b>	<b>48</b>
<b>CHƯƠNG 3: MỘT SỐ ĐỀ XUẤT VÀ GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN CHIẾN LƯỢC KINH DOANH CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN BẤT ĐỘNG SẢN KIM THỊNH PHÚ GROUP.....</b>	<b>52</b>
<b>3.1. Một số đề xuất hoàn thiện chiến lược kinh doanh Bất động sản của Công ty Cổ phần Kim Thịnh Phú Group.....</b>	<b>52</b>
3.1.1. Thiết lập mục tiêu kinh doanh .....	52
3.1.2. Đánh giá môi trường kinh doanh.....	52
3.1.3. Xây dựng chiến lược sản phẩm cho doanh nghiệp.....	53
3.1.4. Kiểm soát đánh giá báo cáo tài chính .....	53
<b>3.2. Một số giải pháp hoàn thiện chiến lược kinh doanh Bất động sản của Công ty Cổ phần Kim Thịnh Phú Group.....</b>	<b>54</b>
3.2.1. Giải pháp về đa dạng hóa sản phẩm .....	54
3.2.2. Giải pháp tăng doanh thu.....	55
3.2.3. Giải pháp về Marketing .....	56
3.2.4. Giải pháp về tài chính .....	58
<b>KẾT LUẬN.....</b>	<b>60</b>
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO .....</b>	<b>62</b>