

HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG



TRƯỜNG HỒNG NGỌC

**ĐẨY MẠNH HOẠT ĐỘNG KINH DOANH TẠI
CÔNG TY CỔ PHẦN ALPHA**

Chuyên ngành : QUẢN TRỊ KINH DOANH

Mã số : 60.34.01.02

TÓM TẮT LUẬN VĂN THẠC SĨ

HÀ NỘI – 2016

Luận văn được hoàn thành tại:

HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG

Người hướng dẫn khoa học: **TS TRẦN THỊ HÒA**

Phản biện 1: TS Vũ Trọng Phong

Phản biện 2: PGS.TS Lê Công Hoa

Luận văn sẽ được bảo vệ trước Hội đồng chấm luận văn thạc sĩ tại:

Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông

Vào lúc: 9h30' ; Ngày 20 Tháng 08 Năm 2016

Có thể tìm hiểu luận văn tại:

- Thư viện Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Hội nhập kinh tế tạo ra các cơ hội phát triển cho các doanh nghiệp Việt Nam, thị trường được mở rộng, có khả năng thiết lập quan hệ buôn bán với nhiều đối tác trên thế giới... điều này khiến nhiều doanh nghiệp phải đối mặt với không ít nguy cơ và thách thức. Các doanh nghiệp cần phải hoạt động có hiệu quả mới có thể đứng vững trên thị trường, đủ sức cạnh tranh với các doanh nghiệp khác, vừa có điều kiện tích lũy, mở rộng sản xuất kinh doanh, vừa đảm bảo đời sống cho người lao động và làm tròn nghĩa vụ đối với Nhà nước.

Hay nói một cách khác, các doanh nghiệp có quy mô nhỏ phải biết tận dụng các nguồn lực hiện tại để cải thiện tình hình hoạt động kinh doanh của mình. Việc hình thành các doanh nghiệp cung ứng trang thiết bị và vật tư tiêu hao y tế cho các bệnh viện là nhu cầu tất yếu khách quan hiện nay. Tại Công ty Cổ phần Alpha tác giả nhận thấy vẫn còn có những hạn chế về giải pháp, về kế hoạch kinh doanh, nên hiệu quả kinh doanh chưa đạt được như mong muốn.

Do đó, tác giả chọn đề tài nghiên cứu: ***Đẩy mạnh hoạt động kinh doanh tại Công ty Cổ phần Alpha***, làm nội dung nghiên cứu trong luận văn cao học của mình. Thông qua việc nghiên cứu về lý luận và đánh giá hoạt động kinh doanh này, mong muốn đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của Công ty trong thời gian tới.

2. Tổng quan về vấn đề nghiên cứu

Việc nghiên cứu hoạt động kinh doanh từ trước đến nay đã có khá nhiều các bài viết, các giáo trình, các đề tài - công trình nghiên cứu khác nhau về hoạt động kinh doanh, cũng như việc đẩy mạnh hoạt động kinh doanh trong điều kiện hiện nay, cụ thể như:

- *Giải pháp Marketing nhằm đẩy mạnh hoạt động kinh doanh tại doanh nghiệp phần mềm và truyền thông VASC trực thuộc tập đoàn Bưu chính Viễn thông VNPT trong bối cảnh hội nhập*, (Luận văn Th.s, Trần Thị Hòa, năm 2011 tại Trường Đại học Ngoại thương). Luận văn đã tổng hợp được một số lý thuyết về marketing nói chung

và marketing cho dịch vụ truyền hình Internet nói riêng. Từ đó, luận văn đã đề ra một số giải pháp Marketing dịch vụ truyền hình MyTV cho VASC trong bối cảnh hội nhập gồm: Chính sách xúc tiến cho dịch vụ truyền hình Internet; xây dựng chính sách nguồn nhân lực; đa dạng hóa, nâng cao chất lượng dịch vụ với chất lượng cao.

- *Một số giải pháp đẩy mạnh hoạt động kinh doanh tại Công ty Cổ phần Công nghệ Syntek* (Luận văn Th.s, Nguyễn Thanh Tùng, năm 2012 tại trường Đại học Ngoại thương). Đề tài cũng đưa ra các giải pháp để có thể đẩy mạnh hoạt động kinh doanh cho doanh nghiệp như giải pháp về nguồn nhân lực; giải pháp phát triển kinh doanh sản phẩm, dịch vụ phần mềm; giải pháp nâng cao hoạt động kinh doanh.

- *Đẩy mạnh hoạt động kinh doanh tại Công ty TNHH VKX* (Luận văn Th.s, Bùi Thu Trang, năm 2013 tại Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông). Nội dung trong luận văn này đã đưa ra được một số giải pháp để đẩy mạnh hoạt động kinh doanh tại một đơn vị kinh doanh trong ngành viễn thông. Nhóm các giải pháp phát triển nguồn nhân lực; nhóm các giải pháp phát triển thị trường; xây dựng chiến lược kinh doanh; đẩy mạnh các hoạt động xúc tiến bán; nâng cao chất lượng sản phẩm/dịch vụ ...

- *Chất lượng mối quan hệ giữa nhà cung cấp dịch vụ với khách hàng* (Luận án TS, Hoàng Lệ Chi, năm 2013 tại Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh). Nội dung của đề tài nghiên cứu về chất lượng dịch vụ viễn thông cung cấp cho các khách hàng công nghiệp. Những nhân tố chính tác động đến chất lượng mối quan hệ và cơ chế vận động của những nhân tố này, để từ đó có các chiến lược thích hợp củng cố mối quan hệ với khách hàng. Thông qua chất lượng tạo hành vi trung thành của khách hàng, đảm bảo các lợi thế cạnh tranh trên thị trường.

- *Mối quan hệ giữa lãnh đạo ba chiều với kết quả hoạt động của doanh nghiệp, trường hợp nghiên cứu tại Việt Nam* (Luận án TS, Nguyễn Minh Tâm, năm 2014 tại Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh). Nội dung của đề tài nghiên cứu về quản trị nhân sự trong các tổ chức, quản trị mục tiêu của tổ chức và mục tiêu cá nhân; Quản trị các mối quan hệ của các nguồn lực trong tổ chức; Lý thuyết lãnh đạo ba chiều này vận dụng phù hợp cho những đối tượng thực hiện hai vai trò vừa chỉ đạo, vừa thừa hành.

- *Tăng trưởng tín dụng ngân hàng đối với doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt nam trong điều kiện kinh tế vĩ mô bất ổn* (Luận án TS, Nguyễn Văn Lê, năm 2014 tại Học viện Ngân Hàng). Nội dung của đề tài nghiên cứu cho thấy các doanh nghiệp nhỏ và vừa và Ngân hàng cần phải xây dựng một mối quan hệ tốt, trong đó Ngân hàng là chủ thể chính cung cấp vốn ngắn hạn thông qua một số biện pháp như: tăng cường thông tin của doanh nghiệp, phát triển vai trò của bảo lãnh tín dụng...

Các tài liệu trên đã đi sâu vào nghiên cứu lý thuyết và ứng dụng thực tiễn nhằm tìm ra các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh. Nhưng thực tế lại chưa có một nghiên cứu nào về hoạt động kinh doanh thương mại nhập khẩu chuyên cung cấp các trang thiết bị, vật tư tiêu hao trong ngành y tế như Công ty cổ phần Alpha.

3. Mục tiêu nghiên cứu của đề tài

Mục tiêu tổng quát: Nghiên cứu các vấn đề về lý thuyết và thực tiễn từ hoạt động kinh doanh, từ đó đề xuất một số giải pháp nhằm cải thiện tình hình hoạt động kinh doanh trong những năm tiếp theo tại Công ty cổ phần Alpha.

Mục tiêu cụ thể: Hệ thống hóa một số vấn đề lý luận cơ bản về hoạt động kinh doanh trong doanh nghiệp. Từ thực trạng hoạt động kinh doanh đã có, trên cơ sở đó đề xuất một số giải pháp cụ thể nhằm đẩy mạnh hoạt động này.

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu: Hoạt động kinh doanh trong các doanh nghiệp nói chung, như: chỉ tiêu về doanh thu, chi phí, lợi nhuận, đánh giá hiệu quả trong kỳ và các chỉ tiêu này tại Công ty cổ phần Alpha nói riêng.

Về không gian: Nghiên cứu hoạt động kinh doanh tại Công ty cổ phần Alpha.

Về thời gian: Phạm vi nghiên cứu của luận văn chỉ đề cập đến tình hình kinh doanh của Công ty Alpha trong giai đoạn 2013 - 2015, các giải pháp đẩy mạnh hoạt động kinh doanh cho Công ty trong giai đoạn 2016 – 2020.

5. Phương pháp nghiên cứu

Luận văn sử dụng một số các phương pháp nghiên cứu khác nhau mang tính truyền thống như:

Phương pháp luận duy vật biện chứng và phương pháp lịch sử để làm rõ bản chất của sự vật, hiện tượng và các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của Công ty.

Các phương pháp phân tích, so sánh, phương pháp thống kê trên cơ sở dữ liệu thứ cấp để đánh giá thực trạng tình hình kinh doanh của Công ty cổ phần Alpha.

6. Kết cấu luận văn

Ngoài phần mở đầu; kết luận; danh mục tài liệu tham khảo; danh mục các chữ viết tắt; danh mục các bảng và hình vẽ, nội dung của luận văn gồm có 3 chương:

Chương 1: Một số vấn đề cơ bản về hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

Chương 2: Thực trạng hoạt động kinh doanh tại Công ty cổ phần Alpha.

Chương 3: Giải pháp đẩy mạnh hoạt động kinh doanh tại Công ty cổ phần Alpha.

CHƯƠNG I

MỘT SỐ VẤN ĐỀ CƠ BẢN VỀ

HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP

1.1. Tổng quan về doanh nghiệp

1.1.1. Khái niệm về doanh nghiệp

Khái niệm doanh nghiệp: là một tổ chức kinh tế, có tên riêng, có tài sản, và trụ sở giao dịch ổn định, được đăng ký hoạt động kinh doanh theo các quy định của pháp luật nhằm mục đích thực hiện các hoạt động kinh tế.

Doanh nghiệp là một chủ thể kinh tế tiến hành các hoạt động kinh tế theo một kế hoạch nhất định nhằm mục đích kiếm lợi nhuận. Trên thực tế doanh nghiệp được gọi bằng nhiều thuật ngữ khác nhau: công ty, nhà máy, xí nghiệp, hãng,...

1.1.2. Phân loại doanh nghiệp

Ngày 26/11/2014, Quốc hội đã thông qua Luật Doanh nghiệp năm 2014, có hiệu lực kể từ 01/7/2015.

1.1.2.1. Doanh nghiệp tư nhân

1.1.2.2. Công ty TNHH một thành viên

1.1.2.3. Công ty TNHH hai thành viên

1.1.2.4. Công ty Cổ phần

1.1.2.5. Công ty Hợp danh

1.1.3. Vai trò của doanh nghiệp trong nền kinh tế

Hoạt động kinh doanh là công cụ hữu hiệu để các nhà quản trị doanh nghiệp thực hiện nhiệm vụ quản trị của mình. Khi tiến hành bất kỳ một hoạt động kinh doanh nào, các doanh nghiệp đều phải huy động sử dụng tối đa các nguồn lực sẵn có nhằm đạt được mục tiêu là tối đa hoá lợi nhuận và hoạt động kinh doanh là một cách để doanh nghiệp đạt được mục tiêu đó.

1.2. Hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp

1.2.1. Khái niệm và đặc trưng của hoạt động kinh doanh

1.2.1.1. Khái niệm kinh doanh

Hiện có nhiều cách hiểu khác nhau về hoạt động kinh doanh, nhưng khi tiến hành hoạt động kinh doanh, thì đều phải sử dụng tất cả các nguồn lực cho hoạt động này để sinh lời cho doanh nghiệp. Chúng đều có chung một đặc điểm là luôn gắn liền với sự vận động và sinh lời của nguồn vốn.

1.2.1.2. Đặc trưng của kinh doanh

Hoạt động kinh doanh gắn với thị trường, giữa các chủ thể có mối quan hệ mật thiết với nhau, đó là mối quan hệ với các bạn hàng, khách hàng và Nhà nước.

Kinh doanh thương mại:

- Phát hiện nhu cầu về hàng hoá, dịch vụ trên thị trường và tìm mọi cách để thoả mãn các nhu cầu đó.
- Phải không ngừng nâng cao trình độ thoả mãn nhu cầu của khách hàng để nâng cao hiệu quả kinh doanh.
- Giải quyết tốt các mối quan hệ giữa bên trong và bên ngoài doanh nghiệp.

1.2.2. Chỉ tiêu của hoạt động kinh doanh

1.2.2.1. Yêu cầu của chỉ tiêu

1.2.2.2. Các chỉ tiêu đánh giá kết quả hoạt động kinh doanh

1.2.3. Các chỉ tiêu phản ánh hiệu quả kinh doanh

1.2.3.1. Cơ sở đánh giá

Báo cáo kết quả kinh doanh là báo cáo tài chính tổng hợp, phản ánh tình hình và kết quả hoạt động kinh doanh, khả năng sinh lời cũng như tình hình thực hiện nghĩa vụ của doanh nghiệp đối với Nhà nước trong một kỳ kế toán.

1.2.3.2. Chỉ tiêu tổng hợp

- Tính theo hiệu số
- Tính theo phân số

1.2.3.3. Hệ thống chỉ tiêu chi tiết

- Sức sản xuất các yếu tố cơ bản.
- Suất hao phí các yếu tố cơ bản.
- Sức sinh lợi các yếu tố cơ bản.
- Sức sản xuất các yếu tố cơ bản mới tăng thêm.
- Suất hao phí các yếu tố cơ bản mới tăng thêm.
- Sức sinh lợi của các yếu tố cơ bản mới tăng thêm.

1.2.3.4. Các chỉ tiêu phản ánh khác

1.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh

Trong hoạt động sản xuất kinh doanh hầu hết các doanh nghiệp đều bị tác động bởi môi trường bên trong và bên ngoài doanh nghiệp. Sự thành công hay thất bại trong hoạt động lại phụ thuộc khá nhiều vào những nhân tố này.

1.3.1. Các nhân tố bên ngoài doanh nghiệp

1.3.2. Các nhân tố bên trong doanh nghiệp

1.4. Đẩy mạnh hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp

1.4.1. Sự cần thiết phải đẩy mạnh hoạt động kinh doanh

Quyết định sự tồn tại và phát triển

Tất cả các khoản đầu tư kể trên đều tính vào chi phí HĐKD của doanh nghiệp. Nếu hoạt động kinh doanh không được đẩy mạnh thì chi phí sẽ không được bù đắp,

làm ăn thua lỗ dẫn tới phá sản, gây ra những hậu quả đáng tiếc về mặt xã hội. Chính vì vậy HĐKD sẽ quyết định sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp.

Giải quyết các mối quan hệ về lợi ích

Doanh nghiệp trả lương đầy đủ đúng hạn và cho lao động được hưởng những chế độ theo quy định sẽ tạo tâm lý yên tâm làm việc cho họ, giúp tiến độ sản xuất được đảm bảo. Đây mạnh HĐKD làm tăng lợi nhuận của doanh nghiệp.

Giúp doanh nghiệp khẳng định vị thế của mình

Doanh thu và lợi nhuận tăng, thì các đóng góp cho xã hội tăng, lợi ích của người tiêu dùng được đảm bảo, doanh nghiệp khẳng định được vị trí của mình trong lòng khách hàng, uy tín được nâng cao, thương hiệu được khẳng định là một lợi thế cạnh tranh bền vững của doanh nghiệp.

1.4.2. Các hướng đẩy mạnh hoạt động kinh doanh

Nhóm các yếu tố đầu ra	Nhóm các yếu tố đầu vào
- Đẩy mạnh công tác marketing	- Nâng cao chất lượng đội ngũ lao động
- Xây dựng chính sách sản phẩm	- Tăng cường huy động vốn và sử dụng vốn
- Xây dựng chính sách về giá	- Mở rộng quan hệ cầu nối giữa DN với xã hội

1.5. Kết luận chương

Chương một đã khái quát một số vấn đề chung về nâng cao hoạt động kinh doanh trong doanh nghiệp. Trên cơ sở lý luận đã nêu có thể thấy được tầm quan trọng của các chỉ tiêu thống kê, cũng như các nhân tố tác động đến kết quả-hiệu quả hoạt động kinh doanh.

CHƯƠNG II

THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN ALPHA

2.1. Tổng quan về Công ty Cổ phần Alpha

2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển

Công ty là một doanh nghiệp thương mại hoạt động theo Luật doanh nghiệp, hạch toán độc lập. Có đủ tư cách pháp nhân, có con dấu, mã số Thuế riêng để giao dịch và mở tài khoản tại Ngân hàng đầu tư và Phát triển Việt Nam (BIDV)

Tên giao dịch: CÔNG TY CỔ PHẦN ALPHA

Tên tiếng Anh: Alpha Joint Stock Company

Tên viết tắt : Alpha JSC

Trụ sở chính: Số 14 Ngõ Thái Thịnh II, Phường Thịnh Quang, Q.Đống Đa, Hà Nội

Điện thoại: 043.562.3061

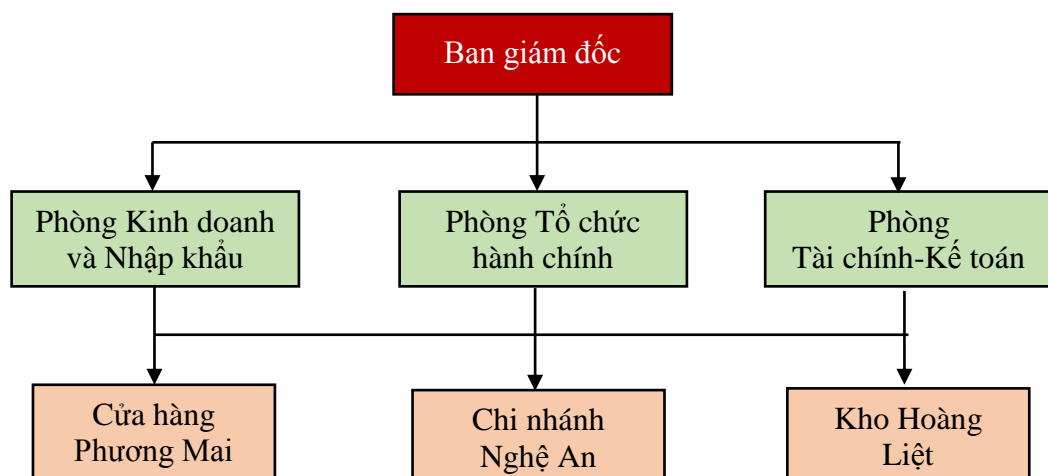
Website: alphamedical.com.vn

Ngành nghề kinh doanh của Công ty cổ phần Alpha:

- Nhập khẩu các máy móc, thiết bị đo lường kiểm nghiệm y tế.
- Các loại hoá chất dùng trong y tế và trong công nghiệp.
- Cung ứng phụ tùng vật tư thiết bị, dụng cụ và đồ chỉnh hình y tế.
- Đại lý ký gửi hàng hoá các thiết bị và vật tư tiêu hao y tế.
- Dịch vụ tư vấn lắp đặt thiết bị phòng thí nghiệm, xét nghiệm và bảo dưỡng.
- Cung cấp các mặt hàng khác: tủ thuốc, giường bệnh, xe đẩy, cang...

2.1.2. Mô hình tổ chức quản lý và kinh doanh của Công ty

2.1.2.1. Cơ cấu tổ chức quản lý



Hình 2.1: Sơ đồ tổ chức hoạt động của Công ty

2.1.2.2. Các sản phẩm - dịch vụ

Là doanh nghiệp kinh doanh thương mại nên đầu ra là các trang thiết bị-vật tư y tế được Công ty cung cấp cho các bệnh viện đa khoa, các trung tâm y tế và phòng khám đa khoa. Các trang thiết bị và vật tư y tế đều nhập khẩu trực tiếp từ các hãng sản xuất thiết bị nổi tiếng như: Beurer, CompMist, FujiMax, Omron, Rocche, Microlife, RossMax,...

2.1.2.3. Các nguồn lực phục vụ kinh doanh

- *Nguồn lực lao động*: Hiện tại, công ty Alpha có 22 lao động, điều đó cũng một phần thể hiện tính chất công việc của kinh doanh, số lượng nhân viên cũng có biến động theo từng năm.
- *Vốn lưu động*: Ngoài phần vốn phục vụ cho các hoạt động kinh doanh và chi phí thuê ngoài thường xuyên khác. Một phần còn lại của nguồn vốn này là được biểu hiện là khoản tiền lương chiếm tỷ trọng không nhỏ trong cơ cấu vốn lưu động.
- *Cơ sở vật chất*: Là một Công ty hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh thương mại nên bộ máy, cơ sở vật chất không có gì là đồ sộ, không có thiết bị dây chuyền và nhà xưởng mà thay vào đó là văn phòng giao dịch/đại diện, cửa hàng, kho hàng.

2.1.3. Kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty

Các mặt hàng nhập khẩu sau khi thông quan và nhập kho, sau đó phân đi các bệnh viện, phòng khám... Còn các cửa hàng kinh doanh bán lẻ khác được phép thuê danh nghĩa của Công ty để giao dịch ký kết hợp đồng bán buôn hưởng hoa hồng.

Bảng 2.3. Kết quả doanh thu theo mặt hàng

Đơn vị: Triệu đồng

TT	Tên mặt hàng	Năm 2013	Năm 2014	Năm 2015
1	Hóa chất xét nghiệm	1.800	1.720	1.550
2	Vật tư phòng thí nghiệm	1.351	1.630	1.930
3	Vật tư tiêu hao y tế	560	642	701
4	Trang thiết bị chức năng	152	98	120
5	Các trang thiết bị hỗ trợ khác	4.250	4.320	5.050
	Tổng	8.113	8.410	9.351

(Nguồn: Phòng tài chính kế toán Công ty Alpha)

Bảng 2.4. Cơ cấu doanh thu theo hình thức bán*Đơn vị: Triệu đồng*

Chỉ tiêu	Năm 2013		Năm 2014		Năm 2015	
	Tổng số	%	Tổng số	%	Tổng số	%
Bán buôn	983	12	1,186	14,1	1,123	12
Bán lẻ	7,130	88	7,224	85,9	8,228	88
Tổng doanh thu	8.113	100	8.410	100	9.351	100

*(Nguồn: Báo cáo kết quả hàng năm của phòng kinh doanh Công ty Alpha)***Bảng 2.5. Doanh thu theo đối tượng khách hàng***Đơn vị: Triệu đồng*

TT	Các khách hàng	Năm 2013	Năm 2014	Năm 2015
1	Bệnh viện Việt Đức	1.250	1.213	1.200
2	Bệnh viện E	1.812	2.051	1.480
3	Bệnh viện răng hàm mặt	206	320	450
4	Bệnh viện tai mũi họng TW	365	632	867
5	Bệnh viện K	1.380	1.170	1.297
6	Bệnh viện Việt Tiệp	850,5	1.100	900
7	Bệnh viện nhi TW	553	1.251	580
8	Bệnh viện đa khoa Đức Giang	260	315	600
9	Bệnh viện quân y 103	720	2.440	1.150
10	Bệnh viện Xanh Pôn	530,4	755	980
11	Bệnh viện đa khoa Hợp lực	667	750	700
12	Bệnh viện đa khoa Nghệ An	-	145	350

(Nguồn: Báo cáo kết quả hàng năm của phòng kinh doanh Công ty Alpha)

2.2. Tình hình hoạt động kinh doanh của Công ty cổ phần Alpha

2.2.1 Đặc điểm về hoạt động kinh doanh của Công ty

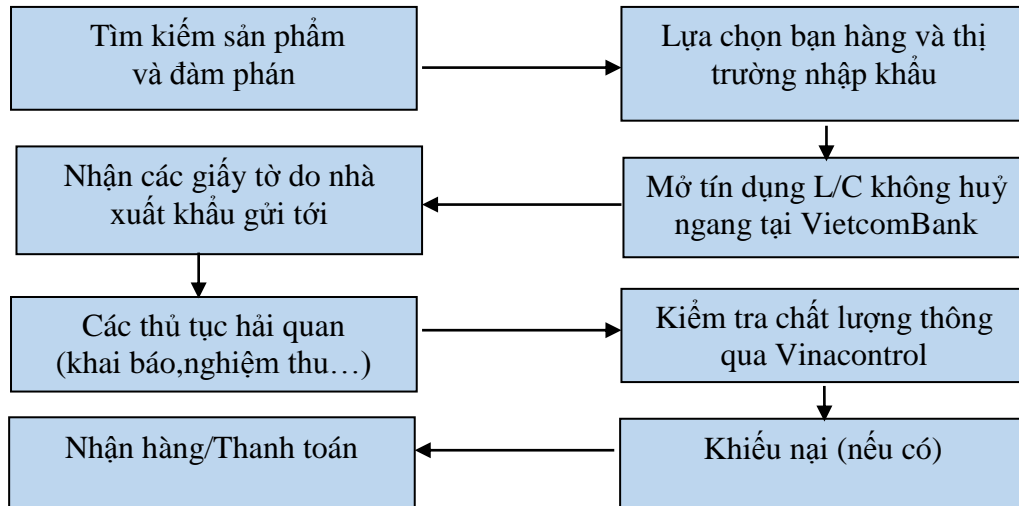
2.2.1.1. Hợp đồng và phương thức ký kết

Hợp đồng kinh doanh là thỏa thuận bằng hợp đồng của hai hoặc nhiều bên cùng thực hiện hoạt động kinh tế. Trong đó người bán có nghĩa vụ chuyển quyền sở hữu hàng hoá cho người mua, còn người mua có nghĩa vụ trả cho người bán một

khoản tiền ngang giá trị hàng hoá bằng các phương thức thanh toán thỏa thuận hoặc theo thông lệ quốc tế.

2.2.1.2. Quy trình nhập khẩu

Cùng với sự phát triển của Công ty thì các nghiệp vụ nhập khẩu cho đến nay được tiến hành theo một quy trình như sau:



Hình 2.2. Quy trình nhập khẩu của Công ty

2.2.1.3. Thị trường của Công ty

* *Thị trường đầu vào*: trong quá trình hoạt động, Công ty Alpha đã tạo lập được một thị trường nhập khẩu với 2 khu vực chủ yếu: Các nước Châu Á, Châu Âu và thị trường khác.

* *Thị trường đầu ra*: Khách hàng chủ yếu là các cửa hàng bán lẻ, phòng khám đa khoa và một số bệnh viện lớn như: Bạch mai, Việt Đức, Việt Tiệp, viện K - E... và tại các tỉnh khác như: Hải Phòng, Bắc Ninh, Thanh hóa...

2.2.1.4. Tình hình tài chính và vốn kinh doanh

Trong tổng vốn kinh doanh hiện tại có một phần do lợi nhuận quay vòng, kết hợp với tiết kiệm trong chi phí và sử dụng hợp lý, có hiệu quả nguồn vốn tự có. Phần vốn còn lại chiếm tỷ trọng lớn chủ yếu khai thác từ các nguồn bên ngoài.

2.2.2. Hiệu quả hoạt động kinh doanh của Công ty

2.2.2.1. Hiệu quả hoạt động kinh doanh tổng hợp

2.2.2.2. Hiệu quả sử dụng lao động

2.2.2.3. Hiệu quả sử dụng vốn

2.2.2.4. Hiệu quả sử dụng tài sản

2.2.3. Các hoạt động đẩy mạnh kinh doanh của Công ty

2.2.3.1. Các hoạt động tăng doanh thu

- *Nghiên cứu thị trường*: Công ty xác định thị trường mục tiêu chính của mình là TP Hà Nội nhưng không phải vì thế mà bỏ qua các thị trường khác như: Hải phòng, Ninh Bình, Nam Định. Phấn đấu tăng số lượng tiêu thụ trong những năm tới và đáp ứng một cách tốt nhất nhu cầu khám chữa bệnh của người dân, trong năm 2017 dự án bệnh viện Bạch Mai và Việt Đức hoàn thành xây dựng cơ sở mới tại đây.

- *Chính sách giá cả*: Phương pháp định giá bán của Công ty như sau:

$$\text{Giá bán} = \text{Giá nhập} + \text{Chi phí liên quan} + \text{Thuế} + \text{Lợi nhuận mục tiêu}$$

Để khuyến khích hoạt động tiêu thụ Công ty đang áp dụng chính sách giá đối với các nội dung sau:

+ Đối với khách hàng đặt hàng, trả tiền trước 80% của giá trị hợp đồng có giá trị thanh toán trên 500 triệu đồng được giảm giá 3% so với giá bán trước khi tính thuế giá trị gia tăng.

+ Khách đặt hàng theo giá chuẩn bán, trả tiền trước 50% theo hợp đồng có giá trị thanh toán dưới 500 triệu đồng được giảm giá 2%.

- *Kênh phân phối*: Công ty đã thiết lập một mạng lưới kênh phân phối trên thị trường bao gồm:

* *Kênh trực tiếp*: Đây là kênh tiêu thụ có từ khi Công ty bắt đầu đi vào hoạt động. Hiện nay mới chỉ có cửa hàng bán lẻ và giới thiệu sản phẩm tại Phương Mai.

* *Kênh 1 cấp*: Sản phẩm của công ty chỉ qua một trung gian trước khi tới người tiêu dùng, trung gian đó là bệnh viện hay phòng khám đa khoa.

* *Kênh 2 cấp*: Công ty bán buôn lại cho các nhà bán lẻ khác tại Hà Nội và các tỉnh. Trên thị trường các trung gian này lại bán cho các bệnh viện tỉnh, bệnh viện huyện, các phòng khám tư nhân và các cửa hàng tại địa phương.

- *Xúc tiến bán*: Các hoạt động xúc tiến marketing của Công ty như bán hàng trực tiếp, quảng cáo và giới thiệu sản phẩm trực tiếp. Ngoài ra, Công ty có trang website

riêng để khách hàng dễ dàng truy cập và tìm hiểu thông tin các sản phẩm và giá cả từng loại sản phẩm. Thông qua các hội chợ triển lãm Công ty tham gia tìm kiếm các cơ hội kinh doanh mới.

2.2.3.2. Các hoạt động sử dụng có hiệu quả đầu vào

- *Chất lượng đội ngũ nhân viên*: Công ty đang rất chú trọng công tác đào tạo đội ngũ nhân viên kinh doanh và làm nghiệp vụ xuất nhập khẩu có chuyên môn giỏi, nhanh nhạy nắm bắt nhu cầu thị trường, thông thạo ngoại ngữ, khéo léo trong đàm phán giao dịch ký kết hợp đồng. Thực tế, Công ty sở hữu một đội ngũ nhân viên trẻ, có trình độ cao, năng động sáng tạo, có khả năng làm việc độc lập trong quyền hạn và trách nhiệm của họ.

- *Hoạt động xuất nhập khẩu*: Tăng cường mối quan hệ với các nhà sản xuất ở những thị trường lớn trên thế giới như EU, ASEAN, châu Mỹ ... nhằm tìm kiếm nguồn hàng chất lượng cao, mức giá hợp lý. Công ty vẫn luôn tích cực tìm tòi sản phẩm mới, thị trường có nhiều ưu đãi và chi phí thấp, đa dạng hoá các mặt hàng xuất nhập khẩu. Đặc biệt đối với hoạt động nhập khẩu các trang thiết bị y tế theo yêu cầu riêng.

- *Nguồn vốn kinh doanh*: Đối với một doanh nghiệp kinh doanh thương mại, nguồn vốn, số lượng vốn và khả năng quay vòng vốn là rất quan trọng, vì trong kinh doanh vốn đầu tư tập trung chủ yếu vào tài sản lưu động và đầu tư ngắn hạn. Tình hình về vốn lưu động đã được cải thiện và tăng lên đáng kể trong những năm gần đây.

2.3. Đánh giá chung hoạt động kinh doanh của Công ty Alpha

2.3.1. Những kết quả đạt được

1. Cơ cấu sản phẩm: Công ty luôn có quan hệ với các đối tác cung ứng tin cậy lớn và chi nhánh của họ tại khu vực châu Á. Đó là, trong những năm qua Công ty đã nhập khẩu và cung ứng các loại vật tư thiết bị có chất lượng cao, chính xác, hiện đại phục vụ trong công tác chuẩn đoán và điều trị được các Bác sĩ đánh giá cao.

2. Quy mô vốn và tài sản: Hoạt động chính là kinh doanh thương mại, nên tài sản ngắn hạn chiếm tỷ trọng lớn, sử dụng lượng vốn lưu động lớn, chủ yếu là vay bên ngoài và quy mô nguồn vốn chủ sở hữu còn nhỏ, nhưng đều tăng qua các năm.

3. Khả năng thanh toán hiện hành: Mặc dù hệ số thanh toán hiện hành có sự biến động qua các năm nhưng đang có xu hướng tăng dần và giá trị đều lớn hơn 1. Vòng quay vốn ngày càng được cải thiện hơn, giúp cho việc tái tạo các thương vụ mới nhanh hơn.
4. Tình hình doanh thu-lợi nhuận: Về kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh, doanh thu thuần và lợi nhuận của Công ty có sự thay đổi nhưng nhìn chung năm 2015 tốt hơn nhiều so với năm 2013.
5. Khả năng quản lý nợ và lãi vay: Công ty có chính sách bán chịu và chiết khấu thanh toán đối với từng nhóm khách hàng.
6. Tạo động lực: Quan tâm tới đội ngũ nhân viên cả về vật chất lẫn tinh thần, tăng lương, thưởng, để tạo động lực cho họ phấn đấu, hết mình vì công việc.
7. Trách nhiệm xã hội: Thực hiện các nghĩa vụ tài chính đối với Nhà nước, tham gia hoạt động từ thiện của địa phương, các bệnh viện phát động.
8. Tổ chức quản lý: Có một bộ máy quản lý gọn nhẹ năng động phù hợp với quy mô doanh nghiệp nhỏ.

2.3.2. Những hạn chế và nguyên nhân

Bên cạnh những kết quả đạt được nhất định, Công ty cổ phần Alpha còn phải đối mặt với những tồn tại cần nghiên cứu và giải quyết như:

1. Nợ phải trả chiếm tỉ trọng cao khoảng hơn 70% vốn lưu động. Điều này cho thấy Công ty phụ thuộc nhiều vào sử dụng vốn vay bên ngoài, dễ gây ra rủi ro về thanh khoản trong tương lai.
2. Công tác marketing và chăm sóc khách hàng chưa được coi trọng, chi phí marketing còn thấp, tiêu thụ chủ yếu dựa vào các mối quan hệ sẵn có.
3. Tình hình doanh thu, lợi nhuận với giá bán hòa vốn, ngày càng chiếm tỉ trọng cao trong doanh thu.
4. Công ty sử dụng đa số là nguồn vốn bên ngoài, vì thế nếu tận dụng tốt hơn nguồn vốn này sẽ là một lợi thế lớn trong kinh doanh. Mặt khác việc tổ chức tiêu thụ và quản lý kinh doanh còn nhiều hạn chế, vẫn còn các khách hàng lớn chiếm dụng vốn và gia tăng nợ khó đòi.

5. Ngoài ra còn một số hạn chế khác trong lĩnh vực kinh doanh thương mại.

a. Nguyên nhân khách quan

- *Môi trường kinh doanh*: Do quy mô vốn thấp, hoạt động SXKD mang nặng tính thời vụ, thiếu chiến lược kinh doanh dài hạn, nguồn vốn chưa đa dạng, dẫn đến mức độ đa dạng hóa hoạt động kinh doanh và tính ổn định còn thấp.
- *Chính sách, pháp luật và dịch vụ công của nhà nước*: Nhà nước chưa thực sự có những chính sách hợp lý đối với các doanh nghiệp nhỏ như Công ty Alpha. Đặc biệt là sự thay đổi đột ngột, thường xuyên các văn bản mới ra đời, phủ định, không thống nhất với văn bản cũ là vấn đề gây rất nhiều khó khăn, phiền toái trong hoạt động kinh doanh.
- *Chính sách tín dụng của Ngân hàng*: Các doanh nghiệp vừa và nhỏ thường không đạt được lợi thế về quy mô như các doanh nghiệp lớn. Hơn nữa, quy mô nhỏ và vấn đề minh bạch thông tin còn hạn chế cũng khiến cho các doanh nghiệp gặp khó khăn trong việc tiếp cận và huy động vốn từ các Ngân hàng thương mại cũng như thị trường chứng khoán.
- *Tốc độ phát triển của khoa học công nghệ*: Xuất hiện nhiều loại thiết bị và nguyên liệu vật liệu mới với những tính năng và công dụng hoàn toàn chưa từng có trước đây. Các phương tiện truyền thông và vận tải ngày càng hiện đại với chi phí thấp, dẫn tới không gian sản xuất và kinh doanh ngày càng mở rộng...

b. Nguyên nhân chủ quan

- *Thị trường và khách hàng*: Công ty chưa đi sâu vào nghiên cứu thị hiếu của khách hàng, trên từng thị trường riêng. Chưa có những giải pháp mang tính đột phá của hoạt động quản trị quan hệ khách hàng. Khả năng thu hút khách hàng mới trên thị trường là khó, do tính chất “kén khách hàng” của lĩnh vực kinh doanh.
- *Các chương trình CRM*: quản trị quan hệ khách hàng gắn với các mục tiêu đưa ra mới dừng lại ở các mục tiêu định tính, chưa đưa ra các mục tiêu cụ thể khi lập kế hoạch thực hiện chương trình.
- *Tổ chức và quản trị nhân sự*: Trong 3 năm qua công tác quản lý và nhân sự đã bộc lộ nhiều vấn đề cần có những biện pháp giải quyết. Những quyết định quản lý của

Công ty đối với các bộ phận có phần thiếu quyết đoán và có xu hướng thả lỏng. Quản lý điều hành theo kiểu gia đình, chứ chưa theo khoa học.

- *Chiến lược kinh doanh*: chiến lược kinh doanh của Công ty chưa cụ thể, chưa thực hiện tốt công tác marketing, chăm sóc khách hàng, dịch vụ giá trị gia tăng, đa dạng hóa sản phẩm, nhằm đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của khách hàng.
- *Công tác thanh tra, kiểm tra*: Công tác này còn hạn chế, chưa coi là liên tục, chính là nguyên nhân dẫn đến kết quả kinh doanh chưa như mong muốn.

2.4. Kết luận chương

Qua chương hai, có thể thấy được phần nào về thực trạng tình hình hiệu quả kinh doanh của Công ty trong giai đoạn những năm 2013 – 2015. Thông qua những đánh giá, phân tích và nhận xét trong nội dung của chương tác giả cũng đã nêu những mặt được và chưa được, những tồn tại và nguyên nhân dẫn đến thực trạng của hoạt động kinh doanh của Công ty.

CHƯƠNG III

GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN ALPHA

3.1. Phương hướng phát triển kinh doanh đến năm 2020 của Công ty Cổ phần Alpha

3.1.1. Dự báo tình hình phát triển kinh tế Thế giới và Việt Nam

3.1.1.1. Dự báo kinh tế thế giới

Dự báo của IMF: Kinh tế thế giới trong những năm tới sẽ lạc quan hơn với kỳ vọng tăng trưởng trung bình trong dài hạn, nhưng quay trở lại thời kỳ tăng trưởng mạnh mẽ và đồng bộ là rất khó khăn

Dự báo của OECD: Ngày 23/12/2015, Tổ chức hợp tác và phát triển kinh tế (OECD) đã thông báo hạ dự báo tăng trưởng GDP thế giới năm 2016 từ mức dự báo

3,6% trước đó xuống còn 3,3% và không loại trừ một số khu vực có thể rơi vào giảm phát.

Dự báo của WB: Theo ông Basu Phó chủ tịch kiêm chuyên gia kinh tế trưởng của WB, nền kinh tế thế giới trong năm 2016 sẽ được hỗ trợ bởi những yếu tố như sự phục hồi tiếp tục diễn ra ở các nền kinh tế phát triển, giá hàng hóa cơ bản ổn định hơn, và sự duy trì của lãi suất thấp. WB dự báo kinh tế thế giới sẽ tăng trưởng 3,1% trong năm 2017.

3.1.1.2. Dự báo kinh tế Việt Nam

Kinh tế Thế giới năm 2016 sẽ chứng kiến những diễn biến phức tạp, nhất là các tác động đan xen chính sách của các nước lớn và cuộc chiến chống khủng bố. Có thể nhận định về triển vọng kinh tế Việt Nam những năm tiếp theo có tiến bộ, giữ được ổn định kinh tế vĩ mô ngắn hạn, nhưng triển vọng trung hạn 3-5 năm tới nhiều khả năng sẽ phải ứng phó với các bất ổn vĩ mô mới, nếu các nỗ lực cải cách triển khai không đủ mạnh mẽ và thiếu tính hệ thống.

3.1.2. Những thuận lợi và khó khăn trong tương lai

3.1.2.1. Những thuận lợi trong kinh doanh

- Với quy mô là một doanh nghiệp nhỏ, dễ thích nghi với sự thay đổi loại hình kinh doanh, còn nhiều cơ hội để phát triển trên thị trường.
- Điểm mạnh và nổi bật nhất của công ty đó chính là có kinh nghiệm về các thiết bị và vật tư trong ngành y tế.
- Là một doanh nghiệp hoạt động kinh doanh chủ yếu là nhập và xuất ngay hàng hóa, nên sự rủi ro về giá trong nhập khẩu không nhiều, tạo điều kiện cho Công ty có thể phát triển một cách chắc chắn từng bước một.
- Thuận lợi tiếp theo mà Công ty có được đó chính là ít các khâu trung gian, nên giảm được chi phí đáng kể trong hoạt động kinh doanh.

3.1.2.2. Những khó khăn của Công ty Alpha

- Thách thức đầu tiên của Công ty đó là vốn kinh doanh còn nhỏ, lợi nhuận thấp, chi

phí kinh doanh còn cao, năng lực cạnh tranh hạn chế, thiếu nguồn nhân lực chất lượng cao. Do vốn điều lệ của Công ty còn quá nhỏ so với mức độ hoạt động kinh doanh nên trong sự phân phối luôn không đồng đều.

- Thách thức tiếp theo đó chính là kinh nghiệm giao dịch, đàm phán trực tiếp trong kinh tế quốc tế.
- Thách thức nữa đối với nhiều doanh nghiệp nhỏ hiện nay còn gặp phải. Các thủ tục phức tạp và chồng chéo, gây phiền phức, mất nhiều thời gian và chi phí cho quá trình xuất - nhập khẩu.

3.1.3. Phương hướng phát triển của Công ty Alpha

3.1.3.1. Mục tiêu trong thời gian tới

- Đa dạng hoá các sản phẩm với dịch vụ hoàn hảo về giá trị.
- Trở thành một trong những công ty hàng đầu về cung cấp sản phẩm, dịch vụ và các giải pháp công nghệ trong khám chữa bệnh.
- Tập thể vững mạnh là những người lao động có nhiệt huyết, tự chủ và năng động.
- Thoả mãn tối đa nhu cầu ngày càng cao của khách hàng và đạt được sự hài lòng của khách hàng.

3.1.3.2. Phương hướng thực hiện mục tiêu phát triển

Phương hướng về doanh thu: Tổng doanh thu của Công ty phải cao hơn 1,5 lần so với năm 2015. Duy trì lợi nhuận ổn định thông qua phát triển các thể mạnh như: nhập khẩu các loại máy móc thiết bị, vật tư và các hoá chất dùng trong y tế.

Phương hướng về vốn: Thực hiện kiểm tra giám sát tài chính thường xuyên để kịp thời xử lý những xử lý những khó khăn, bất cập nảy sinh.

Xử lý công nợ trong kinh doanh: Kiểm soát khoản phải thu liên quan đến việc đánh đổi giữa lợi nhuận và rủi ro. Xây dựng các chỉ tiêu thu hồi nợ, gắn với thu nhập hàng tháng đối với nhân viên kinh doanh bán hàng.

Kế hoạch marketing: Thúc đẩy và phát triển mạnh việc nghiên cứu thị trường, quảng bá các mặt hàng, sản phẩm của Công ty. Triển khai việc áp dụng Công nghệ thông tin trong điều hành, quản lý kinh doanh và quảng cáo thương hiệu. Đồng thời giữ uy tín riêng của Công ty trên thị trường, phát triển thị trường, thị phần...

Ứng dụng công nghệ thông tin: Có nhiều nghiên cứu chỉ ra rằng các doanh nghiệp nhỏ sẽ hoạt động tốt hơn khi có một trang web mạnh. Thậm chí có thể tăng doanh số bán hàng lên 4 lần so với đối thủ cạnh tranh nếu ứng dụng web và các công cụ số, đặc biệt là trên nền tảng điện thoại di động.

Giảm thiểu rủi ro trong kinh doanh:

- Tham gia vào hiệp hội doanh nghiệp vừa và nhỏ để cùng hợp tác, trao đổi kinh nghiệm và đề xuất kiến nghị chung nhằm tháo gỡ khó khăn cho loại hình doanh nghiệp này.
- Thực hiện mua hợp đồng bảo hiểm vật chất cho tài sản, cho hàng hóa vận chuyển và cho cả người lao động.

3.2. Một số giải pháp đẩy mạnh hoạt động kinh doanh tại Công ty Alpha

3.2.1. Nhóm giải pháp để tăng doanh thu

3.2.1.1. Giải pháp về marketing

Hoạt động marketing tốt sẽ giúp Công ty đáp ứng đúng nhu cầu của khách hàng, sản phẩm có chất lượng cao và giá cả hợp lý. Việc đẩy mạnh công tác marketing từ khâu dự báo, nhập khẩu và đưa sản phẩm ra thị trường tiêu thụ là điều rất quan trọng, góp phần nâng cao doanh thu, tăng khả năng cạnh tranh của Công ty.

3.2.1.2. Tiết kiệm chi phí và phân bổ hợp lý

Quản trị doanh nghiệp có hiệu quả chính là nhờ tiết kiệm và sử dụng hợp lý các yếu tố chi phí như: các khoản phải trả cho nhà cung cấp các hàng hóa hoặc dịch vụ; trả người lao động, trả thuế; các khoản chi ngoài kế hoạch... giúp cho Công ty có thể hạ giá thành sản phẩm, nâng cao khả năng cạnh tranh.

3.2.1.3 Xây dựng quản trị quan hệ khách hàng (CRM)

Đối với mọi doanh nghiệp kinh doanh, điều quan trọng nhất là có bán được sản phẩm hay không. Để giải quyết vấn đề này, nhiều doanh nghiệp đã đầu tư rất nhiều vào marketing, nhưng lại thiếu một hệ thống quản lý và chăm sóc khách hàng hiệu quả. Vì vậy doanh nghiệp bỏ qua tài sản vô giá của mình là những khách hàng trung thành để ra sức tìm khách hàng mới và vòng luẩn quẩn lặp lại.

3.2.1.4. Xây dựng chiến lược kinh doanh

Chiến lược kinh doanh là hàm ý và nói lên mục tiêu cần đạt được trong tương lai. Đó là, xây dựng các bước công việc, các quyết định, thời điểm cạnh tranh, phát huy những lợi thế cũng như hạn chế yếu điểm của Công ty với đối thủ cạnh tranh. Xuất phát từ cơ sở lý luận và thực trạng của Công ty Alpha, từ nay đến năm 2020, có thể xây dựng “Chiến lược tăng thị phần”.

3.2.2. Nhóm giải pháp sử dụng hiệu quả các yếu tố đầu vào

3.2.2.1. Giải pháp về nguồn lực lao động

Bố trí đúng người, đúng việc, đúng năng lực, đúng thời gian, đúng cơ cấu, đúng qui trình chứ không dùng người tùy tiện. Có như vậy mới khai thác đúng tiềm năng thế mạnh của Công ty. Ngoài ra, phải thực hiện 4 gắn: trách nhiệm gắn với nghĩa vụ, quyền hạn, quyền lợi nhằm tạo ra động lực mạnh mẽ cho mỗi thành viên trong Công ty từ đó nỗ lực hoàn thành nhiệm vụ được giao, bán được nhiều sản phẩm và giảm chi phí để có lợi nhuận cao nhất.

3.2.2.2. Nâng cao hiệu quả sử dụng vốn kinh doanh

- Xây dựng các mô hình dự báo tiền mặt
- Nâng cao hiệu quả vốn kinh doanh
- Nâng cao hiệu quả vốn cố định
- Quản lý các khoản phải thu, phải trả

3.3. Một số kiến nghị

3.3.1. Chính sách đối với xuất nhập khẩu

Nhà nước phải có những cải cách hành chính về hồ sơ, thủ tục xin cấp phép nhập khẩu trang thiết bị y tế. Khuyến khích nhập những thiết bị hiện đại như: máy chụp X quang, siêu âm, đo điện tim... bằng cách giảm thuế nhập khẩu các mặt hàng theo danh mục mặt hàng chịu thuế ban hành kèm theo Thông tư số 164/2013/TT-BTC; Biểu thuế giá trị gia tăng theo danh mục hàng hóa của Biểu thuế nhập khẩu ưu đãi ban hành kèm theo Thông tư số 131/2008/TT-BTC.

3.3.2. Tăng cường quản lý xuất nhập khẩu

Trong ban hành văn bản pháp quy phải đi liền với việc rà soát lại hệ thống pháp luật liên quan đến xuất nhập khẩu để tránh hiện tượng chồng chéo, mâu thuẫn làm cho các nhà kinh doanh xuất nhập khẩu tiến thoái lưỡng nan không biết phải thực hiện văn bản nào.

Không ngừng xây dựng, nâng cao chất lượng đội ngũ viên chức liên ngành, trong triển khai thực hiện quan hệ đối tác với cộng đồng doanh nghiệp, nhằm nâng cao chất lượng hợp tác và tăng cường tính tuân thủ tự nguyện của doanh nghiệp và tạo điều kiện cho các doanh nghiệp kinh doanh nghiêm túc hoạt động có hiệu quả.

3.3.3. Các chương trình hỗ trợ doanh nghiệp

- Một là, tổ chức các khóa đào tạo hay bồi dưỡng những kiến thức cơ bản, những kinh nghiệm quản trị điều hành trong nền kinh tế thị trường được áp dụng với loại hình doanh nghiệp vừa và nhỏ.
- Hai là, xây dựng cơ chế, chính sách khuyến khích các cơ quan nghiên cứu khoa học, công nghệ liên kết, chuyển giao cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ vào trong hoạt động sản xuất kinh doanh.
- Ba là, hỗ trợ tiếp cận các nguồn vốn tín dụng có ưu đãi với chi phí thấp.
- Bốn là, hỗ trợ xúc tiến thương mại và cung cấp thông tin.

3.4. Kết luận chương

Qua việc dự báo và nhận định xu hướng phát triển nền kinh tế trong các năm tới. Trên cơ sở đánh giá về những cơ hội, thách thức của Công ty, luận văn đã đưa ra một số giải pháp nhằm đẩy mạnh hoạt động kinh doanh cho Công ty Alpha.

Mục tiêu quan trọng nhất vẫn là tiếp tục đẩy mạnh hoạt động kinh doanh, phát triển một cách bền vững, gia tăng thị phần, tạo sự gắn bó có thu nhập cao cho người lao động.

KẾT LUẬN

Với kết cấu nội dung gồm ba chương đã đề cập tới hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, đánh giá thực trạng hoạt động kinh doanh của Công ty cổ phần Alpha. Đồng thời luận văn cũng đưa ra một số giải pháp nhằm đẩy mạnh hoạt động kinh doanh cho Công ty trong thời gian tiếp theo.

Mặc dù vẫn còn rất nhiều thách thức đang ở phía trước, nhưng với sự khuyến khích và cam kết của người đứng đầu Chính phủ trong cuộc đổi mới doanh nghiệp vừa qua. Công ty tin rằng sẽ vượt qua được những khó khăn, thách thức này để phát triển, tăng năng lực cạnh tranh trên thị trường. Tuy nhiên, để nắm bắt được những cơ hội tốt, thì Ban lãnh đạo Công ty cần sớm áp dụng phương thức quản trị mới cho phù hợp với các giải pháp đã đề xuất. Có như vậy mới thực hiện được các mục tiêu đã vạch ra trong những năm tiếp theo.

Hướng tới các mục tiêu trong giai đoạn những năm 2016-2020. Nhằm đẩy mạnh hoạt động kinh doanh, hạn chế những điểm yếu, tác giả cũng có đề xuất hướng nghiên cứu tiếp theo cho Công ty, đó là: “*Khảo sát và đánh giá sự hài lòng của khách hàng*”. Nhằm tìm hiểu mức độ hài lòng về hàng hóa và dịch vụ, mức độ trung thành của khách hàng hiện tại của Công ty Alpha. Đặc biệt là mức độ tương quan giữa sự hài lòng của khách hàng với các yếu tố như: thời gian mua, số lần mua, giá trị đơn hàng, dịch vụ hậu mãi, khả năng mua lại, khả năng giới thiệu cho người khác... So sánh dịch vụ của Công ty với một số đối thủ cạnh tranh, để có các giải pháp cải tiến chất lượng phục vụ nhằm nâng cao sự hài lòng của khách hàng.

Trong khuôn khổ của một đề tài tốt nghiệp, mặc dù bản thân đã có nhiều cố gắng nghiên cứu, thu thập và phân tích các dữ liệu, song kiến thức và kinh nghiệm về kinh doanh vẫn còn nhiều hạn chế, trong đề tài chắc chắn còn nhiều thiếu sót. Rất mong nhận được ý kiến đóng góp quý báu của các thầy cô để được hoàn thiện hơn và nội dung của các giải pháp sớm được áp dụng vào thực tiễn.

Cuối cùng, em xin chân thành cảm ơn sự giúp đỡ nhiệt tình, những ý kiến đóng góp quý báu của **TS.Trần Thị Hòa** đã giúp đỡ hoàn thành luận văn này.