

## MỤC LỤC

<b>NHẬN XÉT CỦA GIÁO VIÊN HƯỚNG DẪN .....</b>	<b>i</b>
<b>LỜI CẢM ƠN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LỜI CAM ĐOAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT .....</b>	<b>vii</b>
<b>DANH MỤC CÁC BẢNG BIỂU: .....</b>	<b>viii</b>
<b>DANH MỤC CÁC HÌNH ẢNH: .....</b>	<b>viii</b>
<b>DANH MỤC SƠ ĐỒ VÀ BIỂU ĐỒ: .....</b>	<b>viii</b>
<b>PHẦN MỞ ĐẦU .....</b>	<b>ix</b>
<b>1. Lý do chọn đề tài: .....</b>	<b>ix</b>
<b>2. Câu hỏi nghiên cứu: .....</b>	<b>ix</b>
<b>3. Phương pháp nghiên cứu:.....</b>	<b>x</b>
<b>4. Đối tượng nghiên cứu:.....</b>	<b>x</b>
<b>5. Phạm vi nghiên cứu:.....</b>	<b>x</b>
<b>6. Kết cấu của báo cáo: .....</b>	<b>x</b>
<b>PHẦN NỘI DUNG .....</b>	<b>1</b>
<b>CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1. Khái niệm chiến lược .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2. Khái niệm về chiến lược kinh doanh .....</b>	<b>1</b>
1.2.1 Vai trò của chiến lược kinh doanh trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp .....	2
1.2.2 Khái niệm về quản trị chiến lược.....	3
1.2.3 Quy trình quản trị chiến lược.....	4
1.2.4 Mô hình quản trị chiến lược kinh doanh .....	5
1.2.5 Ý nghĩa của việc quản trị chiến lược kinh doanh .....	5
<b>1.3. Ma trận SWOT .....</b>	<b>6</b>
<b>TÓM TẮT CHƯƠNG 1 .....</b>	<b>7</b>
<b>CHƯƠNG 2: PHÂN TÍCH HOẠT ĐỘNG CHIẾN LƯỢC KINH DOANH CỦA CÔNG TY TNHH ĐẦU TƯ - QUẢN LÝ BDS AC .....</b>	<b>8</b>
<b>2.1. Giới thiệu sơ lược về Công ty .....</b>	<b>8</b>
2.1.1 Lịch sử hình thành và phát triển .....	9

2.1.2	Tầm nhìn .....	9
2.1.3	Sứ mệnh .....	9
2.1.4	Giá trị cốt lõi .....	10
2.1.5	Sản phẩm dịch vụ: .....	10
2.1.6	Một số hoạt động của Công ty:.....	13
2.1.7	Cơ cấu tổ chức .....	15
2.1.8	Phân tích kết quả SXKD của Công ty 03 năm gần đây nhất.....	17
<b>2.2.</b>	<b>Thực trạng chiến lược kinh doanh của công ty .....</b>	<b>21</b>
2.2.1	Nghiên cứu môi trường vĩ mô .....	21
2.2.2	Nghiên cứu môi trường vi mô .....	23
2.2.3	Dự đoán biện pháp cạnh tranh .....	25
2.2.4	Các phương thức cạnh tranh.....	26
<b>2.3.</b>	<b>Chiến lược kinh doanh của công ty TNHH Đầu tư – Quản lý BDS AC</b>	<b>28</b>
2.3.1	Chiến lược cấp công ty .....	28
2.3.2	Chiến lược cấp kinh doanh.....	29
2.3.3	Chiến lược cấp chức năng.....	30
<b>2.4.</b>	<b>Thực trạng các nhân tố ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh của công ty. ....</b>	<b>31</b>
2.4.1	Sự tác động của các yếu tố bên ngoài công ty.....	31
2.4.2	Phân tích môi trường bên trong của công ty.....	34
<b>2.5.</b>	<b>Phân tích ma trận SWOT.....</b>	<b>36</b>
2.5.1	Đánh giá chung về hoạt động kinh doanh của công ty.....	36
2.5.2	Điểm mạnh: .....	37
2.5.3	Điểm yếu:.....	37
2.5.4	Cơ hội: .....	38
2.5.5	Thách thức .....	38
2.5.6	Một số giải pháp cho ma trận SWOT:.....	38
<b>2.6.</b>	<b>Xác định vấn đề của công ty.....</b>	<b>38</b>
2.6.1	Xác định thị trường mục tiêu.....	42
2.6.2	Xác định đối thủ cạnh tranh.....	43

2.6.3 Điểm yếu.....	43
2.6.4 Cách khắc phục:.....	44
<b>TÓM TẮT CHƯƠNG 2.....</b>	<b>45</b>
<b>CHƯƠNG 3: KHUYẾN NGHỊ GIẢI PHÁP.....</b>	<b>47</b>
<b>3.1. Các chiến lược đề xuất.....</b>	<b>47</b>
3.1.1 Chiến lược “Mở rộng thị trường” .....	47
3.1.2 Chiến lược “Nâng cao chất lượng Marketing” .....	48
3.1.3 Chiến lược “Xây dựng hoàn thiện bộ máy tổ chức, đào tạo nguồn nhân lực” .....	48
3.1.4 Chiến lược “Ổn định tài chính” .....	49
<b>3.2. Đề xuất giải pháp: .....</b>	<b>50</b>
<b>3.3. Ưu điểm:.....</b>	<b>54</b>
<b>3.4. Nhược điểm:.....</b>	<b>54</b>
<b>Kết luận .....</b>	<b>57</b>
<b>Tài liệu tham khảo .....</b>	<b>58</b>