

MỞ ĐẦU

Tính cấp thiết của đề tài :

Cùng với chính sách mở cửa của nhà nước, nền kinh tế Việt Nam đã chuyển sang một thời kỳ mới, thời kỳ cơ chế thị trường. Trong những năm qua, ngành thép đã có nhiều cố gắng vượt bậc để nâng cao sản lượng cũng như chất lượng sản phẩm ngày càng lên cao nhằm thỏa mãn nhu cầu của thị trường.

Nhưng thực tế, các doanh nghiệp trong ngành thép vẫn còn nhiều khó khăn trong vấn đề cạnh tranh, tiêu thụ sản phẩm. Vì vậy, theo chúng tôi, đề tài “MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG MARKETING TRONG NGÀNH THÉP VIỆT NAM” thật sự là cần thiết đối với ngành thép Việt Nam .

2. Mục đích và nội dung nghiên cứu của luận án :

Mục đích nghiên cứu của đề tài là đề xuất các giải pháp nhằm thúc đẩy hoạt động marketing ở các doanh nghiệp trong ngành thép Việt Nam được hiệu quả hơn.

Xuất phát từ mục đích trên, nội dung nghiên cứu bao gồm

Nghiên cứu thực trạng hoạt động marketing ở một doanh nghiệp tiêu biểu trong ngành thép Việt Nam.

Trên cơ sở đó, nghiên cứu đề xuất các biện pháp nhằm thúc đẩy hoạt động marketing ở các doanh nghiệp trong ngành thép Việt Nam được hiệu quả hơn. Đề đạt một số kiến nghị đối với nhà nước.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu :

- Đối tượng nghiên cứu trong luận án là các doanh nghiệp trong ngành thép Việt Nam. Trong đó, lấy Tổng Công ty thép Việt Nam là đơn vị tiêu biểu để lấy số liệu minh họa

- Phạm vi nghiên cứu của đề tài là ở lĩnh vực hoạt động marketing trong các doanh nghiệp thép Việt Nam hiện nay.

4. Phương pháp nghiên cứu :

Trong luận án, chúng tôi sử dụng các phương pháp nghiên cứu như phương pháp luận chủ nghĩa duy vật biện chứng, phương pháp luận chủ nghĩa duy vật lịch sử, phương pháp so sánh, thống kê, phương pháp quan sát và thực nghiệm.

5. Những kết quả đạt được trong luận án :

Luận án đã nghiên cứu, khảo sát được thực trạng hoạt động marketing của các doanh nghiệp tiêu biểu trong ngành thép từ năm 1990 đến năm 2001, ở một số nội dung như công tác nghiên cứu thị trường, phân khúc thị trường, các chiến lược sản phẩm, chiến lược giá, chiến lược phân phối, chiến lược chiêu thị.

Trên cơ sở khảo sát đó, trong luận án, chúng tôi đề xuất 3 nhóm giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động marketing tại các doanh nghiệp ngành thép Việt Nam là :

Nhóm giải pháp nhằm đẩy mạnh hoạt động marketing trong ngành thép Việt Nam.

Nhóm giải pháp mang tính chất đầu tư cho chiến lược marketing mix.

Nhóm giải pháp mang tính chất hỗ trợ hoạt động marketing ở các doanh nghiệp thép.

Ngoài ra, chúng tôi cũng đưa ra một số kiến nghị mang tính chất vĩ mô đối với Nhà nước có liên quan đến hoạt động marketing.

Đề tài này mang tính thực tiễn, có ý nghĩa rất lớn trong việc nghiên cứu khoa học cũng như trong hoạt động mở rộng thị trường, gia tăng thị phần cho ngành thép Việt Nam.