



**Đại học Hoa Sen**  
**Khoa Kinh tế Thương mại**  
**Ngành Marketing**

**BÁO CÁO THỰC TẬP TỐT NGHIỆP**

**ĐỀ TÀI: CẢI THIỆN HOẠT ĐỘNG KINH DOANH**  
**CỦA CÔNG TY TNHH CNTT NÓNG ĐỎ**

<b>Sinh viên thực hiện:</b>	Lê Nguyễn Quang Huy
<b>Lớp:</b>	MK0913
<b>MSSV:</b>	093232
<b>Cơ quan đến thực tập:</b>	Công ty TNHH CNTT Nóng Đỏ
<b>Thời gian:</b>	Từ 17/09/2012 đến 14/12/2012
<b>Người hướng dẫn:</b>	Anh Nguyễn Tử Hải
<b>GVHD:</b>	Thầy Nguyễn Tấn Dũng

**Tháng 12/ Năm 2012**

## TRÍCH YẾU

Mục đích của đề án thực tập nhận thức này nhằm giúp tôi tìm hiểu, hội nhập môi trường làm việc chuyên nghiệp và cơ cấu hoạt động của doanh nghiệp, tại đây là công ty Trách nhiệm Hữu hạn Nóng Đỏ. Quá trình thực tập và học hỏi ở công ty tôi đã tham khảo và nghiên cứu cách làm việc, học hỏi và những kỹ năng giao tiếp hiệu quả hơn và có thể áp dụng vào công việc cũng như học tập, đồng thời biết chú trọng vào tính chất và các quy định, tác phong làm việc ở môi trường doanh nghiệp. Thời gian thực tập tại công ty đã mang lại cho tôi kinh nghiệm và trải nghiệm thực tế, áp dụng một phần những kiến thức đã học vào công việc và góp nhặt những kiến thức và kỹ năng thu nhặt được nhằm giúp ích hơn trong suốt quá trình nghiên cứu còn lại ở trường Đại học.

---

---

## MỤC LỤC

<b>TRÍCH YẾU</b> .....	<b>I</b>
<b>MỤC LỤC</b> .....	<b>II</b>
<b>LỜI CẢM ƠN</b> .....	<b>1</b>
<b>NHẬN XÉT CỦA GIÁNG VIÊN HƯỚNG DẪN</b> .....	<b>2</b>
<b>NHẬN XÉT CỦA NGƯỜI CHĂM BẢO CÁO</b> .....	<b>3</b>
<b>NHẬN XÉT CỦA CÔNG TY THỰC TẬP</b> .....	<b>4</b>
<b>NHẬP ĐỀ</b> .....	<b>5</b>
<b>1. GIỚI THIỆU CÔNG TY THỰC TẬP</b> .....	<b>6</b>
1.1. SƠ LƯỢC VỀ CÔNG TY .....	6
1.2. CÁC NGÀNH NGHỀ KINH DOANH .....	7
1.3. CƠ CẤU TỔ CHỨC CÔNG TY VÀ SƠ ĐỒ TỔ CHỨC CỦA BỘ PHẬN THỰC TẬP.....	8
<b>2. CÔNG VIỆC THỰC TẬP</b> .....	<b>9</b>
2.1. Nhập & lưu trữ thông tin sản phẩm .....	9
2.2. Cập nhật các thông tin trên mạng .....	10
2.3. Gửi email, gọi điện giới thiệu sản phẩm và nhận điện thoại đặt hàng .....	11
<b>3. CHUYÊN ĐỀ: CẢI THIỆN HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA CÔNG TY</b> .....	<b>11</b>
3.1. HOẠT ĐỘNG KINH DOANH HIỆN TẠI .....	11
3.2. PHÂN TÍCH SWOT .....	12
3.3. GIẢI PHÁP NÂNG CAO HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CHO CÔNG TY.....	13
3.3.1. Giải pháp về môi trường bên ngoài .....	13
3.3.2. Chiến lược kinh doanh.....	15
3.3.3. Giải pháp về tình hình hoạt động kinh doanh.....	16
3.4. ĐÁNH GIÁ .....	19
3.5. KẾT LUẬN .....	19
<b>4. HẠN CHẾ CỦA ĐỀ TÀI</b> .....	<b>20</b>
<b>KẾT LUẬN</b> .....	<b>21</b>
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO</b> .....	<b>22</b>
<b>PHỤ LỤC</b> .....	<b>1</b>
<b>THÔNG TIN LIÊN HỆ</b> .....	<b>2</b>

## LỜI CẢM ƠN

Trong suốt quá trình thực hiện báo cáo tôi xin cảm ơn sự nhiệt tình giúp đỡ và tạo điều kiện thuận lợi cũng như môi trường làm việc hiệu quả từ phía Công ty TNHH CNTT Nóng Đỏ. Cảm ơn các anh/chị ở các bộ phận, phòng ban trong công ty đã hướng dẫn và sắp xếp công việc phù hợp trong suốt quá trình thực tập tại công ty để tôi có thể hoàn thành bản báo cáo thực tập này.

Bên cạnh đó, tôi cũng chân thành cảm ơn sự hướng dẫn tận tình của Giám đốc Phan Phùng Viễn Phương và anh Nguyễn Tử Hải (nhân viên Marketing của công ty) trong việc tư vấn những thắc mắc của tôi trong lần thực tập này để có thể hoàn thành bài báo cáo đúng kỳ hạn quy định.

---

---

## NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Chữ kí của Giảng viên hướng dẫn                      Tp. HCM, Ngày.....tháng.....năm

**NHẬN XÉT CỦA NGƯỜI CHĂM BÁO CÁO**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Chữ kí của Người chăm báo cáo                  Tp. HCM, Ngày.....tháng.....năm

**NHẬN XÉT CỦA CÔNG TY THỰC TẬP**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Chữ kí của Người hướng dẫn

Tp. HCM, Ngày.....tháng.....năm

## NHẬP ĐỀ

Nhằm tạo điều kiện để sinh viên tiếp cận môi trường làm việc chuyên nghiệp và nghiêm túc của một doanh nghiệp, đồng thời vận dụng lí thuyết nghiên cứu trong quá trình học Đại học vào thực tiễn, thực tập là quá trình và cơ hội học hỏi để sinh viên làm quen với cách làm việc và cơ cấu tổ chức của một doanh nghiệp cũng như học hỏi cách giao tiếp, ứng xử trong môi trường làm việc mang tính thách thức ở công ty.

Tự nhận thấy cơ hội và thách thức của môi trường làm việc tại doanh nghiệp nói riêng và suốt quá trình thực tập nhận thức nói chung, tôi đã đặt ra mục tiêu để phấn đấu nhằm đánh giá khả năng làm việc và học tập trong 8 tuần thực tập:

- Mục tiêu thứ nhất: Nắm bắt được cơ cấu và mô hình tổ chức của công ty nhằm giúp cho công việc thuận lợi hơn
- Mục tiêu thứ hai: Tạo được niềm tin và mối quan hệ với các nhân viên trong công ty, rèn luyện kĩ năng giao tiếp, đóng góp và ý kiến về công việc với người hướng dẫn. Đề xuất ý tưởng (nếu thấy phù hợp với công việc được giao)
- Mục tiêu thứ ba: Áp dụng kiến thức đã học vào công việc và học hỏi những kĩ năng mới, cả về chuyên môn (nếu có).

Với các mục tiêu đề ra và dưới sự hướng dẫn của anh Phan Phùng Viễn Phương và người trực tiếp hướng dẫn cùng bộ phận trong công ty là anh Nguyễn Tử Hải, tôi đã tích lũy được nhiều kinh nghiệm và tiếp thu sự chỉ dạy để hoàn thành tốt công việc của mình.



## 1. GIỚI THIỆU CÔNG TY THỰC TẬP

### 1.1. Sơ lược về công ty

- Tên giao dịch: RED HOT IT CO.,LTD
- Địa chỉ: 166/20G Hồ Bá Kiện, Phường 15, Quận 10, Thành Phố Hồ Chí Minh
- Giám đốc/ Đại diện pháp luật: Phan Phùng Viên Phương
- Giấy phép kinh doanh: 0310363211. Ngày cấp: 31/08/2011
- Mã số thuế: 0310363211
- Ngày hoạt động: 01/03/2011
- Hoạt động chính: Buôn bán máy vi tính, thiết bị ngoại vi và phần mềm
- Website con của công ty:

*Dell Saigon*

**SỬA CHỮ LAPTOP CHUYÊN NGHIỆP**

**KHUYẾN MÃI GIÁ SỐC**

HP Pavilion G4 13S7TX	Sony Vaio SVE15-114FX/S	Dell Vostro 3560	HP Probook 4540s	Dell Audi A5 5520-17	Dell Audi A4 5420-15
9.300.000đ	15.200.000đ	14.700.000đ	14.200.000đ	16.900.000đ	13.400.000đ

Tặng **USB 4GB** bảo hành **5 năm** + Túi xách + Mouse Smart + các phụ kiện khác + Phiếu giảm giá **10%** khi sửa chữa Laptop

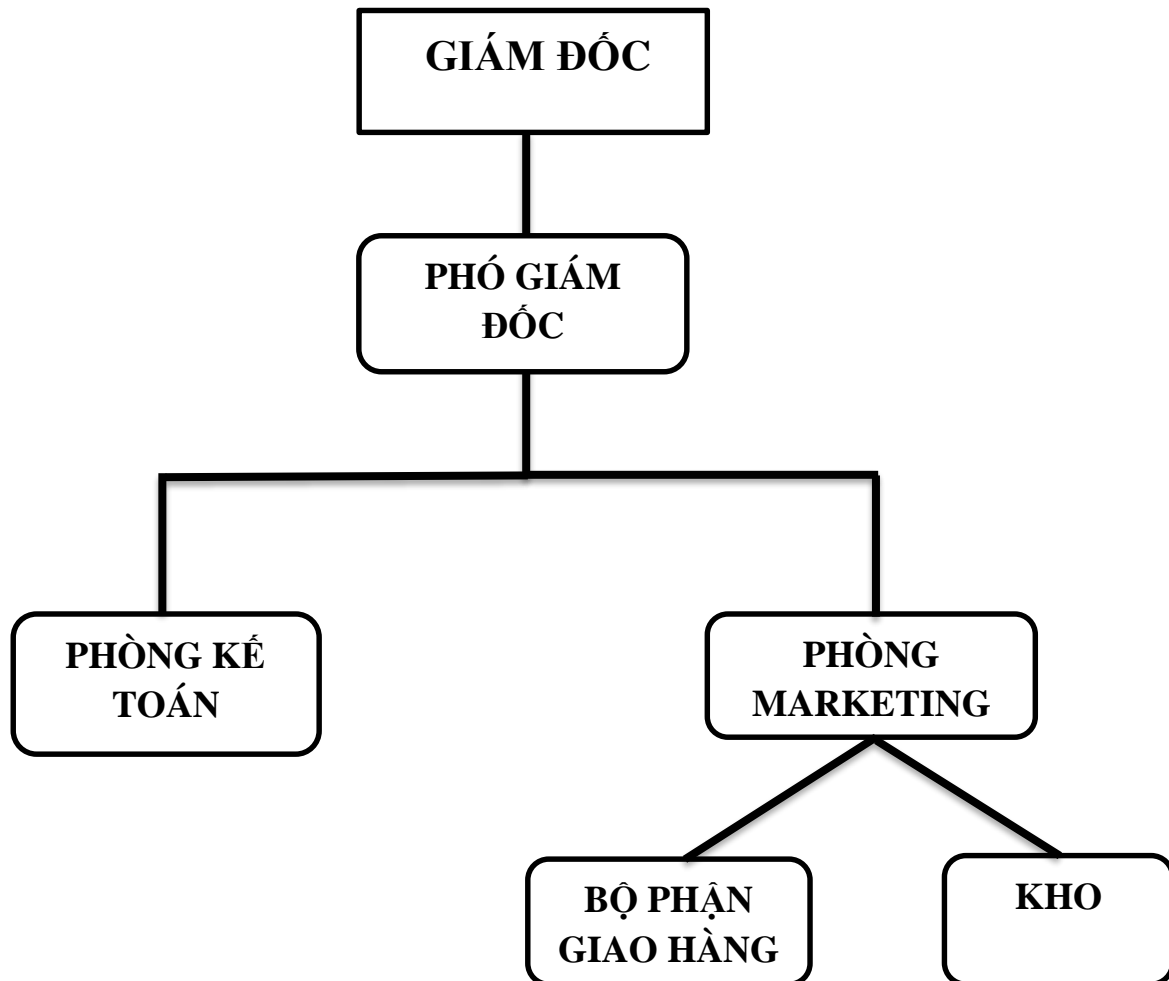
Laptop    Linh kiện    Phần mềm    Điện thoại    Sửa chữa Laptop

(Nguồn: Chụp từ Website <http://dellsaigon.com/shop/>)

## 1.2. Các ngành nghề kinh doanh

STT	Tên Ngành	Mã Ngành	Ngành Chính
1	Bán buôn máy vi tính, thiết bị ngoại vi và phần mềm	4651	Y
2	Hoạt động dịch vụ công nghệ thông tin và dịch vụ khác liên quan đến máy vi tính	6209	N
3	Sửa chữa máy vi tính và thiết bị ngoại vi	9511	N
4	Lập trình máy vi tính	6201	N
5	Tư vấn máy vi tính và quản trị hệ thống máy vi tính	6202	N
6	Bán buôn thiết bị và linh kiện điện tử, viễn thông	4652	N
7	Bán lẻ máy vi tính, thiết bị ngoại vi, phần mềm và thiết bị viễn thông trong các cửa hàng chuyên doanh	4741	N
8	Bán buôn máy móc, thiết bị và phụ tùng máy khác	4659	N

### 1.3. Cơ cấu tổ chức công ty và sơ đồ tổ chức của bộ phận thực tập



(Nguồn: Tự vẽ)

Bộ phận Tiếp thị - Marketing chủ yếu phụ trách mảng tiếp thị sản phẩm và quảng bá hình ảnh, giới thiệu thông tin đến khách hàng và đối tác, tổ chức, bao gồm:

- Đăng quảng cáo, quản lí các thông tin trên internet công ty (bao gồm các thông tin rao vặt, quảng cáo, thông tin hồ sơ của công ty trên các trang web giới thiệu việc làm, tuyển dụng)

- Phụ trách khảo sát thị trường, tư vấn mẫu mã máy hiện có
- Quản lý việc in và chuyển báo giá đến khách hàng, cập nhật báo giá (nếu có)
- Tìm kiếm khách hàng doanh nghiệp

## 2. CÔNG VIỆC THỰC TẬP

Phần lớn các công việc thực tập tại công ty là các công việc văn phòng, do tính chất công việc của bộ phận thực tập có liên quan tới chuyên ngành học và một số kỹ năng đã học trước đây. Dưới đây là các công việc đã chiếm phần lớn thời gian trong suốt kỳ thực tập nhận thức:

### 2.1. Nhập & lưu trữ thông tin sản phẩm

Một trong những yêu cầu của công việc là nhập và quản lý thông tin mới, chủ yếu là các mẫu sản phẩm mới sắp được đưa ra để có những chiến lược tiếp thị thích hợp

- Cách thực hiện:

Sử dụng những hình ảnh chụp sản phẩm, ghi rõ thông tin (chủng loại, chất liệu, giá thành...) đính kèm trong file cùng tên, để mỗi loại sản phẩm trong một thư mục trong các tệp chứa thông tin sản phẩm rồi lưu lại trong ổ cứng,

Cấu trúc 1 thư mục bao gồm:

Hình ảnh + file word chứa thông tin sản phẩm (Lưu ý rằng tên file hình và file word phải trùng nhau để dễ liên kết và tìm kiếm)

- Nhận xét:

Chỉ cần thạo cách sử dụng và quản lý tập tin trong Windows sẽ dễ dàng thao tác công việc này, tuy nhiên số lượng ảnh rất nhiều và thông tin chưa xử lý để gây nhầm lẫn do đó phải cần đến số liệu đã in ra để phân loại.

- Đánh giá:

Thực hiện khá tốt

## 2.2. Cập nhật các thông tin trên mạng

Hầu hết các doanh nghiệp lớn đều đưa thông tin lên mạng nhằm quảng bá tên tuổi và đáp ứng nhu cầu liên hệ của các đối tác/khách hàng. Việc kiểm tra và cập nhật thường xuyên các thông tin này nhằm đảm bảo thông tin luôn đầy đủ và tiện theo dõi các hoạt động liên hệ của khách hàng để sẵn sàng đáp ứng.

- Cách thực hiện:

i) Vào tài khoản của công ty trên các trang đối tác như [www.vatgia.com](http://www.vatgia.com); [www.123mua.com](http://www.123mua.com) (thông tin sản phẩm); [www.vietnamworks.com](http://www.vietnamworks.com) (thông tin tuyển dụng các vị trí của công ty); [www.dellsaigon.com](http://www.dellsaigon.com) để cập nhật hình ảnh các mặt hàng của công ty cũng như các thông tin về tuyển dụng.

ii) Chú ý khi đăng mới các tin quảng cáo hoặc chỉnh sửa hồ sơ của công ty trên các trang web giới thiệu phải được sự đồng ý và giám sát của cấp trên và cập nhật đúng để thông tin luôn được đảm bảo và tránh gây nhầm lẫn cho khách hàng, nhất là các thông tin về giá cả hoặc liên lạc. Những hình ảnh sử dụng đã được sao lưu và có thông tin đi kèm chính xác.

Ngoài ra còn phải kiểm tra email của khách hàng trong các hộp thư, báo cáo lại với trưởng phòng và trả lời mail bằng hộp thư nhân viên của công ty (ví dụ [lenguyenquanghuy@nongdo.com](mailto:lenguyenquanghuy@nongdo.com))

- Nhận xét:

Hoàn thành tốt và nhanh chóng

Một trong những kinh nghiệm tôi học hỏi được trong việc tiếp thị trên internet chính là lượng thông tin trên mạng phải vừa đủ để dễ kiểm soát, chỉnh sửa và phải dễ tìm kiếm để thu hút khách hàng và đối tác. Đồng thời thông tin phải xác thực, súc tích và giàu hình ảnh, chi tiết rõ ràng. Tập trung vào các mặt hàng phổ biến rồi mới đến những sản phẩm ít được biết đến hơn. Ngoài các website quảng cáo còn có thể tạo tài khoản trên các diễn đàn doanh nghiệp để dễ nắm bắt thị trường hơn.

Khi phản hồi thư điện tử liên hệ của khách hàng, phải liên hệ những người phụ trách các loại mặt hàng và hỏi ý kiến trước khi trả lời do tính chất quan trọng của thông tin đến khách hàng.

### **2.3. Gửi email, gọi điện giới thiệu sản phẩm và nhận điện thoại đặt hàng**

- Cách thực hiện:

i) Đối với những sản phẩm có sẵn hoặc khi có thêm mặt hàng mới thì lấy file Excel đã lưu trong máy tính, sử dụng phần mềm Microsoft Excel để tra tên sản phẩm và chỉnh sửa, sau đó lưu lại, cập nhật file báo giá mới và cuối cùng là gửi email cho khách hàng.

ii) Gọi điện tới khách hàng và giới thiệu sản phẩm mỗi khi công ty nhập hàng mới về kho. Ghi nhận và trả lời các thắc mắc của khách hàng.

iii) Nhận điện thoại đặt hàng từ các khách hàng. Ghi chép số lượng mà khách hàng yêu cầu và sau đó ghi hóa đơn rồi chuyển xuống kho để xuất và giao hàng.

- Nhận xét:

Phải nắm bắt được số lượng hàng hóa còn trong kho và số lượng hàng hóa mới nhập về để linh hoạt trong việc bán hàng. Thông tin về các mặt hàng mới phải được cập nhật chính xác. Chú ý là gọi điện thoại chào hàng sau khi đã gửi email đầy đủ về sản phẩm mới tới khách hàng. Bên cạnh đó, các hóa đơn đặt hàng phải được ghi đầy đủ, chính xác, rõ ràng và luôn nhắc lại hóa đơn đặt hàng cho khách để xác nhận thông tin.

## **3. CHUYÊN ĐỀ: CẢI THIỆN HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA CÔNG TY**

### **3.1. Hoạt động kinh doanh hiện tại**

Công ty TNHH CNTT Nóng Đỏ là một doanh nghiệp uy tín hàng đầu trong việc cung cấp sỉ và lẻ các sản phẩm, dịch vụ liên quan đến các linh kiện điện tử, máy vi tính xách tay, phần mềm, điện thoại, ... Vì khách hàng của công ty chủ yếu là các doanh nghiệp nên việc xây dựng uy tín cho công ty luôn là điều quan trọng. Do vậy, công ty luôn hướng đến việc cung cấp cho khách hàng những sản phẩm được nhập khẩu từ nước

ngoài với chất lượng tốt và giá cả phù hợp. Với nguồn dữ liệu khách hàng sẵn có dồi dào, Nóng Đỏ luôn đáp ứng nhanh chóng nhu cầu khách hàng đặt ra và luôn đạt được sự hài lòng, tin tưởng từ phía khách hàng doanh nghiệp.

Tuy nhiên, hoạt động bán hàng của công ty vẫn còn quá nhiều bất cập khi chất lượng dịch vụ bảo hành vẫn chưa tốt, điều này đã khiến cho lượng khách hàng của công ty giảm đi và hình ảnh của công ty giảm sút trong lòng khách hàng. Bên cạnh đó, việc website của công ty chưa có có đã khiến khách hàng không tiếp cận được với công ty và đi tìm một doanh nghiệp khác thay thế.

Chính vì vậy, đội ngũ điều hành công ty cần phải đưa ra những giải pháp kịp thời để nhanh chóng khắc phục những lỗ hổng đó để giữ vững uy tín, niềm tin của công ty trong tâm trí khách hàng.

### 3.2. Phân tích SWOT

<b>ĐIỂM MẠNH (S)</b>	<b>ĐIỂM YẾU (W)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Uy tín</li> <li>- Giá cả cạnh tranh</li> <li>- Sản phẩm có chất lượng tốt</li> <li>- Nguồn dữ liệu khách hàng sẵn có</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Website chính thức chưa có</li> <li>- Dịch vụ bảo hành kém</li> <li>- Hình ảnh công ty trên thị trường không phổ biến</li> </ul>
<b>CƠ HỘI (O)</b>	<b>ĐE DỌA (T)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Công nghệ thông tin ngày càng phát triển -&gt; Khả năng tăng thêm nhu cầu thị trường</li> <li>- Đời sống của người dân ngày càng cao</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nhiều công ty đang gia nhập ngành</li> <li>- Thay đổi nhu cầu của người mua và sở thích của họ</li> <li>- Những đối thủ có giá thấp hơn</li> </ul>

➤ **Chiến lược kết hợp:**

**S - O (Chiến lược phát triển):** hiện nay, việc nhu cầu của thị trường ngày càng cao về sản phẩm có chất lượng. Với nguồn cung dồi dào, nguồn tài chính mạnh của mình, công ty cần phải liên tục nghiên cứu cải tiến sản phẩm hiện có của mình theo hướng chất lượng ngày càng chiếm tỷ trọng lớn hơn trong cơ cấu sản phẩm của công ty nhằm tận dụng nguồn cung dồi dào và nhu cầu ngày càng cao về sản phẩm điện tử có chất lượng.

**W - O:** nhằm khắc phục những bất ổn về thị trường tiêu thụ, với những thế mạnh của mình công ty cần phải đẩy mạnh hoạt động marketing, xúc tiến thương mại, khai phá thị trường nhằm tìm ra những thị trường tiêu thụ mới tránh bị động về thị trường.

**S - T:** để đáp ứng nhu cầu về sản phẩm chất lượng và mức độ an toàn khi sản phẩm ngày càng cao thì với những thế mạnh của mình công ty cần phải đẩy mạnh kiểm soát chất lượng từ khâu đầu vào cho đến khâu tiêu thụ sản phẩm nhằm tạo lợi thế cạnh tranh và uy tín cho công ty.

**W - T:** với thế mạnh về nguồn tài chính cùng với sự uy tín của công ty, công ty có thể kết hợp với nhà cung cấp để kiểm soát chặt chẽ nguồn nguyên liệu đầu vào để hạn chế những rủi ro từ việc nguồn cung cũng như chất lượng đầu vào không ổn định.

➔ Trong tình hình kinh tế sau khủng hoảng, Nóng Đỏ hiện đang sử dụng chiến lược S-O: dựa trên ưu thế của công ty để tận dụng các cơ hội của thị trường. Nâng cao dịch vụ chăm sóc khách hàng doanh nghiệp, thiết lập hệ thống quan hệ chặt chẽ với khách hàng.

### **3.3. Giải pháp nâng cao hoạt động kinh doanh cho công ty**

#### **3.3.1. Giải pháp về môi trường bên ngoài**

Môi trường kinh doanh không diễn ra gay gắt về mặt cạnh tranh cũng như những yếu tố khác, những tác động chủ yếu là những điều kiện tự nhiên, kinh tế, khách hàng v.v... Qua những phân tích về môi trường kinh doanh bên ngoài của công ty, các yếu tố ảnh hưởng trực tiếp hoặc gián tiếp đến hoạt động kinh doanh tại công ty. Từ đó có một số giải pháp sau:



➤ **Ứng phó với đối thủ cạnh tranh:**

Trong ngành kinh doanh đồ điện tử như hiện nay, tình hình cạnh tranh giữa các doanh nghiệp luôn diễn ra ngày càng gay gắt. Các công ty không ngừng phát triển sản phẩm mới, mở rộng thị trường, các hệ thống phân phối mới. Do vậy, công ty nên tìm cách phát huy tối đa điểm mạnh của mình, khắc phục điểm yếu bằng cách thêm những hoạt động marketing, tiếp cận với khách hàng nhiều hơn. Nên đề ra những chiến lược kinh doanh cụ thể phù hợp với tình hình biến động tại địa phương. Tạo niềm tin, uy tín thương hiệu tại địa phương. Khi đó, nếu xuất hiện đối thủ cạnh tranh thì sự cạnh tranh của công ty có ưu thế hơn.

➤ **Ứng xử với khách hàng:**

Khách hàng là yếu tố quan trọng trong việc quyết định sống còn của các doanh nghiệp cũng như của công ty. Khách hàng chủ yếu của công ty là khách hàng doanh nghiệp và công ty bán trực tiếp cho các doanh nghiệp khách hàng đó nên có lợi thế về khả năng tiếp cận, lắng nghe những ý kiến, tâm tư, nguyện vọng trực tiếp từ phía khách hàng.

Công ty đang được lòng tin ở khách hàng, đó là điểm mạnh và cần được duy trì phát huy lòng tin đó. Các chương trình quảng cáo cũng tác động mạnh đến khách hàng, do đó cũng cần đẩy mạnh các chương trình quảng cáo, tiếp thị.

➤ **Đối với nguồn nguyên liệu:**

Nguồn nguyên liệu đầu vào của công ty 100% được nhập khẩu từ nước ngoài nên biến động về tỷ giá tác động rất lớn. Để có thể khắc phục được điều đó thì công ty có thể trữ lượng nguyên liệu đầu vào khi tỷ giá thay đổi xuống ở mức lợi nhuận dự kiến thực hiện trong kế hoạch. Tránh trường hợp tỷ giá lên cao trong lúc nhập nguyên liệu, lúc đó lợi nhuận không được nâng cao.

➤ **Ứng dụng công nghệ:**

Công ty nên ứng dụng các công nghệ hiện đại ngày nay vào việc quản lý bán hàng, nhằm tối đa hóa thời gian làm việc. Các báo cáo về việc bán hàng cũng như quản lý sẽ được thực hiện 100% trên vi tính và báo cáo trực tiếp lên công ty bằng E-mail hoặc các hình thức nhanh gọn khác.

### **3.3.2. Chiến lược kinh doanh**

➤ **Chiến lược về sản phẩm:**

Tiếp tục duy trì các mặt hàng như hiện tại, và công ty cần cố gắng nghiên cứu để phát triển những loại hình dịch vụ mới để làm hài lòng khách hàng hơn.

➤ **Chiến lược giá cả:**

Mức giá hiện tại khá phù hợp, không nhất thiết phải chú trọng đến việc tăng giá sản phẩm. Nếu tăng giá sản phẩm lên sẽ làm ảnh hưởng đến lượng tiêu thụ. Có thể áp dụng các hình thức như chiết khấu và một số dịch vụ hậu mãi (giao hàng miễn phí cho các khách hàng mua với số lượng lớn).

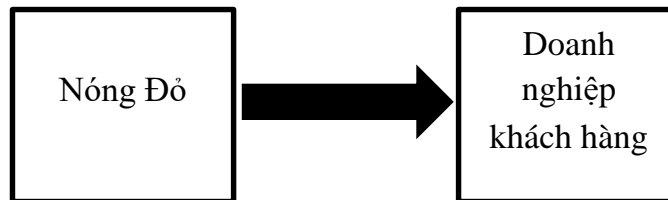
➤ **Chiến lược phân phối:**

Hiện tại kênh phân phối của chi nhánh hoàn toàn là phân phối trực tiếp. Và lợi ích của kênh phân phối trực tiếp này mang lại:

+ Chủ động kiểm soát dòng thông tin và sự thuyết phục giữa doanh nghiệp và khách hàng. Do không có trung gian giữa khách hàng và doanh nghiệp nên dòng thông tin không bị lệch lạc do nằm hoàn toàn dưới sự kiểm soát của doanh nghiệp. Sự thuyết phục mà doanh nghiệp gửi đến cho khách hàng cũng tương tự như vậy.

+ Doanh nghiệp không phải trả hoa hồng cho trung gian. Phần hoa hồng này là giảm doanh thu của doanh nghiệp hoặc mất một phần lợi thế giá của sản phẩm của doanh nghiệp.

- Sơ đồ kênh phân phối



➤ **Chiến lược chiêu thị:**

Công ty để tổ chức các chương trình hội nghị, giới thiệu sản phẩm mới hoặc những buổi thảo luận về những vấn đề gặp phải khi sử dụng sản phẩm. Từ đó, vừa quảng cáo sản phẩm, vừa hướng dẫn khách hàng, vừa tạo sự gắn kết giữa công ty với khách hàng hơn. Các hoạt động đó giúp công ty chủ động hơn trong việc bán hàng. Ngoài ra nên áp dụng các chương trình khuyến mãi, quảng cáo trên các băng rôn, tờ rơi.

### 3.3.3. Giải pháp về tình hình hoạt động kinh doanh

Qua phân tích về tình hình hoạt động kinh doanh tại công ty, sau đây là một số giải pháp giúp các hoạt động tốt hơn, có thể khắc phục được những tình trạng hiện tại mà công ty đang gặp phải.

➤ **Về tình hình nhập kho:**

Hiện tại tình hình nhập kho rất linh hoạt trong cách thức vừa nhập kho vừa phân phối trực tiếp sản phẩm tới khách hàng doanh nghiệp. Tuy vậy, lượt vận chuyển từ công ty chính đến khách hàng còn nhiều, tốn nhiều chi phí vận chuyển cho công ty. Trong tương lai, nếu mở rộng thị phần, có nhiều khách hàng mới, đại lý mới thì sẽ bị tình trạng

thiếu hàng hóa tạm thời. Do đó, để khắc phục tình trạng này, công ty nên dự đoán tình hình biến động trong nhu cầu sử dụng của khách hàng. Tránh tình trạng tồn kho nhiều cũng như thiếu lượng hàng tạm thời.

➤ **Tình hình sử dụng tài sản cố định:**

Tài sản cố định (TSCĐ) dùng trong sản xuất gồm kho bãi, phương tiện vận chuyển đã được chi nhánh sử dụng tối ưu. Minh chứng cho vấn đề đó là tuy chi nhánh đã giảm bớt quy mô nhà kho, bãi chứa nhưng lượng doanh thu trong các năm đều tăng vượt bậc. Tuy vậy, chỉ phù hợp với tình hình hiện tại, trong tương lai công ty nên đầu tư thêm vào phương tiện kỹ thuật, vận chuyển hàng hóa giúp lượng hàng ra vào được linh hoạt hơn. Công ty nên đầu tư tập trung nhiều vào phần TSCĐ dùng ngoài sản xuất, vì việc trang bị TSCĐ nhiều hay ít có liên quan và ảnh hưởng đến năng suất lao động của nhân viên, ảnh hưởng đến doanh thu, tình hình tiêu thụ hàng hóa. Bên cạnh đó, công ty nên tập trung trang bị thêm TSCĐ dùng trong quản lý, bởi trong thời gian qua, việc trang bị thêm TSCĐ dùng trong quản lý không được chi nhánh chú trọng đầu tư. Một phần là quy mô công ty khá nhỏ, một phần là các thiết bị dụng cụ dùng trong quản lý không nhiều. Nhưng TSCĐ dùng trong quản lý cũng góp phần không nhỏ đến tình hình hoạt động kinh doanh tại công ty. Do đó công ty cần đầu tư thêm các phương tiện làm việc của các ban chức năng, công cụ làm việc, phương tiện kỹ thuật cho các cán bộ.

➤ **Lượng hàng hóa tiêu thụ:**

Hàng hóa trong thời gian qua tăng nhanh, đó là điều đáng mừng và nên phát huy tối đa các chiến lược, các hoạt động hiện tại. Nhưng công ty nên đưa ra những định hướng cụ thể về các lượng hàng tiêu thụ trong thời gian tới và đưa ra các kế hoạch, các mục tiêu. Từ đó sẽ giúp công ty có cái nhìn rõ ràng hơn trong các hoạt động. Qua đó sẽ giúp công ty so sánh các chỉ tiêu thực hiện so với kế hoạch để sớm nhận ra được những điểm mạnh cần phát huy và những điểm yếu cần khắc phục. Công ty hoạt động chỉ dựa

trên các hợp đồng nên thụ động trong việc phân phối hàng hóa, thụ động trong việc xuất kho và lượng hàng tiêu thụ. Do đó, đề xuất công ty lập ra kế hoạch, hướng đi cụ thể là điều giúp công ty chủ động hơn trong quá trình kinh doanh. Kích thích lượng tiêu thụ từ khách hàng và có thể kết luận được hiệu quả hoạt động kinh doanh bằng cách so sánh các chỉ tiêu trong kế hoạch và kết quả đã thực hiện được.

➤ **Hoạt động marketing:**

Tại công ty, hoạt động marketing chưa có. Công ty nên đề ra các chiến lược khác riêng biệt về marketing, phù hợp với quy mô công ty để nâng cao thêm lượng hàng tiêu thụ. Giúp tăng đối đa lợi nhuận. Nâng cao các chương trình marketing giúp khách hàng hiểu biết thêm công ty, gắn chặt công ty với mọi người.

➤ **Về nhân sự:**

Công ty nên thực hiện việc huấn luyện nhân viên, hướng dẫn nhân viên mới và đặc biệt là nhân viên về lĩnh vực marketing, bán hàng. Giúp nhân viên am hiểu hơn về tình hình hiện tại của công ty, lịch sử hình thành, phát triển, đặc tính của các loại sản phẩm; mục tiêu chi nhánh, các chiến lược và cách thức hoạt động. Vì lượng hàng tiêu thụ nhiều hay ít phần lớn phụ thuộc vào đội ngũ bán hàng. Để mở rộng thị trường tiêu thụ và mở rộng thêm kênh phân phối trong tương lai, công ty nên lập ra bộ phận marketing riêng biệt, giúp công ty thu thập chính xác những thông tin về thị trường, các đối thủ cạnh tranh hiện tại, tiềm ẩn để đón đầu, đi trước các đối thủ. Công ty nên cử một số cán bộ công nhân viên trực tiếp đi thăm hỏi, giao lưu với các khách hàng để tạo mối quan hệ tốt. Qua đó sẽ giúp công ty có thông tin phản hồi từ phía khách hàng cũng như những giá trị tình cảm vô hình. Điều đó sẽ giúp công ty hoạt động tốt hơn, thực tế hơn và lượng hàng tiêu thụ tăng cao hơn trong thời gian tới.

### 3.4. ĐÁNH GIÁ

Tình hình hoạt động kinh doanh của công ty đã đi vào hoạt động ổn định và đạt hiệu quả, tuy vậy vẫn có nhiều thuận lợi và khó khăn mà công ty còn gặp phải. Qua đó, có một số kiến nghị như sau:

- Giám đốc thường xuyên tìm hiểu về tình hình biến động như tình hình kinh tế, tình hình giá cả, thông tin các đối thủ để có những ứng phó kịp thời.
- Tạo mối quan hệ tốt với khách hàng để hiểu rõ tâm tư, nguyện vọng, giúp tạo mối thâm tình với khách hàng, thúc đẩy động lực mua hàng và tình hình thanh toán của các khách hàng.
- Tạo môi trường làm việc thoải mái, đổi mới nhằm gây kích thích làm việc, nâng cao hiệu quả về công tác quản lý cũng như các hoạt động khác tại công ty.
- Thành lập bộ phận chuyên biệt về marketing, để có những định hướng tốt hơn trong tương lai về các hoạt động kinh doanh. Giúp chi nhánh dự đoán và có những biện pháp đối đầu tốt hơn trong tương lai.
- Tăng cường tiếp cận với khách hàng hơn, điều đó không chỉ giúp tạo lòng tin, uy tín và thương hiệu của công ty mà còn thúc đẩy lượng tiêu thụ sản phẩm.
- Ứng dụng thêm công nghệ thông tin vào quá trình bán hàng, quá trình quản lý: Lập liên kết website, quản lý bằng các chương trình điện tử, ứng dụng thêm các phần mềm kế toán.

### 3.5. KẾT LUẬN

Qua việc phân tích về tình hình hoạt động kinh doanh của công ty TNHH CNTT Nóng Đỏ đã cho ta thấy được những thuận lợi cũng như những khó khăn của công ty. Các cách thức hoạt động kinh doanh và những yếu tố tác động. Nhìn chung, các hoạt động kinh doanh tại công ty có chiều hướng phát triển tốt và tăng cao. Môi trường bên ngoài luôn luôn tác động đến công ty cho ta thấy được sự ứng phó kịp thời tại công ty và

sự quản lý khôn khéo của ban lãnh đạo. Doanh thu tăng cao liên tục trong năm tuy lượng chi phí sử dụng trong các hoạt động kinh doanh giảm đáng kể, công ty sử dụng hiệu quả tốt nguồn chi phí trong hoạt động kinh doanh. Tuy vậy, vấn đề nhập kho đầu vào cần được công ty xem xét và tìm ra những hoạt động mới phù hợp hơn với tình hình hiện tại và sự phát triển trong tương lai của công ty. Hiện tại công ty chưa có bộ phận marketing chuyên biệt nên đó là một điều bất lợi, công ty đang ở thế bị động so với khách hàng. Do đó, bộ phận marketing chuyên biệt là vấn đề cấp thiết hiện nay. Nhìn chung, hoạt động kinh doanh tại công ty TNHH CNTT Nóng Đỏ rất tốt, sử dụng hiệu quả các nguồn chi phí và tối đa được mức tiêu thụ hàng hóa trong các thời kỳ phân tích.

#### **4. HẠN CHẾ CỦA ĐỀ TÀI**

Qua bài nghiên cứu, còn một số hạn chế của đề tài gặp phải, đó là:

- Các số liệu mới về tình hình hoạt động kinh doanh chưa được cập nhật một cách đầy đủ.
- Quy mô của công ty TNHH Nóng Đỏ vừa và nhỏ, nên một số thông tin khác liên quan đến hoạt động kinh doanh không thể phân tích, hoặc phân tích không đi chuyên sâu được.

## KẾT LUẬN

Đề lập thực tập tốt nghiệp này đã giúp tôi hiểu được phần nào cách thức phân tích tình hình hoạt động và tầm quan trọng của việc đưa ra những phương án kịp thời để cải thiện hoạt động kinh doanh của một doanh nghiệp. Việc xây dựng một kế hoạch cải thiện đòi hỏi sự tổng hợp kiến thức của nhiều môn học và kỹ năng. Riêng đối với kế hoạch cho công ty Nóng Đỏ, đề tài này đòi hỏi tôi phải nghiên cứu thêm các thông tin về ngành công nghệ thông tin. Điều đó giúp cho kiến thức của tôi được mở rộng hơn, tạo được mối dây liên kết giữa các ngành với nhau. Thông qua đề án này, tôi đã có cái nhìn tổng quát về việc lập một kế hoạch cải thiện hoạt động kinh doanh cho một doanh nghiệp. Điều đó sẽ giúp ích cho công việc sau này.

Một kế hoạch kinh doanh tốt sẽ đưa đến những lợi ích đáng kể cho doanh nghiệp. Tôi hy vọng rằng nỗ lực của tôi sẽ tạo nên một kế hoạch có giá trị thực tiễn cao.



## TÀI LIỆU THAM KHẢO

Thông tin đăng trên các website sau:

1. <http://dellsaigon.com/shop/>
2. <http://www.dpi.hochiminhcity.gov.vn/>

Và một số website khác

## PHỤ LỤC

### Phụ lục 1: Danh sách một số khách hàng ở khu vực Miền Tây

TÊN KH	ĐT	FAX	ĐT LIÊN HỆ	CHỦ DN	ĐỊA CHỈ
<b>MIỀN TÂY</b>					
<b>LONG AN</b>					
1 ANH VIỆT	072 835378	836 378		MS LIÊN	12 NGUYỄN TRUNG TRỰC, LA
2 HOÀNG THÁI	072 837697		0918 669997	MR HOÀNG(0906908600)	71C ĐG SỐ 1 P4-TX TÂN AN - LONG AN
3 NGOC BẢO HTB	072 822633	832533	0918 477499	MS THUY, MS LINH	25 ĐƯỜNG SỐ 3 P2 LONG AN
4 NHÂN NAM	072 828858	828858	0983 828858	MR NHẬT	123A HÙNG VƯƠNG, L.AN
<b>MỸ THO</b>					
1 NGUYỄN ĐÔNG	073 886362			MS YẾN, MR ĐÔNG	9 LÊ THỊ HỒNG GÁM P4 TIỀN GIANG
2 NGUYỄN SƠN MT	073 975488	8475966	0938 922897	MR SÁCH & YẾN	193 LÊ ĐẠI HÀNH P1 TP MỸ THO
3 TGN WESTCOM	073 885885	885887	0903 885458	MR QUẢN, MS HƯƠNG	526 ẤP BẮC P2 MỸ THO TIỀN GIANG
4 TRUNG TRỰC	073 870678	870678	0918 775563	MS VIỆT	365 ẤP BẮC P5 MỸ THO
5 VI TÍNH 49	073 874666	871666	0918 099700	MS CHÂU, MAI	12A10 NGUYỄN TRÃI, MỸ THO
<b>BẾN TRE</b>					
1 CHÂU TIẾN	075 870903			MR THỊNH	284/2 THỊ TRẦN THANH PHÚ - BẾN TRE
2 TRƯỜNG AN	075 839179	818039	0976 669336	MS AN	53 PHAN NGỌC TÔNG P2 TX BẾN TRE
3 TH BẾN TRE	075 814898	814898	0989 222701	MS TRÚC, MS Ý	55B2 ĐỒNG KHỞI BẾN TRE
4 TH TRUNG HUY	075 817297	817297		MS NGÂN, THANH	269B-KP5-PHÚ KHƯƠNG BẾN TRE
<b>VĨNH LONG</b>					
1 HUY TÂM (GIA KỶ)	070 833273	863501	0918 273414	MR KHƯƠNG, LIÊN	31 LÊ THÁI TỔ P2 TX VĨNH LONG
2 MÊ CÔNG	070 820778	827865	0903 613494	MR VINH	200 LÝ THÁI TỔ VĨNH LONG
3 ĐẠI HẢI	070 823275		0913 659299	MR HẢI (070200589)	24 LÝ THÁI TỔ P2 VĨNH LONG
4 NHÀ TRÂM	070 829979	827613	0903 334229	MS TUYẾT, MS ĐÀO	54 ĐƯỜNG 3/2 P1, VLONG
5 NHƯT PHƯỚC	070 820315	821106	0903 723327	MS NGỌC, MS THI	126 LÊ THÁI TỔ, VLONG
6 ĐỒ GIA	070 852525	852525	0908 013211	MR NGHĨA, MS NGOAN	55/7 PHẠM VĂN BƯỜNG, TX V LONG

7	CTY HUYNH	070 832030	832030	0939 996579	MR VĂN	74 LÊ THÁI TỐ, P2, VINH LONG
	<b>CẦN THƠ</b>					
1	Á CHÂU	0710 832022	833406	0903 836018	MR NGUYỄN HƯỜNG	41 LÝ TỰ TRỌNG CẦN THƠ
2	ANDY COMPUTER	0710 250404	211194	0974 478479	MR NHÂN	11 HUYNH THỨC KHÁNG-AN NGHIỆP- CT
3	MEKONG CAN THO				MS NGOC, MR VAN	228-2 TRẦN HƯNG ĐẠO, CTHƠ
4	MINH TRÍ	0710 730055	730056	0919 093090	MS HƯƠNG , MS TRẦN	08 LÝ TỰ TRỌNG-P AN CỨ-CẦN THƠ
5	NHẬT MINH	0710 830796	832285	0903 908355	MR MINH	146 LÝ TỰ TRỌNG CẦN THƠ
6	PHI LONG	0710 835977	835978	0913 973225	MR TUẤN, MS HUYỀN	75 LÝ TỰ TRỌNG, CTHƠ
7	SAO MAI	0710 834209		0906 747114	MS HẢI 240396	29 LÝ TỰ TRỌNG -CẦN THƠ
8	SIÊU VIỆT	0710 731900	832291	0913 135532	MR HÙNG, MR TUẤN	30 G MAU THÂN , CẦN THƠ
9	TH CẦN THƠ 31	0710 832875	831959	0913 721931	MR TRÁC, MS TRANG	01 LÝ TỰ TRỌNG CẦN THƠ
10	TIN HƯNG (CT)	0710 833840		0907 700000	MR LÂM	164 LÝ TỰ TRỌNG CẦN THƠ
11	TPT	0710 834566	3833488	0913 974066	MR TỬ	06 LÝ TỰ TRỌNG CẦN THƠ
12	TUYẾT VÂN	0710 739546	739547	0918 408675	MS TUYẾT	320/9A TRẦN NGỌC QUẾ CẦN THƠ
13	VIỆT ĐỨC	0710 833799	833482	0903 339669	MR SỬ, TÙNG, QUI	99 LÝ TỰ TRỌNG CẦN THƠ
	<b>HẬU GIANG</b>					
1	TÂN ĐẠI GIA	071 218257		0918 295861	MS HƯƠNG , DANH	45 CHIÊM THÀNH TẤN - HẬU GIANG
	<b>SÓC TRĂNG</b>					
1	GIA HÒA	079 824067	612727	0913 983456	MR THINH, LOAN	22 HAI BÀ TRUNG-SÓC TRĂNG
2	DŨNG KIỀU	079 821997	823478	0913 890379	MS KIỀU	71 NGUYỄN TRUNG TRỰC, F2, TX STRĂNG
3	HOÀNG TẤN	079 826234	611631	0918 023555	MR THẢO, LOAN	1B NGUYỄN VĂN CU, STRĂNG
4	MỸ DUYÊN	079 612412	829365	0913 983426	MR THÁI, DUYÊN	17D LÊ LỢI P6 SÓC TRĂNG
5	ĐỨC ANH	079 613636	612626	0913 708558	MR ĐỨC	119 PHÚ LỢI 1- P2- SÓC TRĂNG
6	PHƯƠNG THẢO	079 611814	611814		MS THẢO	293 LÊ HỒNG PHONG, F3, SÓC TRĂNG
7	TRẦN LÂM	079 616567		0913 109495	MR NHÀN, MS PHƯỚC	30 XVNT TX SÓC TRĂNG
8	TUẤN HUY	079 616559	613703	0903 745227	MR TUẤN, THẢO	19B XVNT TX SÓC TRĂNG
9	VIỆT CHÂU	079 614958	616592	0918 787875	MR PHƯƠNG, VÂN	34 LÊ LỢI, F6, S TRĂNG
				0918 839591	MS HƯƠNG	

(Nguồn: Công ty TNHH CNTT Nóng Đỏ)

- Phụ lục 2: Danh sách một số khách hàng lớn ở TP Hồ Chí Minh

---

---

<b>STT</b>	<b>Công ty</b>	<b>Điện thoại</b>	<b>Fax</b>	<b>Website</b>
1	Công ty cổ phần máy tính Hoàng Long	08.39.252.999	08.39259119	<a href="http://www.hoanglong.com.vn">www.hoanglong.com.vn</a>
2	Công ty TNHH TM DV KT Hoàng Trần	08.38.626.839	08.38641179	<a href="http://www.vitinhhoangtran.com">www.vitinhhoangtran.com</a>
3	Công ty TNHH TM DV CN Phát Đạt	08.62.768.078	08.62784561	<a href="http://vitinhphatdat.net">vitinhphatdat.net</a>
4	Công ty TNHH Điện tử Đại Phát Đạt	08.38.239.678	08.38574987	<a href="http://www.thongtincongy.com">www.thongtincongy.com</a>

(Nguồn: Công ty TNHH CNTT Nóng Đỏ)

## THÔNG TIN LIÊN HỆ

- Người thực hiện báo cáo: Lê Nguyễn Quang Huy
- Niên khóa: 2009-2013
- Khoa: Kinh tế thương mại
- Ngành: Marketing
- Lớp: MK091-3
- MSSV: 093232
- Email: [quanghuyav@yahoo.com](mailto:quanghuyav@yahoo.com)