

## MỤC LỤC

<b>PHẦN MỞ ĐẦU</b> .....	<b>XI</b>
1. Lý do chọn đề tài.....	xi
2. Mục tiêu nghiên cứu .....	xii
2.1. Mục tiêu tổng quát.....	xii
2.2. Mục tiêu cụ thể.....	xii
3. Câu hỏi nghiên cứu .....	xii
4. Phương pháp nghiên cứu .....	xiii
5. Đối tượng nghiên cứu .....	xiii
6. Phạm vi nghiên cứu .....	xiii
7. Kết cấu đề tài.....	xiii
<b>CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Cơ sở lý luận về chiến lược kinh doanh.....	1
1.1.1. Khái niệm về chiến lược và chiến lược kinh doanh .....	1
1.1.2. Vai trò và chức năng chiến lược kinh doanh.....	4
1.2. Chiến lược kinh doanh .....	6
1.2.1. Xác định sứ mệnh và mục tiêu của công ty.....	6
1.2.2. Phân tích môi trường bên ngoài .....	9
1.2.3. Phân tích môi trường ngành .....	10
1.2.4. Phân tích môi trường bên trong .....	17
1.2.5. Lựa chọn chiến lược kinh doanh của công ty .....	20
1.3. Các công cụ để xây dựng chiến lược .....	22
1.3.1. Ma trận các yếu tố môi trường bên ngoài (EFE) .....	23
1.3.2. Ma trận hình ảnh cạnh tranh.....	24
1.3.3. Ma trận các yếu tố môi trường bên trong (IFE) .....	25

1.3.4.	Ma trận điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội, thách thức (SWOT).....	26
	<i>Tóm tắt chương 1</i> .....	27
	<b>CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG CHIẾN LƯỢC KINH DOANH CỦA CTCP BDS VẠN AN PHÁT</b> .....	<b>29</b>
2.1.	<b>Tổng Quan Về CTCP BĐS Vạn An Phát</b> .....	29
2.1.1.	Gới thiệu chung về công ty .....	29
2.1.2.	Lịch sử hình thành và phát triển .....	30
2.1.3.	Cơ cấu tổ chức .....	32
2.1.4.	Kết quả hoạt động kinh doanh của công ty .....	33
2.1.5.	Nguồn nhân lực tại công ty.....	36
2.2.	<b>Phân tích các yếu tố môi trường bên ngoài (External Environment)</b> .....	37
2.2.1.	Môi trường chính trị - pháp luật .....	37
2.2.2.	Môi trường kinh tế .....	38
2.2.3.	Môi trường văn hóa – xã hội .....	42
2.2.4.	Môi trường công nghệ kỹ thuật .....	42
2.2.5.	Môi trường tự nhiên.....	43
2.2.6.	Các yếu tố của hội nhập quốc tế .....	43
2.2.7.	Ma trận đánh giá các yếu tố bên ngoài EFE (External Factor Evaluation Matrix).....	44
2.3.	<b>Hình ảnh cạnh tranh</b> .....	45
2.4.	<b>Phân tích môi trường bên trong</b> .....	47
2.4.1.	Nguồn lực hữu hình và vô hình.....	47
2.4.2.	Năng lực cốt lõi của doanh nghiệp.....	49
2.4.3.	Các hoạt động trong chuỗi giá trị.....	50
2.4.4.	Ma trận đánh giá các yếu tố bên trong IFE (Internal Factor Evaluation Matrix).....	51

<b>2.5.</b>	<b>Phân tích SWOT</b> .....	<b>52</b>
<b>2.5.1.</b>	<b>Mục tiêu chiến lược của CTCP BĐS Vạn An Phát (SMART)</b> .....	<b>52</b>
<b>2.5.2.</b>	<b>Ma trận SWOT (Strength, Weakness, Threats, Opportunity)</b> .....	<b>53</b>
<b>2.5.3.</b>	<b>Ma trận QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix)</b> .....	<b>55</b>
	<i>Tóm Tắt Chương 2</i> .....	<b>63</b>
	<b>CHƯƠNG 3: KẾT LUẬN VÀ ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP CHIẾN LƯỢC TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN VẠN AN PHÁT</b> .....	<b>64</b>
<b>3.1.</b>	<b>Phương Hướng Các Chiến Lược</b> .....	<b>64</b>
<b>3.1.1.</b>	<b>Chiến lược thâm nhập thị trường bất động sản của Vạn An Phát</b> .....	<b>64</b>
<b>3.1.2.</b>	<b>Chiến lược marketing bất động sản của Vạn An Phát</b> .....	<b>64</b>
<b>3.1.3.</b>	<b>Chiến lược khác biệt hóa sản phẩm bất động sản của Vạn An Phát</b> .....	<b>64</b>
<b>3.1.4.</b>	<b>Chiến lược phát triển sản phẩm.</b> .....	<b>65</b>
<b>3.2.</b>	<b>Giải pháp chiến lược</b> .....	<b>65</b>
<b>3.2.1.</b>	<b>Chiến lược thâm nhập thị trường</b> .....	<b>65</b>
<b>3.2.2.</b>	<b>Chiến lược marketing</b> .....	<b>68</b>
<b>3.2.3.</b>	<b>Chiến lược khác biệt hóa sản phẩm</b> .....	<b>71</b>
	<i>Tóm Tắt Chương 3</i> .....	<b>71</b>
	<b>PHẦN KẾT LUẬN</b> .....	<b>72</b>
	<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO</b> .....	<b>74</b>