

MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN	1
PHẦN 1. KHÁI QUÁT VỀ CÔNG TY	2
1.1. GIỚI THIỆU VỀ CÔNG TY.....	2
1.1. LỊCH SỬ HÌNH THÀNH VÀ PHÁT TRIỂN.....	2
1.2. SỨ MỆNH CỦA ĐƠN VỊ.....	6
PHẦN 2. CẤU TRÚC TỔ CHỨC, LAO ĐỘNG VÀ CÁC NGUỒN LỰC KHÁC CỦA ĐƠN VỊ	6
2.1. CẤU TRÚC TỔ CHỨC.....	6
2.1.1. Ban giám đốc chi nhánh.....	8
2.1.2. Phòng kinh doanh.....	8
2.1.3. Phòng hành chính nhân sự.....	9
2.1.4. Phòng kỹ thuật.....	9
2.1.5. Phòng kế toán.....	10
1.1.1. Bộ phận chăm sóc khách hàng.....	10
2.2. NGUỒN LỰC.....	10
1.1.1. Cơ sở vật chất.....	10
2.2.1. Công nghệ.....	13
2.2.2. Nguồn nhân lực.....	13
2.2.2.1. Số lượng.....	13
2.2.2.2. Chất lượng.....	14
PHẦN 3. PHÂN TÍCH MÔI TRƯỜNG KINH DOANH CỦA ĐƠN VỊ	15
3.1. MÔI TRƯỜNG VĨ MÔ.....	15
3.1.1. Kinh tế.....	15
3.1.2. Chính trị, pháp luật.....	15
3.1.3. Văn hóa, xã hội.....	16
3.1.4. Công nghệ.....	16
3.2. MÔI TRƯỜNG VI MÔ.....	17

3.2.1.	Khách hàng.....	17
3.2.2.	Đối thủ cạnh tranh.....	18
3.2.2.1.	Đối thủ cạnh tranh hiện tại trên thị trường Đà Nẵng.....	19
3.2.2.1.	Đối thủ cạnh tranh tiềm ẩn.....	20
3.2.3.	Nhà cung cấp.....	20
3.3.	4 P.....	20
3.3.1.	Sản phẩm.....	20
3.3.1.1.	Tính cách âm, cách nhiệt.....	20
3.3.1.2.	Tính ổn định cao, không cong vênh, co ngót.....	20
3.3.1.3.	An toàn cháy.....	21
3.3.1.4.	Hiệu quả kinh tế sử dụng.....	21
3.3.1.5.	Phù hợp với điều kiện Việt Nam.....	22
3.3.1.6.	Đa dạng kích thước, màu sắc.....	22
3.3.2.	Giá.....	22
3.3.3.	Truyền thông.....	22
3.3.4.	Kênh phân phối.....	23
PHẦN 4.	PHÂN TÍCH KẾT QUẢ KINH DOANH VÀ NGUỒN LỰC TÀI CHÍNH	24
4.1.	PHÂN TÍCH KẾT QUẢ KINH DOANH.....	24
4.2.	NGUỒN LỰC TÀI CHÍNH.....	25
4.2.1.	Kí kết thỏa thuận hợp tác.....	25
4.2.2.	Phát hành cổ phiếu cho nhà đầu tư chiến lược.....	27
4.2.3.	Lợi nhuận để lại.....	28
PHẦN 5.	HOẠT ĐỘNG PHÒNG KINH DOANH, KẾT QUẢ CÔNG VIỆC THỰC TẬP	29
5.1.	GIỚI THIỆU HOẠT ĐỘNG PHÒNG KINH DOANH.....	29
5.1.1.	Cơ cấu tổ chức.....	29
	Sơ đồ cơ cấu tổ chức của phòng kinh doanh.....	29
5.1.2.	Chức năng và nhiệm vụ chung của phòng kinh doanh.....	29

5.2.	MÔ TẢ VỊ TRÍ THỰC TẬP VÀ KẾT QUẢ CÔNG VIỆC THỰC HIỆN.....	30
5.2.1.	Chức năng và nhiệm vụ.....	30
5.2.1.1.	Chức năng.....	30
5.2.1.2.	Nhiệm vụ.....	30
5.2.2.	Công việc thực hiện.....	31
5.2.3.	Kết quả công việc thực hiện.....	32
PHẦN 6.	CÁC GIẢI PHÁP ĐỀ XUẤT CÔNG VIỆC HOÀN THIỆN TẠI VỊ TRÍ THỰC TẬP.	33
6.1.	THUẬN LỢI VÀ KHÓ KHĂN TẠI VỊ TRÍ THỰC TẬP.....	33
6.1.1.	Thuận lợi.....	33
6.1.2.	Khó khăn.....	33
6.2.	MỘT SỐ ĐỀ XUẤT HOÀN THIỆN CÔNG VIỆC TẠI VỊ TRÍ THỰC TẬP.....	34
KẾT LUẬN		35

LỜI CẢM ƠN

Trong quá trình thực tập và hoàn thành chuyên đề này, em xin gửi lời cảm ơn chân thành tới cô T.s Đường Liên Hà đã tận tình hướng dẫn, chỉ bảo em trong suốt thời gian qua.

Xin trân trọng cảm ơn toàn thể các anh chị nhân viên công ty Eurowindow chi nhánh Đà Nẵng, đặc biệt là Phó Giám Đốc phụ trách kinh doanh chi nhánh Đà Nẵng anh Nguyễn Đức Anh đã tạo mọi điều kiện thuận lợi cho em trong thời gian thực tập vừa qua, cung cấp những kinh nghiệm, kiến thức thực tế quý báu cũng như những tư liệu cần thiết cho em trong công việc thực tập tại đơn vị.

Bên cạnh đó, em xin bày tỏ lòng biết ơn đối với cha mẹ, người đã lo lắng cho em trong suốt quãng thời gian em đi học cho đến nay. Cũng trong thời gian này em rất chân thành cảm ơn tập thể lớp 33K12 đã động viên và giúp đỡ em hoàn thành chuyên đề này.

Em xin chân thành cảm ơn!

Đà Nẵng, tháng 5, năm 2011

Sinh viên

Phan Văn Hân

PHẦN 1. KHÁI QUÁT VỀ CÔNG TY

1.1. GIỚI THIỆU VỀ CÔNG TY

Tên Công ty : Công ty Cổ phần Cửa sổ nhựa Châu Âu

Tên giao dịch : The European Plastic Window JSC

Tên viết tắt : **EUROWINDOW**

Địa chỉ : số 25 Lý Bôn, phường Ngô Quyền, thành phố Vĩnh Yên, tỉnh Vĩnh Phúc.

Trụ sở chính : số 30D Lý Nam Đế, quận Hoàn Kiếm, Hà Nội.

Tel : 047 47 47 00 Fax: 047 47 47 11.

Email : infoew@eurowindow.biz

Website : www.eurowindow.biz

1.1. LỊCH SỬ HÌNH THÀNH VÀ PHÁT TRIỂN

Từ khi đất nước ta bước vào thời kỳ đổi mới nền kinh tế thì cơ chế thị trường đã tạo được nhiều thành tựu nhất định. Với đà phát triển của đất nước, nhu cầu xây dựng của người dân ngày càng tăng vì thế vật liệu xây dựng cũng như trang trí nội thất không thể thiếu được. Do chính sách "mở cửa" nền kinh tế, hội nhập với nền kinh tế thế giới, nhà nước ta đã có nhiều chính sách khuyến khích các doanh nghiệp trong và ngoài nước tích cực tham gia vào hoạt động sản xuất kinh doanh, đầu tư vào Việt Nam để góp phần đưa đất nước ta tiến lên một tầm cao mới với mục tiêu "Dân giàu nước mạnh, xã hội dân chủ, công bằng, văn minh". Nắm bắt được cơ hội đó, tập đoàn T&M Trans đã đầu tư sản xuất vào Việt Nam. Ngày 29/8/2002, được sự cho phép hoạt động của nhà nước Việt Nam, công ty TNHH cửa sổ nhựa Châu Âu, có tên viết tắt là Eurowindow ra đời, The Eurowindow Plastics Window Company (Eurowindow) là công ty 100% vốn đầu tư

nước ngoài do T&M Trans Company Limited - một công ty thành viên thuộc tập đoàn T&M Trans - đầu tư. Công ty Eurowindow chính thức được cấp phép xây dựng và sản xuất kinh doanh năm 2000, đến cuối năm 2003 Công ty đã đưa ra thị trường những sản phẩm đầu tiên của mình, Tháng 05/2007 Eurowindow đã chính thức chuyển đổi thành hình thức công ty cổ phần theo luật đầu tư mới. Với công nghệ hiện đại và tính ưu việt của sản phẩm Công ty Eurowindow nhanh chóng chiếm lĩnh thị trường. Eurowindow chuyên sản xuất các loại Cửa sổ, cửa đi, ban công, vách ngăn bằng vật liệu u-PVC cao cấp; Cửa nhôm và hệ vách nhôm kính lớn tiêu chuẩn chất lượng châu Âu; Hệ thống cửa gỗ đi chính, cửa đi trong nhà bằng chất liệu gỗ thối, gỗ ghép thanh, MDF, HDF và gỗ hỗn hợp; Cửa nhôm gỗ; Các sản phẩm kính như: kính an toàn, kính cường lực, hộp kính, kính hoa văn. Ngoài những dòng sản phẩm chính như trên, Eurowindow còn có các loại sản phẩm như: cửa tự động, cửa cuốn, sắt uốn nghệ thuật. Nhà máy Eurowindow được xây dựng tại khu công nghiệp Quang Minh, huyện Mê Linh, tỉnh Vĩnh Phúc, với dây chuyền hiện đại, đồng bộ có tính tự động hoá cao, được nhập từ các hàng đầu của CHLB Đức và Italy.

Việc ứng dụng công nghệ sản xuất hộp kính cách âm, cách nhiệt, cộng với những ưu điểm của vật liệu u – PVC, Eurowindow đã trở thành một thương hiệu mạnh trên thị trường Việt Nam. Hiện nay với quy mô phát triển mạnh Công ty Eurowindow đã có tới 600 nhân viên khối văn phòng trong đó có 250 người đều có bằng đại học và trên đại học. Mục tiêu của Công ty không chỉ nhằm tạo nên sự khác biệt về chất lượng sản phẩm mà còn mong muốn góp phần thiết thực trong việc ứng dụng công nghệ tiên tiến và vật liệu mới có chất lượng cao trong ngành xây dựng Việt Nam. Với quy mô phát triển nhanh mạnh, hệ thống kênh phân phối rộng khắp các tỉnh thành, Eurowindow luôn hướng tới sự tiêu dùng cho mọi đối tượng khách hàng.

Từ khi thành lập đến nay, công ty đã trải qua hơn 8 năm phát triển, là một trong những doanh nghiệp có uy tín, luôn dành được những giải thưởng cao về chất lượng hằng năm, Eurowindow đã trở thành một điểm nhấn cho các công trình có tầm quan trọng và công ty vẫn đang nỗ lực cho sự phát triển bền vững của thương hiệu.

Từ khi thành lập cho đến nay, công ty đã mở rộng chi nhánh phân phối kéo dài trên khắp cả nước với 4 nhà máy và một trung tâm kính:

- Nhà máy 1 tại lô 15, khu công nghiệp Quang Minh, Mê Linh, Hà Nội
- Nhà máy 2 tại khu 4, thị trấn Uyên Hưng, huyện Tân Uyên, tỉnh Bình Dương
- Nhà máy 3 tại khu công nghiệp Hoà Khánh, quận Liên Chiểu, TP Đà Nẵng
- Nhà máy 4 tại lô 49, khu công nghiệp Quang Minh, Mê Linh, Hà Nội
- Trung tâm kính tại lô 15, khu công nghiệp Quang Minh, Mê Linh, Hà Nội

Các nhà máy của Eurowindow đều được trang bị dây chuyền sản xuất hiện đại, đồng bộ, có tính tự động hoá cao, nhập từ các hãng URBAN, MACOTEC, FOLM... của CHLB Đức và Italia với tổng công suất thiết kế là trên 800.000 m² cửa/năm. Sản phẩm Eurowindow có nhiều ưu điểm nổi bật về tính cách âm, cách nhiệt, độ bền, khả năng chịu lực cao và không cong vênh, co ngót phù hợp với khí hậu nhiệt đới ở Việt Nam. Sản phẩm Eurowindow thích hợp với nhiều loại công trình như biệt thự, chung cư, tòa nhà văn phòng, khách sạn hoặc trung tâm thương mại.

Đến nay, trên cả nước đã có hàng chục nghìn công trình sử dụng sản phẩm Eurowindow. Eurowindow là nhà cung cấp độc quyền sản phẩm profile uPVC KOMMERLING (CHLB Đức) tại Việt Nam, là đối tác của hãng profile nhôm Shueco (CHLB Đức) và Technal (Pháp). Eurowindow còn là nhà gia công kính và hộp kính của Tập đoàn Saint - Gobain Glass (Pháp) tại Việt Nam. Eurowindow đã được tập đoàn KOMMERLING cấp giấy chứng nhận chất lượng sản phẩm đạt tiêu chuẩn quốc tế, được tổ chức DNV (CH Na - uy) đánh giá và cấp chứng chỉ hệ thống quản lý chất lượng phù hợp tiêu chuẩn ISO 9001:2000 và được Viện tiêu chuẩn Anh (BIS) cấp Giấy chứng nhận Hệ thống quản lý môi trường tiêu chuẩn ISO 14001:2004.

Sản phẩm và thương hiệu Eurowindow đã nhận được nhiều bằng khen và giải thưởng như: Bằng khen của Thủ tướng Chính phủ vì đã có nhiều thành tích trong hoạt

động sản xuất và kinh doanh, Giải thưởng Sao vàng đất Việt của Hội doanh nghiệp trẻ Việt Nam, Giải vàng chất lượng Việt Nam do Bộ Khoa học Công nghệ và Môi trường tặng, Giải thưởng Rồng vàng dành cho các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài, Danh hiệu Thương hiệu mạnh do Thời báo Kinh tế Việt Nam tặng, Danh hiệu Hàng Việt Nam chất lượng cao do người tiêu dùng bình chọn... Ngoài ra, Eurowindow còn nhận được nhiều huy chương vàng, cúp vàng tại các hội chợ trong nước và quốc tế như: Hội chợ Quốc tế hàng công nghiệp Việt Nam, Hội chợ Hàng hoá người tiêu dùng ưa thích, Hội chợ Hàng tiêu dùng & Triển lãm nội thất, Triển lãm Quốc tế Vietbuild... và nhiều hội chợ khác.

Với việc ứng dụng công nghệ sản xuất hộp kính cách âm, cách nhiệt, cộng với những ưu điểm nổi bật của vật liệu u-PVC và Nhôm cao cấp, Eurowindow không chỉ tạo nên sự khác biệt về chất lượng sản phẩm mà còn áp dụng thành công những công nghệ tiên tiến và vật liệu mới có chất lượng cao trong ngành xây dựng Việt Nam.

Để đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu của khách hàng, Eurowindow đã tiến hành đa dạng hoá sản phẩm và từng bước nội địa hoá nhằm hạ giá thành nhưng vẫn đảm bảo chất lượng sản phẩm. Đối với dòng sản phẩm cửa uPVC, ngoài sản phẩm cửa Eurowindow, Công ty còn có hai dòng sản phẩm là Asiawindow và Vietwindow với mức giá rẻ hơn do sử dụng nguyên liệu sản xuất tại Việt Nam và các nước Châu Á như Trung Quốc, Đài Loan, Malaysia...

Sản phẩm chất lượng tốt, đội ngũ nhân viên có chuyên môn cao, phong cách phục vụ chuyên nghiệp, đó là các yếu tố quyết định sự thành công của thương hiệu Eurowindow.

1.2. SỨ MỆNH CỦA ĐƠN VỊ

- Eurowindow không chỉ là nhà cung cấp cửa uPVC uy tín và lớn nhất, mà còn là nhà cung cấp tổng thể về cửa hàng đầu tại Việt Nam với chất lượng sản phẩm và phong cách phục vụ không ngừng được nâng cao; gắn lợi ích của doanh nghiệp với lợi ích chung của xã hội và góp phần bảo vệ môi trường.
- Eurowindow cam kết cung cấp cho khách hàng sản phẩm chất lượng cao.

PHẦN 2. CẤU TRÚC TỔ CHỨC, LAO ĐỘNG VÀ CÁC NGUỒN LỰC KHÁC CỦA ĐƠN VỊ

2.1. CẤU TRÚC TỔ CHỨC

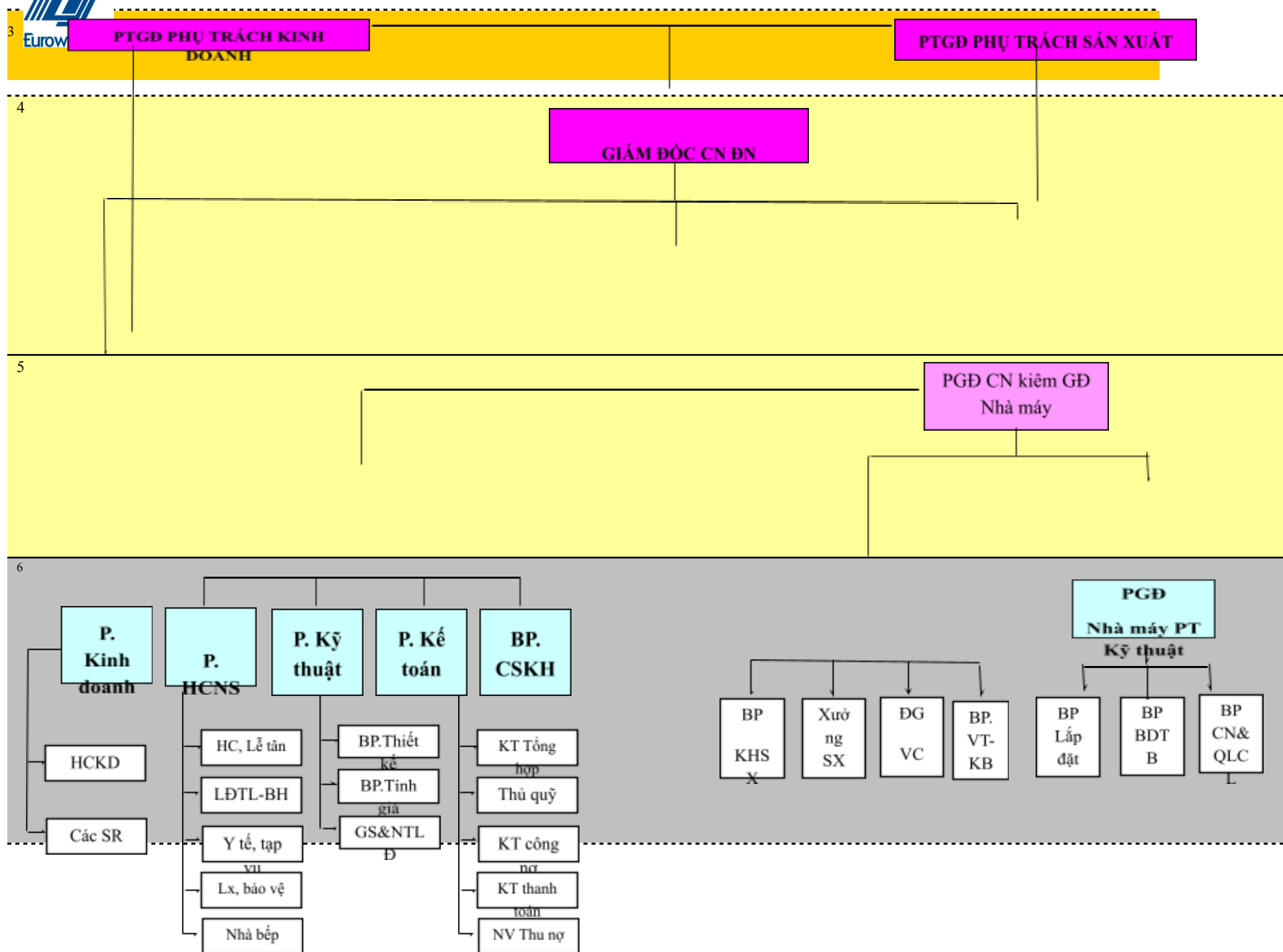
Sơ đồ cơ cấu tổ chức công ty cổ phần cửa sổ nhựa châu âu chi nhánh Đà Nẵng:

Ghi chú:

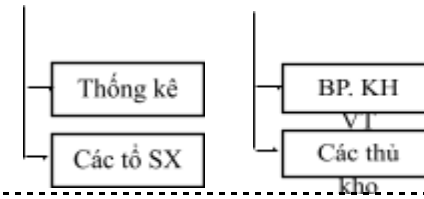
————→ Quan hệ quản lý trực tiếp.

.....→ Quan hệ cố vấn, điều phối theo khối.

————→ Quan hệ phối hợp trong công việc.



7



Hà Nội, ngày12/2008

TỔNG GIÁM ĐỐC

NGUYỄN CẢNH HỒNG

Chức năng nhiệm vụ của các phòng ban:**2.1.1. Ban giám đốc chi nhánh.**

Quyết định các vấn đề liên quan đến công việc kinh doanh hằng ngày của chi nhánh mà không cần phải có quyết định của tổng Giám Đốc. Tổ chức thực hiện các quyết định của tổng Giám Đốc. Tổ chức thực hiện kế hoạch kinh doanh và phương án đầu tư của chi nhánh. Kiến nghị phương án cơ cấu tổ chức, quy chế quản lý nội bộ chi nhánh công ty. Bổ nhiệm, miễn nhiệm, cách chức các chức danh quản lý trong chi nhánh, trừ các chức danh thuộc thẩm quyền của tổng Giám Đốc. Quyết định lương và phụ cấp (nếu có) đối với người lao động trong công ty kể cả người quản lý thuộc thẩm quyền bổ nhiệm của Tổng giám đốc. Tuyển dụng lao động. Kiến nghị phương án trả cổ tức hoặc xử lý lỗ trong kinh doanh

2.1.2. Phòng kinh doanh.

Nghiên cứu, xây dựng chiến lược kinh doanh dài hạn, trung hạn, ngắn hạn, kế hoạch hoạt động và kế hoạch kinh doanh hàng năm, hàng quý của chi nhánh Công ty sau khi có chỉ đạo của Ban giám đốc. Theo dõi, thúc đẩy tiến độ thực hiện kế hoạch kinh doanh và chương trình công tác của Công ty và của các đơn vị trực thuộc Công ty. Tổng hợp, phân tích và lập báo cáo tình hình hoạt động và tình hình kinh doanh tháng, quý, 6 tháng, cả năm và theo yêu cầu của Ban Giám Đốc chi nhánh. Lập các báo cáo về tình hình hoạt động và kinh doanh theo yêu cầu của cấp trên. Thu thập, phân tích, tổng hợp thông tin thị trường; xây dựng và triển khai thực hiện kế hoạch tiếp thị, quảng cáo của Công ty.

Ngoài ra còn một số phòng ban khác. Các phòng ban đều có nhiệm vụ thực hiện các chức năng của nó.

2.1.3. Phòng hành chính nhân sự.

Thực hiện công tác tuyển dụng nhân sự đảm bảo chất lượng theo yêu cầu, chiến lược của công ty. Tổ chức và phối hợp với các đơn vị khác thực hiện quản lý nhân sự, đào tạo và tái đào tạo. Tổ chức việc quản lý nhân sự toàn công ty. Xây dựng quy chế lương thưởng, các biện pháp khuyến khích – kích thích người lao động làm việc, thực hiện các chế độ cho người lao động. Chấp hành và tổ chức thực hiện các chủ trương, qui định, chỉ thị của Ban Giám đốc. Nghiên cứu, soạn thảo và trình duyệt các qui định áp dụng trong Công ty, xây dựng cơ cấu tổ chức của công ty - các bộ phận và tổ chức thực hiện. Phục vụ các công tác hành chánh để BGĐ thuận tiện trong chỉ đạo – điều hành, phục vụ hành chánh để các bộ phận khác có điều kiện hoạt động tốt. Quản lý việc sử dụng và bảo vệ các loại tài sản của Công ty, đảm bảo an ninh trật tự, an toàn lao động, vệ sinh lao động và phòng chống cháy nổ trong công ty. Tham mưu đề xuất cho BGĐ để xử lý các vấn đề thuộc lĩnh vực Tổ chức-Hành chánh-Nhân sự. Hỗ trợ Bộ phận khác trong việc quản lý nhân sự và là cầu nối giữa BGĐ và Người lao động trong chi nhánh Công ty.

2.1.4. Phòng kỹ thuật.

Chịu trách nhiệm trước Lãnh đạo Phòng về công tác thiết kế sản phẩm phục vụ sản xuất. Thiết kế chính xác và đúng tiến độ theo yêu cầu của các đơn hàng được Lãnh đạo Phòng phân công. Phối hợp với các phòng liên quan theo dõi quá trình sản xuất, lắp đặt các đơn hàng do chính mình được phân công thiết kế (trên cơ sở nhật ký). Tiến hành kiểm tra xác nhận, kịp thời xử lý các thiếu sót về mặt thiết kế, đảm bảo chất lượng của các bản thiết kế. Đề xuất các phương án thiết kế mới nhằm tăng năng xuất lao động và đảm bảo kỹ thuật. Tìm hiểu các vật liệu mới và ứng dụng vào thiết kế sản xuất.

2.1.5. Phòng kế toán.

Tổ chức, hướng dẫn thực hiện công tác hạch toán kế toán toàn hệ thống Ngân hàng:

- Kế toán tài chính: Phục vụ cho việc lập các báo cáo tài chính (tháng, quý, năm).
- Kế toán quản trị: Phục vụ cho yêu cầu quản trị, điều hành, quyết định về kinh tế, tài chính. Kiểm tra, giám sát các khoản chi tiêu tài chính, tham mưu cho Tổng giám đốc các giải pháp phục vụ yêu cầu quản trị, điều hành, các quyết định về kinh tế, tài chính. Thực hiện hạch toán kế toán tổng hợp. Lưu trữ, báo cáo, cung cấp thông tin số liệu kế toán theo quy định.

2.1.1. Bộ phận chăm sóc khách hàng.

Có chức năng quản lý tất cả thông tin đầu ra và đầu vào về khách hàng, nắm rõ về tiến độ sản xuất, lắp đặt, thanh lý của từng công trình thu nhận thông tin bảo hành của khách hàng, thực hiện bảo hành, kiểm soát các vấn đề bảo hành, các vật tư phát sinh trong quá trình bảo hành. Và thực hiện bán hàng thay thế cho các công trình bảo hành. Ngoài ra việc tư vấn cho mọi đối tượng khách hàng cũng rất quan trọng, giải quyết các phát sinh liên quan đến dịch vụ thúc tiến độ để các công trình đảm bảo đúng hợp đồng, phối hợp công nợ để thanh lý công trình.

2.2. NGUỒN LỰC

2.1.1. Cơ sở vật chất

Từ khi thành lập cho đến nay, công ty đã mở rộng chi nhánh phân phối kéo dài trên khắp cả nước với 4 nhà máy và một trung tâm kính:

- Nhà máy 1 tại lô 15, khu công nghiệp Quang Minh, Mê Linh, Hà Nội
- Nhà máy 2 tại khu 4, thị trấn Uyên Hưng, huyện Tân Uyên, tỉnh Bình Dương

- Nhà máy 3 tại khu công nghiệp Hoà Khánh, quận Liên Chiểu, TP Đà Nẵng
- Nhà máy 4 tại lô 49, khu công nghiệp Quang Minh, Mê Linh, Hà Nội
- Trung tâm kính tại lô 15, khu công nghiệp Quang Minh, Mê Linh, Hà Nội

Hiện tại công ty Eurowindow có 29 SHOWROOM và nhiều POS bán hàng trên cả nước. Chủ trương trong năm 2011 công ty vẫn đang tiếp tục tìm kiếm địa điểm để triển khai thêm các Showroom và các POS ở những tuyến phố vật liệu xây dựng và tuyến đường chính có mật độ phát triển đô thị cao tại Hà Nội, TP Hồ Chí Minh, Đà Nẵng và các tỉnh lân cận.



2.2.1. Công nghệ

Hiện nay, EuroWindow chiếm khoảng 60% thị phần về cửa nhựa uPVC ở Việt Nam với 4 và một trung tâm kính tại 3 thành phố lớn là Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh và Đà Nẵng. Các nhà máy đều được trang bị dây chuyền sản xuất hiện đại, đồng bộ, có tính tự động hóa cao, do các hãng hàng đầu của châu Âu chế tạo như: URBAN, FRIZ (CHLB Đức), MARVAL, MACOTEC và PERTICI (Italy). Kết cấu của cửa EuroWindow gồm các thanh Profile, hộp kính, kính an toàn, hệ phụ kiện kim khí. Các dòng sản phẩm cửa uPVC của EuroWindow sử dụng các thanh profile định hình từ uPVC của hãng Koemmerling (CHLB Đức) có lõi thép gia cường nên luôn giữ được sự chuẩn xác của cấu trúc và vẻ đẹp ban đầu trong suốt thời gian sử dụng. Đây cũng chính là điểm khác biệt của cửa EuroWindow so với các loại cửa uPVC khác có mặt tại thị trường Việt Nam.

Chất lượng hộp kính được kiểm soát trên từng công đoạn sản xuất theo tiêu chuẩn chất lượng châu Âu. Quy mô sản xuất công nghiệp không những đáp ứng đầy đủ, kịp thời, đúng tiến độ các đơn hàng của EuroWindow mà còn có khả năng cung cấp cho các nhà sản xuất cửa nhôm, cửa gỗ và các nhà sản xuất độc lập khác. Sản phẩm kính an toàn và hộp kính của EuroWindow đã được cấp giấy chứng nhận đạt tiêu chuẩn chất lượng của hãng kính hàng đầu thế giới Saint- Gobain Glass (Pháp).

2.2.2. Nguồn nhân lực

2.2.2.1. Số lượng.

Tổng số lao động tính đến thời điểm hiện nay của toàn bộ Công ty là gần 6000 người.

2.2.2.2. Chất lượng.

Tất cả nhân viên của Eurowindow đều phải trải qua các khóa đào tạo về qui trình làm việc và làm quen với sản phẩm, hệ thống quản lý ISO 9001 trước khi trở thành nhân viên chính thức.

+Trình độ đại học và trên đại học là: 20%

+Trình độ cao đẳng và trung cấp là : 60%

+Công nhân kỹ thuật là : 20%

PHẦN 3. PHÂN TÍCH MÔI TRƯỜNG KINH DOANH CỦA ĐƠN VỊ

3.1. MÔI TRƯỜNG VĨ MÔ

3.1.1. Kinh tế.

Đà Nẵng được xác định là một trong những trung tâm kinh tế, văn hoá, khoa học và công nghệ của miền Trung nói chung và cả nước nói riêng với mức tăng trưởng kinh tế 13.3%/năm (số liệu năm 2010), thu nhập bình quân đầu người đạt 2.000 USD/năm, tuy nhiên tỷ lệ lạm phát của Đà Nẵng vẫn ở mức cao là 10,26%, mức lãi suất cơ bản được công bố là 9%/năm.

⇒ Qua phân tích về yếu tố kinh tế thì yếu tố này tạo cho Công ty cả về mặt thuận lợi lẫn khó khăn:

- Thuận lợi: Tốc độ tăng trưởng kinh tế cao sẽ là điều kiện rất thuận lợi cho ngành nói chung và công ty nói riêng tăng trưởng mạnh mẽ, mặt khác thị trường Đà Nẵng là một thị trường trẻ năng động, thu nhập bình quân đầu người cao sẽ kéo theo chi tiêu của người dân tăng lên.
- Khó khăn: lạm phát vẫn ở mức 2 con số sẽ gây khó khăn cho công ty khi nguyên liệu chủ yếu của công ty là nhập khẩu.

3.1.2. Chính trị, pháp luật.

Ngày 13 tháng 8 năm 2004, Thủ tướng Chính phủ đã ký quyết định thành lập Vùng kinh tế trọng điểm miền Trung gồm năm tỉnh và thành phố: Thừa Thiên - Huế, Đà Nẵng, Quảng Nam, Quảng Ngãi và Bình Định nhằm phát huy tiềm năng, vị trí địa lý và các lợi thế so sánh của vùng, từng bước phát triển Vùng kinh tế trọng điểm miền Trung thành một trong những vùng phát triển năng động của cả nước. Trong đó, Đà Nẵng được xác định là thành phố đóng vai trò hạt nhân tăng trưởng, tạo động lực thúc đẩy phát triển

cho cả khu vực miền Trung và Tây Nguyên. Đó là một điều kiện thuận lợi cho chi nhánh của công ty tại thị trường tiềm năng có thể tăng trưởng mạnh mẽ.

3.1.3. Văn hóa, xã hội.

Việt Nam là một nước đang phát triển tuy nhiên vẫn là một nước nghèo và đông dân trong khu vực. Dân cư có tri thức cao chủ yếu tập trung tại các thành phố, trung tâm kinh tế của khu vực, số còn lại đa phần là nông dân và dân tộc. Tại Đà Nẵng thì tỷ lệ thất nghiệp giảm dần qua các năm từ 2005 đến 2008 lần lượt là 5,05%, 5,06% và 5,02%, 4.6%; bên cạnh đó tỉ lệ hộ nghèo đến năm 2008 giảm 1,77% chiếm 19,26% tổng số dân cư...đây là điều kiện cho công ty có một đội ngũ lao động dồi dào với chi phí nhân công thấp. Văn hóa của người dân Việt Nam nói chung và Đà Nẵng nói riêng vẫn là sử dụng các sản phẩm về nội thất của ngôi nhà dùng chất liệu gỗ là chủ yếu, nên đó là một trở ngại khi tiếp cận khách hàng, tuy nhiên khi khuyến cáo về môi trường và yếu tố hiện đại đang dần được đi vào tiềm thức người dân thì một tương lai không xa nữa nhân tố khó khăn này sẽ được loại bỏ.

3.1.4. Công nghệ.

- Eurowindow đã ứng dụng phần mềm ERF vào tin học hóa quản trị doanh nghiệp. Eurowindow là công ty đầu tiên ở miền Bắc ứng dụng phần mềm ERP vào tin học hoá quản trị doanh nghiệp, đặc biệt là trong lĩnh vực quản lý sản xuất. Giải pháp này sẽ giảm chi phí quản lý, chi phí quản trị của doanh nghiệp cũng như là giảm các chi phí sản xuất. Điều này sẽ dẫn đến giảm giá thành sản phẩm.
- Nhà máy sản xuất của Eurowindow được trang bị dây chuyền sản xuất hiện đại, có tính tự động hóa cao được nhập từ các hãng nổi tiếng của CHLB Đức và Italia với công suất thiết kế 800.000 m²/ năm, bao gồm hai phân xưởng:
 - Phân xưởng sản xuất thanh Profile định hình uPVC gồm: hai dây chuyền sản xuất có công suất thiết kế hơn 2.500 tấn/năm hoàn toàn tự động của

CHLB Đức, toàn bộ dây chuyền thiết bị được điều khiển bởi hệ thống máy tính. Thanh nhựa định hình mà Eurowindow sử dụng được sản xuất từ hạt uPVC cao cấp, không chứa chất gây độc hại cho người như: chì, cadimi mà thay thế vào đó là các chất khác như canxi và kẽm.

- Phân xưởng sản xuất, lắp ráp cửa sổ, cửa đi, vách ngăn của Eurowindow được trang bị đồng bộ gồm: dây chuyền sản xuất, lắp ráp cửa sổ, cửa đi, vách ngăn; dây chuyền sản xuất hộp kính; dây chuyền sản xuất kính an toàn, kính phản quang, kính mài hoa văn; máy dán màu Profile; lò uốn kính....

Việc ứng dụng công nghệ hộp kính vào sản xuất cửa đã mở ra hướng giải quyết mới cho vấn đề tiết kiệm điện năng dùng trong việc sưởi ấm và làm mát căn phòng, tạo ra môi trường sống thực sự yên tĩnh, dễ chịu và an toàn. Eurowindow là doanh nghiệp đầu tiên đưa dây chuyền công nghiệp sản xuất hộp kính vào Việt Nam. Chất lượng hộp kính được kiểm soát trên từng công đoạn sản xuất theo tiêu chuẩn Châu Âu. Quy mô sản xuất công nghiệp không những giúp Eurowindow đáp ứng đầy đủ, đúng tiến độ mọi đơn đặt hàng mà còn có khả năng cung cấp sản phẩm hộp kính cho các nhà sản xuất cửa uPVC, cửa nhôm và các nhà sản xuất độc lập khác.

3.2. MÔI TRƯỜNG VI MÔ

3.2.1. Khách hàng.

Nói đến khách hàng, có thể nói đây là đối tượng đặc biệt quan trọng mà bất kỳ doanh nghiệp nào (từ doanh nghiệp sản xuất kinh doanh đến doanh nghiệp thương mại dịch vụ) cũng quan tâm bởi suy cho cùng hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp có hiệu quả hay không phụ thuộc vào việc sản phẩm của doanh nghiệp đó có được người tiêu dùng lựa chọn hay không, có đáp ứng được nhu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng

hay không. Cho nên bất kỳ doanh nghiệp nào khi bắt đầu tham gia kinh doanh đều phải nghiên cứu, tìm hiểu đối tượng khách hàng của mình để từ đó có định hướng đúng đắn trong kinh doanh.

Trước đây, khách hàng chủ yếu của sản phẩm Eurowindow là các dự án lớn, các công trình dân dụng, các nhà hàng khách sạn...rất ít hộ gia đình lựa chọn sản phẩm Eurowindow cho căn nhà của mình bởi một lẽ sản phẩm của Eurowindow có giá còn khá cao so với các sản phẩm thay thế truyền thống khác. Cho nên đối với hộ gia đình họ sẽ lựa chọn sản phẩm thay thế truyền thống như cửa gỗ, cửa nhôm...giá thấp hơn mà chất lượng và mẫu mã khá quen thuộc với lối sống của người Việt Nam. Tuy nhiên, một bộ phận khách hàng khác vẫn sẵn sàng vượt qua những ngăn cản về giá cả bởi sức hấp dẫn về mẫu mã và chất lượng của nó đặc biệt là những người từng sống ở nước ngoài và từng biết đến sản phẩm Eurowindow cũng không ngần ngại khi lựa chọn sản phẩm này. Sản phẩm Eurowindow cũng được các dự án lớn, các công trình dân dụng lựa chọn bởi chất lượng và sự uy tín của thương hiệu. Còn các nhà thiết kế thì xem sản phẩm Eurowindow như một sự trang bị cần thiết cho một công trình hiện đại và có chất lượng.

Hiện nay, khi đời sống của người dân ngày càng được nâng lên, họ có nhu cầu sử dụng những sản phẩm cao cấp, có uy tín và Eurowindow làm được điều đó. Chính vì vậy mà sản phẩm Eurowindow đã trở nên khá quen thuộc với người dân ở các đô thị lớn. Đặc biệt, sản phẩm của Eurowindow thường nhận được sự ưu ái của các công trình có vốn đầu tư lớn. Đây là điều đáng tự hào cho sản phẩm Eurowindow.

3.2.2. Đối thủ cạnh tranh.

Sản phẩm của cửa Eurowindow có ưu điểm nổi trội hơn hẳn các loại cửa làm từ vật liệu truyền thống (gỗ, nhôm) về tính cách âm, cách nhiệt, không cong vênh, co ngót, an toàn cháy, đảm bảo vệ sinh và sức khỏe, thích hợp với mọi kiểu dáng kiến trúc...

3.2.2.1. Đối thủ cạnh tranh hiện tại trên thị trường Đà Nẵng.

Đối thủ cạnh tranh hiện tại chủ yếu là các công ty sản xuất cửa sổ nhựa u-PVC được xếp theo thứ tự mức độ cạnh tranh từ cao xuống thấp:

- Đồng Tâm Window

Có thể nói đây là đối thủ nặng kí nhất, đơn vị này theo quan sát và phân tích thì không dùng các công cụ truyền thông để cạnh tranh với công ty Eurowindow nhưng họ dùng sản phẩm của họ để cạnh tranh với Eurowindow. Trang thiết bị nội thất của một ngôi nhà Đồng tâm có thể cung cấp tới 50% phần hoàn thiện của nó, ngược lại Eurowindow chỉ là nhà cung cấp cửa, chất lượng sản phẩm của Đồng tâm cũng không thua kém gì Eurowindow nhưng để “tiện” trong việc mua nguyên vật liệu khách hàng có xu hướng mua luôn sản phẩm của Đồng tâm.

- DMT Window

Đây là đối thủ nặng kí thứ 2 tại khu vực miền trung nói chung và đặc biệt Đà Nẵng nói riêng, khi DMT không dùng sản phẩm để cạnh tranh với Eurowindow bởi vì về chất lượng và mẫu mã họ còn thua xa, nhưng ngược lại các dự án tầm cỡ tại Đà Nẵng lại lọt vào tay của đơn vị này lý do là khách hàng gián tiếp có tầm ảnh hưởng đến quyết định các dự án lớn lại là cổ đông của DMT window.

- VietsecWindow
- SmartDoor
- GermanWindow

...

3.1.1.1. Đối thủ cạnh tranh tiềm ẩn.

Các công ty sản xuất nhựa u-PVC, các công ty sản xuất cửa nhựa u-PVC ở nước ngoài hiện chưa thâm nhập vào thị trường Việt Nam.

3.1.2. Nhà cung cấp

Nguyên liệu của Công ty chủ yếu là nhập khẩu nên các yếu tố của môi trường vĩ mô tác động trực tiếp đến tình hình hoạt động của công ty.

3.2.4 P

3.2.1. Sản phẩm.

Sản phẩm chính của công ty là những sản phẩm có một số đặc điểm chủ yếu là:

3.2.1.1. Tính cách âm, cách nhiệt.

Cửa sổ Eurowindow là tập hợp đồng bộ của các linh kiện như khung nhựa định hình, hộp kính, gioăng,... được thiết kế nhằm mục đích đạt hiệu quả cách âm, cách nhiệt cao nhất, vượt xa các loại cửa làm từ những vật liệu truyền thống như gỗ, nhôm. Đi kèm với khả năng cách âm giúp nâng cao chất lượng cuộc sống, cửa sổ Eurowindow còn có khả năng cách nhiệt gấp từ 2-4 lần so với các loại cửa thông thường, giúp tiết kiệm điện năng sưởi ấm và làm mát căn phòng, mang lại hiệu quả kinh tế cho người sử dụng.

3.2.1.2. Tính ổn định cao, không cong vênh, co ngót.

Khác với các cửa gỗ thông thường hay bị cong vênh co ngót trong điều kiện khí hậu nhiệt đới của Việt Nam, sản phẩm cửa Eurowindow luôn giữ được độ chuẩn xác của cấu trúc và vẻ đẹp ban đầu trong suốt thời gian sử dụng. Sự ăn khớp giữa khuôn và cánh cửa luôn đảm bảo độ kín, khít, giữ nhiệt cho căn phòng của bạn ấm về mùa đông và mát về mùa hè. Không cong vênh co ngót, bạc màu, giữ màu sắc tươi sáng.

3.2.1.3. An toàn cháy.

Kiến trúc và phân bố nhà không theo quy hoạch thống nhất là đặc thù của đô thị Việt Nam. Thực tế đó đã gây nên tình trạng bất lợi đối với công tác phòng cháy và chữa cháy. Do vậy, vấn đề lựa chọn vật liệu xây dựng chống cháy là yêu cầu và cũng là mục tiêu cần phải đạt được. Góp phần vào việc thực hiện mục tiêu đó, cửa sổ Eurowindow được sản xuất bằng vật liệu Polymer và phụ gia chống cháy, không bị phân huỷ thành các thành phần dễ cháy khác ngay cả trong điều kiện nhiệt độ cao.

Với nhiệt độ gần 1000 độ C của đèn khò, thanh uPVC chỉ biến dạng mà không bén cháy, loại bỏ hẳn quá trình phát tán ngọn lửa qua cửa.

3.2.1.4. Hiệu quả kinh tế sử dụng.

Tiết kiệm điện năng, bền, ít phải sơn sửa, bảo dưỡng định kỳ. Trong thiết kế xây dựng, ngân sách dành cho cửa gỗ chiếm phần không nhỏ trong tổng chi phí vật liệu. Với ngân sách này, hoàn toàn có thể lựa chọn phương án cửa làm từ vật liệu uPVC cao cấp với những ưu điểm mà cửa gỗ cũng như cửa nhôm không thể sánh được: cách âm, cách nhiệt, không đòi hỏi tu bổ định kỳ, duy trì chất lượng sử dụng cao trong thời gian hàng chục năm ... Hơn thế nữa, hạn chế thất thoát nhiệt đồng nghĩa với việc tiết kiệm điện năng cho làm mát và sưởi ấm căn phòng. Chỉ sau vài năm sử dụng, cửa sổ từ thanh nhựa uPVC sẽ bù đắp lại toàn bộ chi phí lắp đặt ban đầu.

So với cửa nhôm, tuy chi phí đầu tư ban đầu cho cửa nhựa tương đối cao, song theo thời gian, hiệu quả kinh tế nhờ tiết kiệm chi phí phát sinh trong quá trình sử dụng mà cửa nhựa đem lại sẽ ngày càng được thể hiện rõ rệt hơn.

Những ưu điểm riêng khác như tính tiện dụng của bộ phụ kiện kim khí, cánh cửa đóng khít và ổn định, cửa không cong vênh hoặc co giãn, bề mặt khung cửa giữ màu sắc tươi, ... cũng là những luận cứ khách quan khẳng định tính kinh tế trước mắt cũng như lâu dài của việc lựa chọn cửa sổ từ thanh Profile định hình uPVC.

3.2.1.5. Phù hợp với điều kiện Việt Nam

Đặc tính quý báu nổi bật của vật liệu uPVC là tuổi thọ rất cao do vật liệu này không bị ôxy hoá, không bị lão hoá hay ố vàng trong điều kiện bức xạ mặt trời và mưa axit.

Việc sử dụng chất phụ gia (Additives) và chất ổn định (Stabilizers) trong công thức phối liệu đã tạo ra sự thích ứng của vật liệu trong điều kiện nhiệt độ và độ ẩm cao.

3.2.1.6. Đa dạng kích thước, màu sắc.

Sản phẩm của Eurowindow có thể ứng dụng rộng rãi và phù hợp với mọi kiến trúc: toà nhà văn phòng, khách sạn, khu chung cư, biệt thự...

3.2.2. Giá.

Giá sản phẩm của công ty phụ thuộc vào kích thước cửa của khách hàng, 2 dòng sản phẩm Asiawindow và Vietwindow có giá thấp hơn khoảng 30% nhưng vẫn đảm bảo được chất lượng của sản phẩm. Tuy nhiên theo phần lớn khách hàng vẫn cho rằng giá sản phẩm vẫn cao hơn so với đối thủ cạnh tranh.

3.2.3. Truyền thông.

Eurowindow được khách hàng biết đến là một nhà cung cấp tổng thể về cửa hàng đầu Việt Nam. Thị trường Đà Nẵng-bắt động sản phát triển với tốc độ chóng mặt trong những năm gần đây gắn liền với điều đó là cơ hội cho các công ty trong ngành nói chung và công ty Eurowindow nói riêng có điều kiện phát triển mạnh mẽ. Kéo theo đó là sự cạnh tranh khốc liệt của các công ty trong ngành. Sự thành công của một công ty thì không thể thiếu hoạt động Marketing hỗ trợ, tại Đà Nẵng ngoài các hoạt động của tổng công ty áp dụng thực hiện thì các hoạt động mang tính chất của địa phương chưa được phát triển.

3.2.4. Kênh phân phối

POS là một thành viên quan trọng trong kênh phân phối của công ty, tuy nhiên quan điểm của Công ty và các POS không đồng nhất nên để đạt được mục tiêu của mình Công ty phải thường xuyên động viên, khuyến khích các các POS. Phải làm cho họ hiểu rằng đây là sự hợp tác đôi bên cùng có lợi để cùng nhau cố gắng cho sự phát triển bền vững chung. Hiện tại thị trường Đà Nẵng đã triển khai được 3 POS.

PHẦN 4. PHÂN TÍCH KẾT QUẢ KINH DOANH VÀ NGUỒN LỰC TÀI CHÍNH

4.1. PHÂN TÍCH KẾT QUẢ KINH DOANH

Đơn vị tính: Tỷ đồng

Mã số	Chỉ tiêu	Năm 2007	Năm 2008	Năm 2009
01	1. Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ	128,101	587,526	350,085
03	2. Các khoản giảm trừ doanh thu	591	-	-
10	3. doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ	127,410	587,526	350,085
11	4. giá vốn hàng bán	78,126	(104,759)	(189,625)
20	5. lợi nhuận gộp về bán hàng và cung cấp dịch vụ	49,284	82,767	160,460
21	6. doanh thu hoạt động tài chính	140	22,567	22,775
22	7. chi phí tài chính	1,123	(1,145)	(4,804)
24	8. chi phí bán hàng	21,752	(29,029)	(53,895)
25	9. chi phí quản lý doanh nghiệp	17.051	(20.917)	(30.328)
30	10. lãi thuần từ hoạt động kinh doanh	9.390	54.241	94.207
31	11. Thu nhập khác	29	286	1,294
32	12. Chi phí khác	165	(389)	(474)
40	13. Lỗ khác	(135)	(102)	820
50	14. Tổng lãi kế toán trước thuế	9.254	54.139	95.027
51	15. Chi phí thuế TNDN hiện hành	-	-	-

60	16. Lãi xuất thuế TNDN	9.254	54.139	95.027
----	------------------------	-------	--------	--------

(Nguồn: Phòng tài chính kế toán)

Với Eurowindow, năm 2008 là năm thứ 6 có mặt tại Việt Nam cũng là năm tình hình kinh tế gặp nhiều khó khăn. Lạm phát ở mức hai con số. Tuy nhiên, với sự nỗ lực của tập thể lãnh đạo, cán bộ công nhân viên nên trong năm qua Eurowindow vẫn đạt những kết quả đáng khích lệ, doanh số cả năm là 475 tỷ 483 triệu đồng, lợi nhuận đạt khoảng 93 tỷ đồng (vượt chỉ tiêu kế hoạch cả năm).

Theo chủ trương tăng độ phủ sản phẩm Eurowindow trên cả nước, trong năm 2008, Công ty đã mở thêm 05 showroom và 24 POS tại một số tỉnh thành trong cả nước. Hiện tại Công ty vẫn đang tiếp tục tìm kiếm địa điểm để triển khai thêm các Showroom và các POS ở những tuyến phố vật liệu xây dựng và tuyến đường chính có mật độ phát triển đô thị cao tại Hà Nội, TP Hồ Chí Minh và các tỉnh lân cận. Công ty cũng đã đầu tư thêm Nhà máy thứ 3 tại Thành phố Đà Nẵng, đã đi vào hoạt động từ tháng 3/2009.

Năm 2009 là một năm thành công của Eurowindow trong hoạt động sản xuất kinh doanh với doanh số bán hàng cả năm đạt 1007 tỷ đồng, tăng 112% so với năm 2008, lợi nhuận đạt hơn 120 tỷ đồng.

4.2. NGUỒN LỰC TÀI CHÍNH

4.2.1. Kí kết thỏa thuận hợp tác

Tháng 12 năm 2007, tại Hà nội đã diễn ra lễ ký thỏa thuận hợp tác toàn diện trong giai đoạn 5 năm từ 2007 đến 2012 giữa Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Việt Nam (BIDV) và Công ty cổ phần Eurowindow Holding. Thỏa thuận này được xác lập dựa trên nhu cầu và thế mạnh trong các lĩnh vực hoạt động của cả hai bên nhằm hỗ trợ, hợp tác với phương châm “Đồng hành chiến lược – Phát triển bền vững”.

Theo đó, BIDV sẽ tham gia tài trợ cho các dự án kinh doanh của Eurowindow Holding bằng việc cung cấp tín dụng nhanh chóng, thuận tiện với mức lãi suất ưu đãi nhất. BIDV sẽ xem xét cấp tín dụng cho các khách hàng của Eurowindow Holding mua chung cư, biệt thự, nhà vườn hay vật liệu xây dựng, hàng nội thất do các công ty thành viên của Eurowindow Holding cung cấp. Ngoài ra, BIDV ưu tiên sử dụng và giới thiệu những sản phẩm, dịch vụ của Eurowindow Holding tới các khách hàng của BIDV.

Về phía mình, Eurowindow Holding sẽ cung cấp các dịch vụ và sản phẩm cho BIDV và các chi nhánh của BIDV trên toàn quốc với chất lượng dịch vụ tốt nhất và giá cả ưu đãi, bao gồm: Cung cấp vật liệu xây dựng (sản phẩm cửa sổ, cửa đi, vách ngăn cùng nhiều loại vật liệu xây dựng khác) và trang thiết bị nội thất cho các công trình và văn phòng của BIDV; tham gia xây dựng các công trình do BIDV làm chủ đầu tư; cho BIDV thuê mặt bằng kinh doanh và văn phòng tại các công trình do các công ty của Eurowindow Holding đầu tư. Hơn nữa, Eurowindow Holding còn ưu tiên sử dụng dịch vụ ngân hàng, xuất nhập khẩu, quản lý sử dụng vốn của BIDV. Thêm vào đó, khi có nhu cầu đầu tư, các chương trình đầu tư cần tìm đối tác hợp tác, hai bên sẽ dành quyền ưu tiên cho nhau trong trao đổi thông tin và sử dụng nguồn lực theo khả năng đáp ứng của từng bên.

Việc ký kết thỏa thuận hợp tác toàn diện giữa BIDV và Eurowindow Holding sẽ góp phần nâng cao năng lực và hiệu quả hoạt động của cả hai bên, tăng cường sự hợp tác, hướng tới mục tiêu hai bên trở thành đối tác chiến lược lâu dài của nhau.

Eurowindow Holding là công ty hiện đang trực tiếp và gián tiếp nắm cổ phần chi phối tại Công ty Cửa sổ Nhựa Châu Âu (Eurowindow), Công ty TNHH Đầu tư T&M Việt Nam (Melin PLAZA), Công ty Cổ phần Đại Siêu thị Mê Linh (Melin Hypermarket), Công ty Cổ phần Phân phối Mê Linh (Melin Distribution), Công ty Cổ phần Đầu tư Xây dựng và Phát triển Công nghệ cao (Decotech), Công ty Cổ phần Đầu tư

Trung tâm Thương mại Vinh (Vicentra), Công ty Cổ phần Đầu tư Trung tâm thương mại Hà Nội – Mátxcova (Incentra), Công ty TNHH T&M Trans Việt Nam, Công ty Cổ phần Đầu tư và Xây dựng số 1 Hà Nội, Công ty Cổ phần Đầu tư xây dựng Tòa nhà Mê Linh. Eurowindow Holding hiện đang triển khai một số dự án trong và ngoài nước như: Dự án Trung tâm thương mại, văn phòng cho thuê và căn hộ cao cấp VICENTRA tại TP Vinh, Nghệ An; dự án Khu du lịch sinh thái và nghỉ dưỡng cao cấp Bãi Dài, dự án Khu du lịch sinh thái biển và giải trí cao cấp Hòn Ngang – Bãi Cát Thắm tại Tỉnh Khánh Hòa; dự án Đầu tư xây dựng Tổ hợp văn phòng và nhà ở tại đường Trần Duy Hưng, Hà Nội; dự án Khu đô thị và Trung tâm thương mại Quốc Oai, Hà Tây; dự án Trung tâm thương mại Hà Nội – Mátxcova tại Mátxcova, LB Nga và một số khu đô thị mới, khu du lịch sinh thái và tòa nhà văn phòng cho thuê khác.

4.2.2. Phát hành cổ phiếu cho nhà đầu tư chiến lược.

Tháng 11 năm 2007, tại Khách sạn Horison Hà Nội, công ty CP cửa sổ Châu Âu (Eurowindow) và tập đoàn BankInvest đã tiến hành lễ ký hợp đồng hợp tác đầu tư chiến lược. Theo đó, Eurowindow sẽ phát hành cổ phiếu cho nhà đầu tư chiến lược BankInvest và nhận từ BankInvest một khoản đầu tư 168.75 tỷ VND (tương đương 10.5 triệu USD) thông qua Quỹ đầu tư Private Equity New Markets. Tập đoàn BankInvest sẽ trở thành cổ đông chiến lược nước ngoài của công ty Eurowindow. Cũng theo nội dung hợp đồng, Tập đoàn BankInvest đầu tư vào công ty CP cửa sổ Châu Âu (Eurowindow) với vai trò là một đối tác chiến lược lâu dài. BankInvest sẽ cử chuyên gia tham gia vào hội đồng quản trị và ban kiểm soát của Eurowindow. BankInvest sẽ hỗ trợ công ty Eurowindow trong việc hoạch định chiến lược, kinh doanh và marketing, tài chính kế toán, quản lý sản xuất, và phát triển sản phẩm mới. Ngoài ra, BankInvest còn nỗ lực lập quỹ đào tạo và huấn luyện nhân sự tương đương 6% giá trị hợp đồng dưới hình thức tài trợ từ chương trình Danida của chính phủ Đan Mạch. Tập đoàn BankInvest là hệ thống gồm 53 ngân hàng đến từ Đan Mạch và các nước khu vực Scandinavia, hiện đang quản lý 10 quỹ đầu tư vào thị trường tư nhân và đã đầu tư vào hơn 50 công ty tư nhân trên thế giới với 30 tỷ USD trong

đó có 5 tỷ USD đầu tư vào thị trường mới. Thêm vào đó BankInvest còn quản lý 45 quỹ mua bán hợp tác công khai, hơn 60 quỹ quản lý tư nhân cho các tổ chức đầu tư. BankInvest có trên 20 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực kinh doanh và đầu tư tài chính.

4.2.3. Lợi nhuận để lại.

Với tốc độ phát triển mạnh, lợi nhuận hằng năm liên tục tăng ở mức cao. Phần lợi nhuận thu được được ban giám đốc Eurowindow tiếp tục mở rộng thị trường, nâng cao chất lượng sản phẩm, tăng vốn điều lệ của công ty.

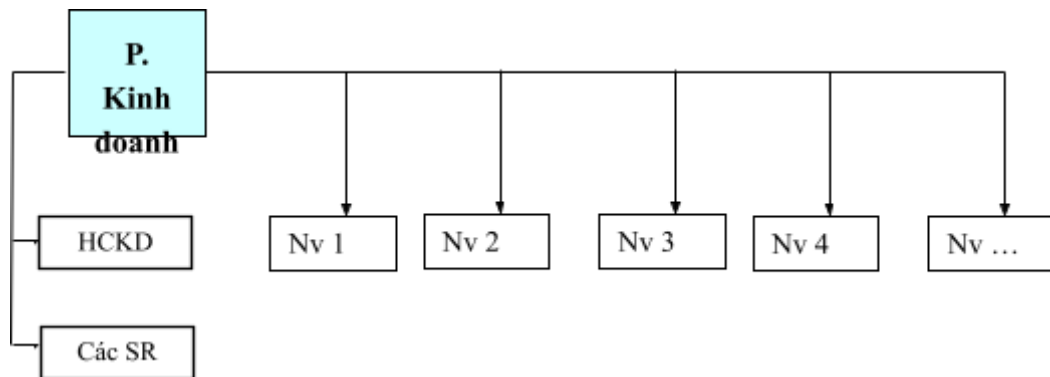
Kế hoạch đến năm 2015, Eurowindow sẽ đạt doanh số hơn 10.000 tỷ đồng. Hiện tại, Eurowindow có 4 nhà máy và 1 Trung tâm kính quy mô hiện đại nhất nước với hệ thống dây chuyền sản xuất tiên tiến, hiện đại, đồng bộ được nhập khẩu từ các nhà cung ứng hàng đầu của Đức, Italia, Phần Lan và Tây Ban Nha. Trong thời gian tới, Eurowindow dự kiến xây dựng thêm nhà máy sản xuất cửa gỗ tại Bình Dương.

PHẦN 5. HOẠT ĐỘNG PHÒNG KINH DOANH, KẾT QUẢ CÔNG VIỆC THỰC TẬP

5.1. GIỚI THIỆU HOẠT ĐỘNG PHÒNG KINH DOANH.

5.1.1. Cơ cấu tổ chức

Hiện tại phòng kinh doanh có một trưởng phòng kinh doanh, 17 nhân viên kinh doanh, 3 nhân viên hành chính kinh doanh và 2 lễ tân. Cấu trúc như sau:



Sơ đồ cơ cấu tổ chức của phòng kinh doanh

5.1.2. Chức năng và nhiệm vụ chung của phòng kinh doanh

- Tìm kiếm khách hàng và bán hàng cho các công trình, dự án xây dựng.
- Đo đạc và tư vấn cho khách hàng về các phương án cửa phù hợp với kiến trúc và trang trí nội thất.
- Liên hệ mật thiết với các công ty xây dựng, thiết kế, ban quản lý dự án. Sở xây dựng các tỉnh, TP...
- Lên danh sách các dự án đã và đang chuẩn bị triển khai trong khu vực được giao.
- Liên hệ mật thiết với khách hàng cũ, tìm kiếm những khách hàng mới.

- Theo đuổi và chăm sóc khách hàng.
- Tham gia xây dựng chính sách bán hàng cho các dự án.
- Tìm hiểu đối thủ cạnh tranh.
- Phản hồi những thông tin về các dự án cho Ban GDKD để các đối sách phù hợp.
- Phối hợp với bộ phận sản xuất lên kế hoạch cung cấp SP cho khách hàng, bố trí lắp đặt, bảo hành theo yêu cầu của khách hàng...
- Phối hợp với phòng kế toán, SX của công ty để giám sát việc thực hiện hợp đồng của từng khách hàng.
- Liên hệ với Phòng Quảng cáo và các bộ phận liên quan trong việc xây dựng hình ảnh, phát triển thương hiệu, quảng bá các sản phẩm của công ty trên thị trường.
- Làm việc trực tiếp với Phòng kỹ thuật và nhà máy cho các phần việc liên quan đến thực hiện các đơn hàng.
- Đốc thúc thu hồi công nợ và hỗ trợ Phòng kế toán trong việc thu hồi công nợ.
- Hỗ trợ Ban Lãnh đạo kinh doanh trong việc thực hiện các công trình xây dựng, dự án.
- Luôn hợp tác, hỗ trợ đồng nghiệp trong đơn vị và Công ty để hoàn thành mục tiêu phát triển chung.

5.2. MÔ TẢ VỊ TRÍ THỰC TẬP VÀ KẾT QUẢ CÔNG VIỆC THỰC HIỆN

5.2.1. Chức năng và nhiệm vụ

5.2.1.1. Chức năng.

Hoạt động như một nhân viên marketing có chức năng giúp Công ty phát triển đại lý bán hàng và chịu sự chỉ đạo chuyên môn của lãnh đạo Công ty.

5.2.1.2. Nhiệm vụ.

- Lên kế hoạch triển khai dự án (sau khi phê duyệt ý tưởng).

- Thu thập thông tin các đại lý vật liệu xây dựng tiềm năng trên địa bàn TP. Đà Nẵng.
- Trực tiếp gặp quản lý các đại lý VLXD trao đổi về hợp đồng thuê không gian quảng cáo về công ty trên pano quảng cáo của đại lý.

Sau khi đàm phán hoàn tất:

- Lên kế hoạch và tiến trình thực hiện.
- Liên hệ bên thi công gửi thư mời báo giá cùng thiết kế.
- Lập danh sách các yêu cầu để lựa chọn cung ứng phù hợp.
- Trao đổi với người hướng dẫn về công việc, hợp đồng.
- Tiến hành kí kết và triển khai thực hiện.
- Tiến hành nghiệm thu.

5.2.2. Công việc thực hiện.

- Lên ý tưởng triển khai dự án triển khai hoạt động bán hàng thông qua đại lý.
- Lên kế hoạch triển khai dự án
- Thu thập thông tin các đại lý vật liệu xây dựng tiềm năng trên địa bàn TP. Đà Nẵng.
- Nghiên cứu hồ sơ về việc phát triển POS do Eurowindow cung cấp.
- Trực tiếp gặp gỡ POS trao đổi về hợp đồng làm điểm bán hàng cho Công ty Eurowindow.
 - ✓ Gặp gỡ đại diện có thẩm quyền các điểm bán hàng.
 - ✓ Giới thiệu về công ty và chương trình triển khai dự án mở POS trên địa bàn TP Đà Nẵng.

- ✓ Thu thập thông tin thông qua phiếu điều tra thông tin POS.
 - ✓ Trình bày và giải thích các điều khoản trong hợp đồng cho POS.
 - ✓ Thông báo về việc Eurowindow cung cấp biển hiệu quảng cáo miễn phí cho POS, trao đổi với POS cách bố trí thông tin trên biển hiệu, phác họa biển hiệu cuối cùng.
 - ✓ Xin bản giấy phép kinh doanh của POS.
- Thường xuyên gặp lãnh đạo Công ty báo cáo tình hình thực hiện, trao đổi những vấn đề thắc mắc của POS.
 - Hồi âm cho POS thông tin phản hồi từ công ty.
 - Hoàn tất hồ sơ gửi lãnh đạo phê duyệt.
 - Giám tiếp kí kết hợp đồng với POS.
 - Chịu trách nhiệm về khách hàng mà bên POS cung cấp báo cáo cho lãnh đạo trong thời gian sớm nhất.

5.2.3. Kết quả công việc thực hiện.

- Xây dựng danh sách cơ sở dữ liệu 22 đại lý tiềm năng trên địa bàn TP Đà Nẵng.
- Đã tiến hành đàm phán thành công 5 hợp đồng điểm bán hàng cho công ty, và chờ xử lý 3 hợp đồng mới.
- Lãnh đạo công ty đã tiến hành xem xét và tiến hành kí kết 3 hợp đồng.
- Tiếp nhận 1 khách hàng từ POS gửi lãnh đạo Công ty.

PHẦN 6. CÁC GIẢI PHÁP ĐỀ XUẤT CÔNG VIỆC HOÀN THIỆN TẠI VỊ TRÍ THỰC TẬP.

6.1. THUẬN LỢI VÀ KHÓ KHĂN TẠI VỊ TRÍ THỰC TẬP.

6.1.1. Thuận lợi.

- Được công ty tạo điều kiện thuận lợi cho kì thực tập được tiếp cận một cách thực tế nhất.
- Được hỗ trợ tài liệu liên quan đến công việc.
- Được lãnh đạo công ty hỗ trợ về trao đổi về công việc khi cần thiết.

6.1.2. Khó khăn.

Mặc dù được công ty hỗ trợ rất nhiều trong công việc nhưng bên cạnh đó cũng có một số khó khăn nhất định và khó khăn lớn nhất là công ty chưa có phòng marketing để có thể thực hiện công việc một cách tốt nhất. ngoài ra trong quá trình thực hiện công việc của mình còn gặp một số khó khăn như sau:

- Là sinh viên mới bước đầu còn bỡ ngỡ nhưng lại thực hiện công việc một cách độc lập mặc dầu đó là bước đầu thể hiện khả năng của mình.
- Ngoài cung cấp tài liệu nghiên cứu thì khi thực hiện công việc không được cung cấp các tài liệu cần thiết khi gặp gỡ khách hàng ví dụ: catalogue khi khách hàng yêu cầu xin giữ lại để tìm hiểu, Card visit để thể hiện sự chuyên nghiệp trong cách làm việc khi tiếp cận khách hàng.
- Không được hỗ trợ kinh phí trong quá trình thực hiện công việc của mình.

6.2. MỘT SỐ ĐỀ XUẤT HOÀN THIỆN CÔNG VIỆC TẠI VỊ TRÍ THỰC TẬP.

Sau hơn 3 tháng thực tập tại đơn vị với cương vị là một nhân viên marketing tôi có một số kiến nghị nhằm giải quyết những khó khăn thực hiện công việc tại vị trí thực tập như sau:

- Thành lập phòng Marketing riêng biệt chịu trách nhiệm các vấn đề như sau:
 - ✓ Thực hiện, triển khai các chương trình Marketing, truyền thông, PR... của tổng Công ty và Công ty.
 - ✓ Lập kế hoạch marketing theo quý, năm cho công ty.
 - ✓ Tổ chức thiết kế và in ấn/sản xuất các tài liệu/vật phẩm marketing.
 - ✓ Tổ chức các hội thảo khách hàng, tổ chức và tham gia các hội thảo và triển lãm khác.
 - ✓ Quản lý quan hệ công chúng bao gồm xây dựng và duy trì quan hệ với các cơ quan truyền thông, đưa tin và viết bài nhằm xây dựng hình ảnh sản phẩm.
 - ✓ Nghiên cứu sản phẩm của công ty và các đối thủ cạnh tranh khác.
 - ✓ ...
- Các vật phẩm Marketing như catalogue, hình ảnh công trình đã sử dụng sản phẩm của Eurowindow cần được hỗ trợ trong quá trình thực hiện công việc mở POS.
- Khi đã hoàn tất hợp đồng các công việc liên quan như cung cấp biển hiệu cho POS, các tài liệu liên quan để POS xác nhận công việc của họ, thành lập một bộ phận tiếp nhận và xử lý thông tin khách hàng từ POS cần được triển khai nhanh chóng để thể hiện sự chuyên nghiệp trong phong cách làm việc.

KẾT LUẬN

- Việt Nam gia nhập WTO là một bước ngoặt lớn trên con đường phát triển nền kinh tế nước nhà. Mở cửa và hội nhập là cơ hội đồng thời cũng là thách thức lớn cho các doanh nghiệp đã đang và sẽ tồn tại, phát triển tại thị trường Việt Nam.
- Eurowindow là một công ty lớn, với thương hiệu mạnh, tuy xuất hiện chưa lâu nhưng Eurowindow đã gây một ấn tượng tốt cho người tiêu dùng với sản phẩm chất lượng tốt, phục vụ khách hàng chu đáo, giá cả hợp lý....
- Đứng trước sự mở cửa hội nhập của nền kinh tế Việt Nam, Eurowindow luôn luôn nỗ lực phát triển những sản phẩm mới, đa dạng hoá các loại sản phẩm nâng cao chất lượng, mở rộng kênh phân phối...
- Được thực tập tại Eurowindow, với môi trường năng động, tạo điều kiện cho mỗi cá nhân phát huy năng lực của mình. Mức thu nhập cao, điều kiện làm việc thuận lợi, chuyên nghiệp là cơ hội để mỗi nhân viên đóng góp công sức phát triển Eurowindow nói riêng và Việt Nam nói chung.
- Do kiến thức cũng như kinh nghiệm chưa nhiều, bản báo cáo còn có nhiều thiếu sót. Kính mong thầy cô góp ý kiến để em rút kinh nghiệm, bổ sung kiến thức để hoàn thành tốt yêu cầu của nhà trường đặt ra.