

BÀI THẢO LUẬN MÔN:

QUẢN TRỊ CHIẾN LƯỢC

GVHD: Thầy NGUYỄN ĐỨC THU

SVTH:

Dương Thị Hằng

Lê Đức Anh

Dương Thị Bùi

Đào Thị Hạnh

Chu Thị Dĩnh

Nguyễn Trọng Đại

Đỗ Công Duy

Nông Minh Đức

Nông Thị Dung

Ngô Cao Biên

Nguyễn Tài Cường

Thái Nguyên tháng 10 năm 2011

LỜI MỞ ĐẦU

Trong điều kiện chuyển đổi nền kinh tế từ cơ chế quản lý kinh tế kế hoạch hóa tập trung sang nền kinh tế thị trường có sự quản lý của nhà nước, đứng trước sự cạnh tranh hết sức gay gắt và phức tạp, các doanh nghiệp muốn tồn tại và phát triển cần được tổ chức sản xuất kinh doanh sao cho phù hợp và đạt được kết quả tối ưu.

Đối với công ty cổ phần sửa chữa ô tô Gang Thép Thái Nguyên muốn khẳng định được vai trò của mình trong sự phát triển kinh tế thị trường nền kinh tế hàng hóa nhiều thành phần, có sự tác động qua lại của các quy luật kinh tế:

Đảm bảo về số lượng và chất lượng sản phẩm

Tiết kiệm chi phí, hạ thấp giá thành sản phẩm

Để thực hiện được hai mục đích trên, công ty cần phải nghiên cứu kỹ môi trường kinh doanh bên trong và bên ngoài tác động đến doanh nghiệp. Để có những kế hoạch chiến lược trong ngắn hạn và dài hạn định hướng cho sự phát triển của công ty.

Qua bài thảo luận dưới đây, chúng em sẽ tìm hiểu và phân tích các yếu tố môi trường bên trong và bên ngoài tác động đến Công ty cổ phần sửa chữa ô tô Gang Thép Thái Nguyên.

MỤC LỤC

I. GIỚI THIỆU VỀ CÔNG TY CỔ PHẦN SỬA CHỮA Ô TÔ GANG THÉP THÁI NGUYÊN

1. Quá trình hình thành và phát triển của công ty sửa chữa ô tô gang thép Thái Nguyên.

1.1. Tên và địa chỉ công ty.

1.2. Loại hình của công ty

1.3. Thời điểm và các mốc quan trọng trong quá trình hình thành và phát triển của công ty.

1.4. Quyết định thành lập công ty cổ phần sửa chữa ô tô gang thép Thái Nguyên.

II. CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN MÔI TRƯỜNG KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP.

1. Thế nào là môi trường kinh doanh?

2. Môi trường bên trong doanh nghiệp

2.1. Yếu tố marketing

2.2. Yếu tố khả năng sản xuất

2.3. Yếu tố khả năng nghiên cứu và phát triển

2.4 Yếu tố về tài chính doanh nghiệp

2.5. Yếu tố về nguồn nhân lực doanh nghiệp

2.6. Yếu tố về cơ cấu tổ chức doanh nghiệp

3. Môi trường bên ngoài của doanh nghiệp

3.1. Phân tích môi trường kinh doanh quốc tế

3.1.1.Những ảnh hưởng của nền chính trị thế giới

3.1.2.Các quy định luật pháp của các quốc gia,thông lệ quốc tế

3.1.3.Ảnh hưởng của các yếu tố kinh tế quốc tế

3.1.4Ảnh hưởng của các yếu tố kỹ thuật công nghệ

3.1.5Ảnh hưởng các yếu tố văn hóa xã hội

3.2 Phân tích môi trường kinh tế quốc dân

3.2.1.Ảnh hưởng của các nhân tố kinh tế

3.2.2 Ảnh hưởng của nhân tố pháp luật và quản lý nhà nước về kinh tế

3.2.3.Tác động của nhân tố kỹ thuật công nghệ

3.2.4.Ảnh hưởng của nhân tố tự nhiên và xã hội

3.3. Phân tích môi trường nội bộ ngành

3.3.1. Khách hàn

3.3.2. Đối thủ cạnh tranh

3.3.3. Sản phẩm thay thế

3.3.4. Các đối thủ tiềm ẩn

3.3.5. Các nhà cung ứng nguyên vật liệu

III.TỔNG KẾT MÔI TRƯỜNG KINH DOANH CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN SỬA CHỮA Ô TÔ GANG THÉP THÁI NGUYÊN.

I. GIỚI THIỆU VỀ CÔNG TY CỔ PHẦN SỬA CHỮA Ô TÔ GANG THÉP THÁI NGUYÊN

1. Quá trình hình thành và phát triển của công ty sửa chữa ô tô gang thép Thái Nguyên.

1.1. Tên và địa chỉ công ty.

Tên giao dịch chính thức của công ty: Công ty cổ phần sửa chữa ô tô gang thép Thái Nguyên.

Trụ sở: Phường Cam Giá- Thành phố Thái Nguyên- Tỉnh Thái Nguyên.

Điện thoại: 02803 833 251

Fax: 02803 833 489

Mã số thuế: 4600100155

1.2. Loại hình của công ty

Loại hình doanh nghiệp: Công ty cổ phần

Vốn điều lệ của công ty: 10 tỷ đồng

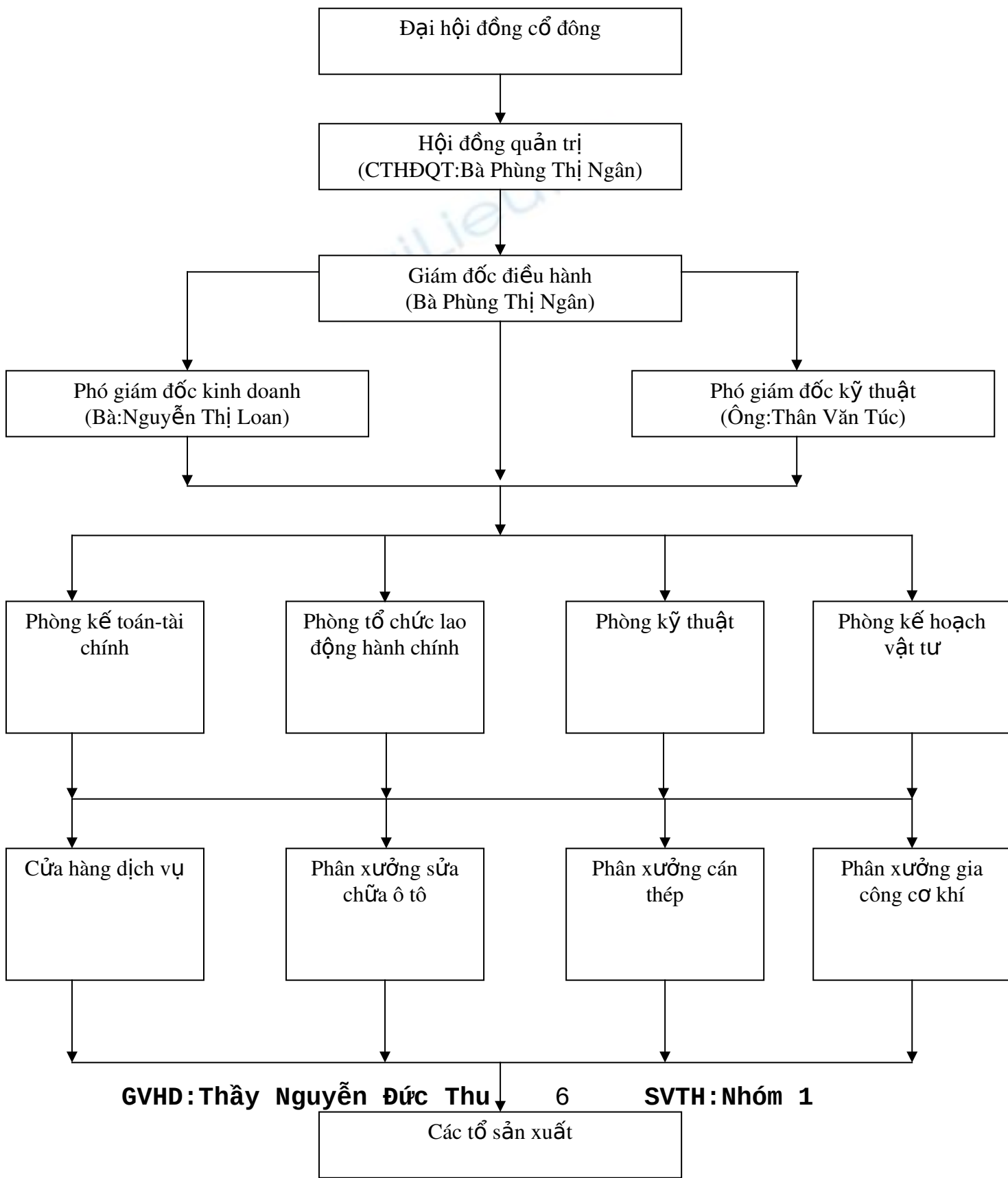
Trong đó:

Vốn nhà nước nắm giữ : 507 000 000 đồng, tương đương 5,07%

Vốn của các cổ đông khác: 9493 000 000 đồng tương đương 94,93 %

(chủ yếu là người lao động trong công ty)

Bộ máy tổ chức của công ty:



Sơ đồ bộ máy tổ chức của công ty cổ phần sửa chữa ô tô gang thép Thái Nguyên

1.3. Thời điểm và các mốc quan trọng trong quá trình hình thành và phát triển của công ty.

Tiền thân của công ty cổ phần sửa chữa ô tô Gang thép Thái Nguyên ngày nay là xí nghiệp sửa chữa xe máy, là đơn vị trực thuộc Công ty gang thép Thái Nguyên. Xưởng sửa chữa xe máy được thành lập theo quyết định số: 1261-Cty-KH ngày 02/10/1967 của giám đốc công ty Gang thép Thái Nguyên.

Năm 1967 công ty được thành lập, một mặt công ty thực hiện hoạt động kinh doanh như: sửa chữa ô tô và các loại phương tiện giao thông cơ giới, mặt khác do chiến tranh, Mỹ tiếp tục ném bom đánh phá trung tâm gang thép gây ra những thiệt hại vô cùng to lớn cho công ty gang thép nói chung và xưởng sửa chữa xe máy nói riêng. Trước tình hình đó cùng với các đơn vị khác trong công ty, công nhân xưởng sửa chữa xe máy đã được điều động và giao nhiệm vụ san lấp hố bom, sửa chữa đường ống thoát nước... Đây là mạch máu quan trọng để phục vụ xưởng luyện gang thép, luyện cốc sản xuất.

Trong giai đoạn 1973-1976 sáu khi tiến hành khôi phục phân xưởng, xí nghiệp hoạt động kinh doanh thêm một số lĩnh vực hoạt động mới như: nấu, luyện cán thép, gia công cơ khí và kết cấu thép, sản xuất các sản phẩm cao su....

Trong giai đoạn 1976-1985 là những năm tháng phân xưởng sản xuất trong thời kỳ cả nước thống nhất, lĩnh vực kinh doanh của doanh nghiệp được duy trì ổn định.

Trong giai đoạn 1986-2002 xí nghiệp mở rộng thêm một số lĩnh vực kinh doanh như: kinh doanh siêu thị, khách sạn, dịch vụ ăn uống. Kể từ đó đến nay lĩnh vực kinh doanh của doanh nghiệp được duy trì và ổn định. Năm 2003 công ty tiến hành cổ phần hóa theo quyết định số 157/2003/QĐ-BCN ngày 2/10/2003 của bộ trưởng bộ công nghiệp, công ty có giấy chứng nhận kinh doanh số 1703000105 do phòng đăng ký kinh doanh sở kế hoạch đầu tư Thái Nguyên cấp ngày 9/6/2004.

Công ty cổ phần sửa chữa ô tô gang thép Thái Nguyên kể từ khi tách khỏi công ty gang thép Thái Nguyên để thành lập một công ty riêng chuyển sang cổ phần hóa là bước ngoặt quan trọng, đánh dấu một sự khởi đầu mới đầy hứa hẹn.

Cổ đông phần lớn là các cán bộ công nhân viên trong công ty, chính họ là những người bỏ tiền ra để mua cổ phần nên để họ gắn bó hơn với công ty, làm việc với tinh thần trách nhiệm cao hơn vì vậy mà mặc dù mới đầu khi tiến hành cổ phần hóa công ty gặp rất nhiều khó khăn nhưng toàn thể cán bộ công nhân viên chức trong công ty đã nỗ lực cố gắng để đưa công ty vượt qua những thời kỳ khó khăn nhất.

Ngày 20/10/2004 công ty cổ phần sửa chữa ô tô gang thép Thái Nguyên tiến hành đại hội đồng cổ đông thành lập gồm 160 cổ đông sáng lập, đại

hội đồng đã thông qua điều lệ tổ chức và hoạt động của công ty, đồng thời bầu ra hội đồng quản trị và ban giám đốc.

Ngày 1/7/2004 công ty cổ phần sửa chữa ô tô gang thép Thái Nguyên chính thức đi vào hoạt động, ngay sau khi đi vào hoạt động công ty tiếp tục duy trì và phát triển sản xuất kinh doanh các sản phẩm thép góc, các sản phẩm mà nhiều năm qua đã mang lại doanh thu lớn cho công ty.

Trong những năm còn là đơn vị thành viên của công ty gang thép Thái Nguyên, xí nghiệp sửa chữa xe máy được nhà nước và công ty gang thép bao cấp. Năm 2004 chuyển sang chế độ tự hạch toán kinh doanh, bước đầu gặp nhiều khó khăn, song ban lãnh đạo năng động chủ động trong sản xuất đưa công ty từng bước vượt qua khó khăn.

Đến nay hoạt động của công ty tương đối ổn định, đời sống của người lao động được cải thiện, thị trường được mở rộng, nâng cao uy tín, tạo dựng mối quan hệ làm ăn lâu dài với các đối tác.

Từ năm 2005 công ty làm ăn có lãi, đây là dấu hiệu đáng mừng, tạo niềm tin cho cán bộ công nhân viên trong toàn công ty, người lao động thêm hăng say, tích cực phấn đấu để nâng cao hiệu quả kinh doanh hơn nữa, đồng thời đem lại niềm tin càng vững chắc cho các đối tác trong kinh doanh.

1.4. Quyết định thành lập công ty cổ phần sửa chữa ô tô gang thép Thái Nguyên.

CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

Số: 157/2003/QĐ-BCN

Hà Nội, ngày 02 tháng 10 năm 2003

QUYẾT ĐỊNH CỦA BỘ TRƯỞNG BỘ CÔNG NGHIỆP

**Về việc chuyển Xí nghiệp Sửa chữa xe máy thuộc Công ty Gang
Thép Thái Nguyên thành Công ty cổ phần Sửa chữa Ô tô Gang
Thép**

BỘ TRƯỞNG BỘ CÔNG NGHIỆP

Căn cứ Nghị định số 55/2003/NĐ-CP ngày 28 tháng 5 năm 2003 của Chính phủ quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Bộ Công nghiệp;

Căn cứ Nghị định số 64/2002/NĐ-CP ngày 19 tháng 6 năm 2002 của Chính phủ về việc chuyển doanh nghiệp nhà nước thành công ty cổ phần;

Xét đề nghị của Tổng công ty Thép Việt Nam (Tờ trình số 2823/T-TC ngày 08 tháng 9 năm 2003), Phương án cổ phần hoá Xí nghiệp Sửa chữa xe máy thuộc Công ty Gang Thép Thái Nguyên và Biên bản thẩm định Phương án của Ban Đổi mới và Phát triển doanh nghiệp Bộ ngày 18 tháng 9 năm 2003;

Theo đề nghị của Ban Đổi mới và Phát triển doanh nghiệp và Vụ trưởng Vụ Tổ chức - Cán bộ,

QUYẾT ĐỊNH

Điều 1. Phê duyệt Phương án cổ phần hoá Xí nghiệp Sửa chữa xe máy thuộc Công ty Gang Thép Thái Nguyên (doanh nghiệp thành viên hạch toán độc lập của Tổng công ty Thép Việt Nam) gồm những điểm chính như sau :

1. Cơ cấu vốn điều lệ :

Vốn điều lệ của Công ty cổ phần là 5.000.000.000 đồng (Năm tỷ đồng chẵn). Trong đó :

- Tỷ lệ cổ phần của Nhà nước : 10,14 %;
- Tỷ lệ cổ phần bán cho người lao động trong Xí nghiệp : 89,86 %.

Trị giá một cổ phần : 100.000 đồng.

2. Giá trị thực tế của Xí nghiệp Sửa chữa xe máy thuộc Công ty Gang Thép Thái Nguyên tại thời điểm ngày 31 tháng 12 năm 2002 để cổ phần hoá (Quyết định số 1822/QĐ-TCKT ngày 30 tháng 7 năm 2003 của Bộ Công nghiệp) là 11.539.334.867 đồng. Trong đó, giá trị thực tế phần vốn Nhà nước tại Xí nghiệp là 2.364.595.186 đồng.

3. Ưu đãi cho người lao động trong Xí nghiệp.

Tổng số cổ phần bán ưu đãi cho 200 lao động trong Xí nghiệp là 37.670 cổ phần với giá trị được ưu đãi là 1.130.100.000 đồng. Trong đó, số cổ phần bán ưu đãi trả chậm cho 37 lao động nghèo là 7.535 cổ phần, trị giá 527.450.000 đồng.

4. Về chi phí cổ phần hoá, đào tạo lại lao động và giải quyết lao động dôi dư của Xí nghiệp, Công ty Gang Thép Thái nguyên làm thủ tục, báo cáo Tổng công ty Thép Việt Nam, Bộ Công nghiệp và các cơ quan chức năng của Nhà nước phê duyệt theo các quy định hiện hành.

Điều 2. Chuyển Xí nghiệp Sửa chữa xe máy thuộc Công ty Gang Thép Thái Nguyên thành Công ty cổ phần Sửa chữa Ô tô Gang Thép,

Trụ sở chính tại : phường Cam Giá, thành phố Thái Nguyên, tỉnh Thái Nguyên.

Điều 3. Công ty cổ phần kinh doanh các ngành nghề :

- Sửa chữa trung, đại tu ô tô, và các loại xe công trình; sửa chữa, bảo dưỡng, bảo hành xe máy;
- Cán thép, đúc các chi tiết bằng kim loại;
- Gia công cơ khí và kết cấu thép;
- Sản xuất các mặt hàng bằng cao su;
- Mua bán xe máy, phụ tùng ô tô, xe máy; kinh doanh xăng dầu, kim khí, vật liệu điện và các dụng cụ kim khí khác;
- Kinh doanh vận tải hàng hoá đường bộ; kinh doanh dịch vụ kho bãi, dịch vụ ăn uống;
- Kinh doanh các ngành nghề khác phù hợp với quy định của pháp luật.

Điều 4. Công ty cổ phần Sửa chữa Ô tô Gang Thép là pháp nhân theo pháp luật Việt Nam kể từ ngày được cấp đăng ký kinh doanh, thực hiện hạch toán kinh tế độc lập, được sử dụng con dấu riêng, được mở tài khoản tại ngân hàng theo quy định của pháp luật, hoạt động theo Điều lệ của Công ty cổ phần và Luật Doanh nghiệp.

Điều 5. Giao Tổng công ty Thép Việt Nam chỉ đạo Công ty Gang Thép Thái Nguyên tiến hành bán cổ phần và tổ chức Đại hội đồng cổ đông lần đầu Công ty cổ phần Sửa chữa Ô tô Gang Thép theo đúng quy định hiện hành.

Tổng giám đốc và Kế toán trưởng Công ty Gang Thép Thái Nguyên có trách nhiệm điều hành công việc của Xí nghiệp cho đến khi bàn giao toàn bộ vốn, tài sản, lao động, đất đai cho Hội đồng quản trị và Giám đốc Công ty cổ phần.

Điều 6. Quyết định này có hiệu lực thi hành sau 15 ngày, kể từ ngày đăng Công báo.

Chánh Văn phòng Bộ, Chánh Thanh tra Bộ, các Vụ trưởng, Cục trưởng thuộc Bộ, Chủ tịch Hội đồng quản trị, Tổng giám đốc Tổng công ty Thép Việt Nam, Tổng giám đốc Công ty Gang Thép Thái Nguyên và Chủ tịch Hội đồng quản trị, Giám đốc Công ty cổ phần Sửa chữa Ô tô Gang Thép chịu trách nhiệm thi hành Quyết định này./.

**KT. BỘ TRƯỞNG BỘ CÔNG
NGHIỆP**

Nơi nhận:

Thứ trưởng

- Như Điều 6,
- Văn phòng Chính phủ,
- Ban Chỉ đạo ĐM và PTDN,
- Bộ Tài chính,
- Bộ Kế hoạch và Đầu tư,
- Bộ Nội vụ,
- Bộ LĐTB và XH,
- Ngân hàng Nhà nước VN,
- UBND tỉnh Thái Nguyên,
- Ctcp Sửa chữa Ô tô Gang Thép (5b),
- Công báo,
- Đ/c Bộ trưởng (để báo cáo),
- Các đ/c Thứ trưởng,
- Các TV Ban ĐM và PTDN Bộ,

Đỗ Hữu Hào

- Lưu VP, TCCB (3b).

2. Chức năng, nhiệm vụ, lĩnh vực hoạt động của công ty Cổ phần sửa chữa ô tô Gang thép Thái Nguyên.

2.1. Chức năng

Công ty có chức năng sửa chữa ô tô, thiết bị vận tải, thi công cơ giới và kết cấu thép các loại, sản xuất thép góc, phụ tùng ô tô xe máy, các sản phẩm bằng kim loại, đúc gang chi tiết... để phục vụ cho các đơn vị thành viên của công ty gang thép Thái Nguyên và đáp ứng nhu cầu thị trường.

Hiện tại công ty vẫn tiếp tục sản xuất các sản phẩm truyền thống của xí nghiệp sửa chữa xe máy trước đây để phục vụ cho các đơn vị thuộc công ty gang thép Thái nguyên và đáp ứng một phần nhu cầu thị trường đó chính là cán thép. Các sản phẩm chính như: thép cán góc 6M, 5.8M,.. ngoài ra còn có các sản phẩm phụ như: sản phẩm gang đúc (C017), tấm lót thân hút bùn 4PNJ, cánh bơm hút bùn 3 cánh, đệm cao su giảm giật.

2.2. Nhiệm vụ

Công ty có nhiệm vụ tiêu thụ sản phẩm hàng hóa và thành phẩm ra bên ngoài thị trường đạt hiệu quả. Cung cấp dịch vụ có chất lượng đem lại hiệu quả cao trong kinh doanh.

2.3. Lĩnh vực hoạt động

Sửa chữa ô tô các loại thiết bị, phương tiện thi công cơ giới, nấu, luyện cán thép, gia công cơ khí và kết cấu thép, sản xuất các sản phẩm cao su, đúc kim loại. Mua bán sắt thép, vật tư, thiết bị. máy công nghiệp... Mua bán, bảo dưỡng, bảo hành xe máy, ô tô. Dịch vụ mua bán hàng hóa, vận tải đường bộ.

Sản phẩm của công ty được cung cấp cho nhiều khách hàng trong nước, các công ty liên doanh, các đối tác làm ăn tin cậy: công ty gang thép Thái Nguyên, công ty kim khí Gia Sàng, nhà máy luyện cán thép Gia Sàng...

II. CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN MÔI TRƯỜNG KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP.

1. Thế nào là môi trường kinh doanh?

Môi trường kinh doanh là tổng hoà các yếu tố vật chất và phi vật chất, hữu hình và vô hình tác động tới hoạt động kinh doanh của chủ thể kinh doanh.

Trong từng trường hợp cụ thể thì các yếu tố vật chất và phi vật chất, hữu hình và vô hình cũng như các chủ thể kinh doanh khác nhau sẽ có những định nghĩa cũng như phạm vi nghiên cứu khác nhau. Do vậy cần tùy tình huống và trường hợp mà có định nghĩa phù hợp.

2. Môi trường bên trong doanh nghiệp

2.1. Yếu tố marketing

Phân tích marketing thường là nội dung đầu tiên của việc phân tích và đánh giá khả năng bên trong doanh nghiệp. Việc phân tích này thường tập trung vào một số vấn đề như: chủng loại sản phẩm, sản phẩm và chất lượng sản phẩm, thị phần, giá sản phẩm, niềm tin của khách hàng đối với sản phẩm, chất lượng và chi phí phân phối hàng hóa. Marketing theo quan điểm hiện đại bắt đầu từ việc nghiên cứu thị trường, xác định nhu cầu từ đó đến khi tiêu thụ hàng hóa là cả một quá trình. Do đó nghiên cứu marketing của doanh nghiệp thường phải cung cấp các thông tin về thị trường, thị phần, doanh thu và chi phí, tính hấp dẫn của ngành hàng, quy mô và mức tăng trưởng của thị trường... Trong đó việc phân

tích marketing của doanh nghiệp cần xác định được các điểm mạnh và yếu hệ thống marketing so với đối thủ cạnh tranh. Vì vậy các biện pháp mà doanh nghiệp áp dụng là:

☛ **Quảng cáo**

Công ty thực hiện chính sách quảng cáo với mục đích:

- ✓ Làm cho hình ảnh về sản phẩm, dịch vụ của công ty luôn có vị trí hàng đầu trong tâm trí người tiêu dùng.
- ✓ Thuyết phục người tiêu dùng sử dụng sản phẩm, dịch vụ, hình thành thói quen tiêu dùng sản phẩm, dịch vụ của công ty thay thế cho các loại sản phẩm, dịch vụ của các công ty khác.
- ✓ Khẳng định uy tín, tạo niềm tin trong tâm trí khách hàng.

Những mục tiêu trên được thể hiện cụ thể bằng các đợt quảng cáo trong suốt cả năm mà công ty tiến hành, các hoạt động quảng cáo trên các phương tiện thông tin đại chúng như:

- ✓ Tạp chí thị trường của bộ tài chính, báo ngành, báo Thái Nguyên nhằm giới thiệu và quảng bá sản phẩm dịch vụ hình ảnh của công ty.
- ✓ Quảng cáo trên truyền hình Thái Nguyên 3 đợt/năm, nhưng hình thức này đòi hỏi chi phí cao.
- ✓ Công ty đã tham gia hội trợ hàng công nghiệp tại Hà Nội, Hải Phòng, Thái Nguyên, Bắc Giang.

☛ **Hoạt động kích thích tiêu thụ sản phẩm, dịch vụ**

Đối với các đại lý trung gian công ty đã và đang áp dụng các phương pháp sau để kích thích họ mua nhiều sản phẩm hơn.

- ✓ Trợ cấp mua hàng: Theo thỏa thuận trợ cấp mua hàng, công ty chuyển cho người trung gian số tiền chiết khấu là 2% tổng doanh thu nếu trong 1 tháng đại lý đó bán hết 50 tấn thép trở lên

✓Hàng tặng: Các trung gian được hỗ trợ chi phí làm biển quảng cáo cho sản phẩm thép của công ty, được tặng giá để thép cây miễn phí khi doanh thu bán sản phẩm của trung gian tăng 20% so với năm trước

☛Hoạt động xúc tiến bán hàng

Mục tiêu xúc tiến bán nhằm vào người tiêu dùng, thuyết phục người tiêu dùng gắn bó với sản phẩm, khuyến khích khách hàng mua và sử dụng sản phẩm của công ty

Mục tiêu xúc tiến nhằm vào các nhà trung gian, tức là căn cứ vào việc mở rộng mạng lưới phân phối, nâng cao hình ảnh sản phẩm, thực hiện khuyến mại cho người tiêu dùng và nhân viên bán hàng, giữa nhà trung gian và Công ty

Căn cứ vào mục tiêu chính , mục tiêu phụ cho một chiến dịch xúc tiến bán hàng từ đó đưa ra cách thức thực hiện hợp lý. Đây là hoạt động gây ra sự chú ý, kích thích khách hàng mua hàng và nâng cao uy tín của công ty

Ngoài những việc đã đạt được .Công ty vẫn còn chưa có sự quan tâm đúng mức tới việc tuyên truyền chương trình qua mạng lưới kênh phân phối, chưa đưa ra nhiều hình thức kích lệ cho các đại lý bán buôn và bán lẻ

Nhờ có hoạt động marketing mà công ty đã tìm cho mình một chỗ đứng của thị trường trong và ngoài tỉnh, điều này thể hiện ở doanh thu từ sản xuất kinh doanh thép góc không ngừng tăng lên

Năm 2010 doanh thu của công ty đạt 49 221 737 699 đồng tăng 16,37% so với năm 2009. Nhờ doanh thu tăng lên nên lợi nhuận cũng tăng theo , năm 2010 lợi nhuận mà công ty đạt được là 1 972 847 954 đồng tăng

21,27% so với năm 2009, kết quả này là mọi cố gắng nỗ lực hết mình của toàn thể cán bộ công nhân viên công ty.

Doanh thu tăng, thị phần được mở rộng, đời sống và điều kiện người lao động được cải thiện, những thành công này là tiền đề để vững chắc cho sự phát triển của công ty trong thời gian tới.

Trong thời gian tới, công ty cần phải tăng cường hơn nữa hoạt động marketing, tổ chức hệ thống phân phối sản phẩm đa dạng hơn v.v....

Mặt khác công ty không ngừng nâng cao chất lượng sản phẩm để có thể không những giữ vững mà còn nâng cao vị thế của mình.

2.2. Yếu tố khả năng sản xuất

Dự báo tiêu thụ = Dự báo thị trường x thị phần dự báo

Dự báo tiêu thụ tốt nhất là sau khi đã ước tính tiềm năng của thị trường và tiềm năng tiêu thụ, nó thường được ước tính với giai đoạn một năm, vì doanh số dự báo hằng năm thường gắn liền với những kế hoạch và báo cáo tái chính hằng năm và thường dựa trên hững báo cáo về sự tăng trưởng kinh tế hằng năm.

Dự báo tiêu thụ với giai đoạn ngắn hơn một năm thường được sử dụng khi doanh nghiệp hoạt động trong một ngành công nghiệp rất biến động, do đó việc dự báo doanh số cho cả năm là không khả thi, khi đó người ta có thể dự báo tiêu thụ theo tháng hoặc theo quý
Nhu cầu hiện tại đối với một loại sản phẩm có thể xác định theo công thức:

$S = n.p.q$ (tính theo giá trị)

Hay: $Q = n.q$ (tính theo số lượng)

Trong đó:

S, Q: nhu cầu thị trường

n: là số người mua sản phẩm đó dưới giả thiết nhất định

q: số lượng sản phẩm được mua bởi một người mua trung bình

p: giá bán trung bình của một sản phẩm

Trong ba yếu tố n,p,q, yếu tố khó tính nhất là n (có thể dùng phương pháp loại trừ dần hoặc phương pháp chuỗi tỉ số để tính n)

Hiện tại công ty đang sử dụng phương pháp tốc độ tăng trưởng bình quân để dự báo nhu cầu tiêu thụ sản phẩm (doanh thu): tính tốc độ tăng trưởng của một số năm gần đây, sau đó dùng tốc độ này để dự báo doanh số trong giai đoạn tiếp theo.

Kết quả sản xuất và tiêu thụ sản phẩm qua các năm

Khối lượng, giá trị sản phẩm sản xuất

Khối lượng sản phẩm sản xuất là một chỉ tiêu quan trọng vì nó cho thấy năng lực sản xuất của doanh nghiệp.

Về giá trị: năm 2010 tăng 7472175550 đồng, tương ứng với 16,23% so với năm 2009. Trong đó:

+ Sản phẩm sản xuất chính tăng 18,46% khối lượng sản phẩm, tương ứng với 17,06% giá trị.

+ Sản phẩm sản xuất phụ tăng 3240521508 đồng, tương ứng với 7,14%.

+ Thành phần sản xuất khác tăng 33147240 đồng, tương ứng với 6,96%.

Những số liệu trên chứng tỏ uy tín, năng lực cạnh tranh ... của công ty đang được nâng lên và dần tạo được niềm tin trong khách hàng.

Khối lượng, giá trị sản phẩm, dịch vụ tiêu thụ

Kết quả hoạt động kinh doanh ở doanh nghiệp phải được xem xét trên cơ sở căn cứ theo loại hình từng doanh nghiệp cụ thể, các doanh nghiệp sản xuất phải đảm bảo kết quả sản xuất nhằm cung cấp khối lượng sản phẩm theo yêu cầu của khách hàng về số lượng, chất lượng và chủng loại... Kết quả này đều thông qua công tác tiêu thụ sản phẩm.

Để đánh giá tình hình tiêu thụ sản phẩm, dịch vụ của công ty cổ phần sửa chữa ô tô Gang Thép Thái Nguyên cần phân tích một số chỉ tiêu sau:

Khối lượng giá trị sản phẩm, dịch vụ tiêu thụ

Tổng khối lượng sản phẩm, dịch vụ năm 2010 so với năm 2009 tăng là do:

+Nguyên nhân chủ yếu: thành phẩm sản xuất chính đạt 5527,315 tấn, tăng 829,99 tấn, tương ứng với 18,73% so với năm 2009

+Bên cạnh đó, thành phẩm sản xuất phụ và thành phẩm sản xuất khác của năm 2010 cũng tăng so với năm 2009

Tổng giá trị sản phẩm, dịch vụ tiêu thụ năm 2010 đạt 49221737699 đồng, tăng 6925137790 đồng, tương ứng với 16,37% so với năm 2009 là do:

Giá trị thành phẩm sản xuất chính tiêu thụ đạt 45274263186 đồng, tăng 6666255210 đồng, tương ứng với 17,27%

Giá trị thành phẩm sản xuất phụ tiêu thụ đạt 3473751593 đồng, tăng 228201353 đồng, tương ứng với 7,03%

Giá trị thành phẩm sản xuất khác tiêu thụ đạt 473722920 đồng, tăng 30681225 đồng, tương ứng với 6,93%

=>Tình hình sản xuất kinh doanh của công ty đang biểu hiện theo chiều hướng tốt qua 2 năm gần đây. Có được kết quả đó là nhờ sự cố gắng của cán bộ công nhân viên công ty.

2.3.Yếu tố khả năng nghiên cứu và phát triển

Hoạt động nghiên cứu của doanh nghiệp bao gồm các hình thức như: nghiên cứu ứng dụng, nghiên cứu sản phẩm sản xuất, nghiên cứu chế biến, nghiên cứu vật liệu. Ngoài ra còn phải nghiên cứu đến thị trường và nghiên cứu tác nghiệp. Tuy nhiên công ty cổ phần sửa chữa ô tô gang thép Thái Nguyên vẫn chưa có bộ phận nghiên cứu và phát triển riêng,