

**ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ VÀ QUẢN TRỊ KINH DOANH**

NGUYỄN VĂN KIÊN

**NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CHO CÔNG TY
TNHH NAM LONG Ở KHU CÔNG NGHIỆP PHÚ LÂM,
HUYỆN TIÊN DU, TỈNH BẮC NINH**

**LUẬN VĂN THẠC SĨ THEO ĐỊNH HƯỚNG ỨNG DỤNG
NGÀNH: QUẢN TRỊ KINH DOANH**

THÁI NGUYÊN - 2019

**ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ VÀ QUẢN TRỊ KINH DOANH**

NGUYỄN VĂN KIÊN

**NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CHO CÔNG TY
TNHH NAM LONG Ở KHU CÔNG NGHIỆP PHÚ LÂM,
HUYỆN TIÊN DU, TỈNH BẮC NINH**

Ngành: Quản trị Kinh doanh

Mã số: 8340102

LUẬN VĂN THẠC SĨ THEO ĐỊNH HƯỚNG ỨNG DỤNG

Người hướng dẫn khoa học: PGS.TS. Trần Văn Quyết

THÁI NGUYÊN - 2019

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan luận văn này là công trình nghiên cứu của riêng tôi, chưa công bố tại bất kỳ nơi nào, mọi số liệu sử dụng trong luận văn này là những thông tin xác thực. Tôi xin chịu mọi trách nhiệm về lời cam đoan của mình.

Thái Nguyên, ngày tháng năm 2019

Tác giả luận văn

Nguyễn Văn Kiên

LỜI CẢM ƠN

Tôi xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc tới thầy giáo hướng dẫn: PGS.TS Trần Văn Quyết đã tận tình hướng dẫn, giúp đỡ tôi trong suốt quá trình học tập, nghiên cứu và hoàn thành luận văn.

Xin chân thành cảm ơn các thầy, cô giáo Phòng Đào tạo - Trường Đại học Kinh tế và Quản trị kinh doanh đã giúp đỡ tôi trong quá trình học tập, nghiên cứu và hoàn thành luận văn tốt nghiệp.

Tôi xin chân thành cảm ơn tới Ban lãnh đạo, các bạn bè đồng nghiệp, đã tạo điều kiện giúp đỡ tôi hoàn thành luận văn này.

Do bản thân còn nhiều hạn chế nên luận văn không tránh khỏi những thiếu sót, tôi rất mong nhận được những ý kiến đóng góp của các thầy cô giáo và các bạn.

Tôi xin chân thành cảm ơn!

Thái Nguyên, ngày tháng năm 2019
Tác giả luận văn

Nguyễn Văn Kiên

MỤC LỤC

| | |
|--|------|
| LỜI CAM ĐOAN | i |
| LỜI CẢM ƠN | ii |
| MỤC LỤC..... | iii |
| DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT..... | vii |
| DANH MỤC CÁC BẢNG..... | viii |
| DANH MỤC CÁC BIỂU ĐỒ VÀ HÌNH | ix |
| MỞ ĐẦU | 1 |
| 1. Tính cấp thiết của đề tài | 1 |
| 2. Mục tiêu nghiên cứu..... | 2 |
| 3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu..... | 2 |
| 4. Ý nghĩa lý luận và thực tiễn của luận văn..... | 3 |
| 5. Kết cấu luận văn..... | 3 |
| Chương 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CHO DOANH NGHIỆP | 4 |
| 1.1. Cơ sở lý luận về năng lực cạnh tranh và nâng cao năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp | 4 |
| 1.1.1. Khái niệm năng lực cạnh tranh | 4 |
| Quan niệm năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp | 6 |
| 1.1.2. Sự cần thiết nâng cao năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp | 8 |
| 1.1.3. Các mô hình lý thuyết về nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp | 9 |
| 1.1.4. Nội dung nâng cao Năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp | 12 |
| 1.1.5. Các yếu tố ảnh hưởng tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp | 14 |
| 1.2. Phương pháp đánh giá năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp..... | 16 |
| 1.2.1. Khả năng duy trì và mở rộng thị phần của doanh nghiệp | 16 |
| 1.2.2. Năng lực cạnh tranh của sản phẩm | 17 |
| 1.2.3. Năng lực duy trì và nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp | 18 |
| 1.2.4. Năng suất các yếu tố sản xuất | 19 |
| 1.2.5. Khả năng thích ứng và đổi mới của doanh nghiệp..... | 19 |

| | |
|---|-----------|
| 1.2.6. Khả năng thu hút nguồn lực | 20 |
| 1.2.7. Khả năng liên kết và hợp tác của doanh nghiệp..... | 20 |
| 1.3. Kinh nghiệm nâng cao NLCT và bài học kinh nghiệm cho Công ty TNHH Nam Long ở khu công nghiệp Phú Lâm, huyện Tiên Du tỉnh Bắc Ninh..... | 20 |
| 1.3.1. Kinh nghiệm nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp ngành giấy trong nước | 21 |
| 1.3.2. Bài học Kinh nghiệm với công ty TNHH Nam Long ở KCN Phú Lâm, huyện Tiên Du tỉnh Bắc Ninh | 22 |
| Chương 2: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU..... | 24 |
| 2.1. Câu hỏi nghiên cứu | 24 |
| 2.2. Nguồn số liệu và phương pháp thu thập | 24 |
| 2.2.1. Thu thập số liệu thứ cấp | 24 |
| 2.2.2. Thu thập thông tin sơ cấp..... | 24 |
| 2.3. Phương pháp phân tích..... | 25 |
| 2.3.1. Phương pháp thống kê mô tả..... | 25 |
| 2.3.2. Phương pháp thống kê so sánh..... | 26 |
| 2.3.3. Phương pháp chuyên gia | 26 |
| 2.4. Hệ thống chỉ tiêu nghiên cứu | 29 |
| 2.4.1. Các tiêu chí định lượng | 29 |
| 2.4.2. Các tiêu chí định tính | 30 |
| Chương 3: ĐÁNH GIÁ NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA CÔNG TY TNHH NAM LONG Ở KHU CÔNG NGHIỆP PHÚ LÂM, HUYỆN TIÊN DU TỈNH BẮC NINH..... | 34 |
| 3.1. Giới thiệu chung về Công ty TNHH Nam Long..... | 34 |
| 3.1.1. Quá trình hình thành và phát triển | 34 |
| 3.1.2. Sơ đồ cơ cấu tổ chức | 34 |
| 3.1.3. Sản phẩm chính của công ty..... | 36 |
| 3.1.4. Cơ sở vật chất kỹ thuật của công ty | 41 |
| 3.2. Thực trạng năng lực cạnh tranh của công ty TNHH Nam Long trong sản xuất và kinh doanh sản phẩm giấy | 41 |

| | |
|---|-----------|
| 3.2.1. Đánh giá thực trạng năng lực tài chính | 41 |
| 3.2.2. Đánh giá thực trạng năng lực sản xuất kinh doanh sản phẩm giấy | 44 |
| 3.2.3. Đánh giá thực trạng nguồn lực lao động phục vụ hoạt động sản xuất và kinh doanh sản phẩm giấy | 45 |
| 3.2.4. Chỉ tiêu chất lượng và giá cả..... | 48 |
| 3.2.5. Thương hiệu | 51 |
| 3.2.6. Đánh giá hoạt động MARKETING | 52 |
| 3.2.7. Đánh giá thị phần thị trường của công ty TNHH Nam Long | 53 |
| 3.2.8. Xây dựng ma trận hình ảnh cạnh tranh | 56 |
| 3.2.9. Phân tích môi trường cạnh tranh của công ty TNHH Nam Long | 59 |
| 3.3. Những nhân tố ảnh hưởng tới Năng lực cạnh tranh về sản phẩm giấy của công ty TNHH Nam Long..... | 64 |
| 3.3.1. Những yếu tố khác quan | 64 |
| 3.3.2. Những yếu tố chủ quan | 69 |
| 3.4. Những thành tựu đạt được, những khó khăn và bất cập và nguyên nhân của những khó khăn bất cập ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh công ty TNHH Nam Long..... | 70 |
| 3.4.1. Những thành tựu đạt được..... | 70 |
| 3.4.2. Những khó khăn, bất cập ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của công ty TNHH Nam Long | 71 |
| 3.4.3. Những nguyên nhân của khó khăn bất cập ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của công ty TNHH Nam Long..... | 73 |
| Chương 4: GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CHO CÔNG TY TNHH NAM LONG Ở KHU CÔNG NGHIỆP PHÚ LÂM, HUYỆN TIÊN DU TỈNH BẮC NINH..... | 75 |
| 4.1. Định hướng xây dựng chiến lược cạnh tranh cho công ty | 75 |
| 4.1.1. Xu hướng và Bối cảnh thị trường cạnh tranh ngành giấy | 75 |
| 4.1.2. Thị trường giấy năm 2019 và dự báo năm 2020 | 77 |
| 4.1.3. Phương hướng nâng cao năng lực phát triển công ty trong tương lai..... | 87 |
| 4.2. Mục tiêu nâng cao năng lực cạnh tranh giai đoạn 202 - 2025 | 88 |

| | |
|---|-----|
| 4.3. Giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh cho công ty TNHH Nam Long | 89 |
| 4.3.1. Phát triển các kênh phân phối sản phẩm | 89 |
| 4.3.2. Nâng cao hoạt động Marketing | 90 |
| 4.3.3. Nâng cao trình độ đội ngũ cán bộ công nhân viên..... | 90 |
| 4.3.4. Quản lý hiệu quả các nguồn tài chính | 91 |
| 4.3.5. Nâng cấp và hiện đại hóa thiết bị công nghiệp..... | 92 |
| 4.4. Kiến nghị thực hiện giải pháp | 93 |
| KẾT LUẬN | 94 |
| TÀI LIỆU THAM KHẢO | 96 |
| PHỤ LỤC | 100 |

DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT

| Viết tắt | Tên đầy đủ/ý nghĩa/mô tả |
|-----------------|--|
| DN | Doanh nghiệp |
| EFE | Ma trận các yếu tố bên ngoài |
| IFE | Ma trận các yếu tố bên trong |
| KCN | Khu Công nghiệp |
| NLCT | Năng lực cạnh tranh |
| TE | Hệ số kỹ thuật |
| TFP | Năng suất yếu tố tổng hợp |
| TNHH | Trách nhiệm hữu hạn |
| UBND | Ủy ban nhân dân |
| VICC | Văn phòng thương mại và Công nghiệp Việt Nam |
| WTO | World Trade Organization/ Tổ chức thương mại quốc tế |

DANH MỤC CÁC BẢNG

| | |
|--|----|
| Bảng 2.1. Bảng tổng hợp số phiếu khảo sát khách hàng của Công ty TNHH Nam Long | 25 |
| Bảng 2.2. Thang đo và ý nghĩa của điểm đánh giá | 28 |
| Bảng 3.1. Một số chỉ tiêu đánh giá khái quát tình hình tài chính của TNHH Nam Long | 43 |
| Bảng 3.2. Năng lực sản xuất các sản phẩm của công TNHH Nam Long | 44 |
| Bảng 3.3. Đặc điểm nguồn nhân lực của công ty | 45 |
| Bảng 3.4. Đánh giá khả năng cạnh tranh về chất lượng sản phẩm của công ty TNHH Nam Long với các đối thủ cạnh tranh..... | 49 |
| Bảng 3.5. Đánh giá khả năng cạnh tranh về giá bán, chiến lược định giá sản phẩm của công ty TNHH Nam Long với các đối thủ cạnh tranh | 50 |
| Bảng 3.6. Đánh giá khả năng cạnh tranh về thương hiệu của công ty TNHH Nam Long với các đối thủ cạnh tranh..... | 51 |
| Bảng 3.7. So sánh số lượng sản phẩm bán ra của công ty TNHH Nam Long và một số đối thủ cạnh tranh | 54 |
| Bảng 3.8. Ma trận hình ảnh cạnh tranh của Công ty TNHH Nam Long | 58 |
| Bảng 3.9. Ma trận đánh giá các yếu tố bên ngoài (EFE) của Công ty TNHH Nam Long | 60 |
| Bảng 3.10. Ma trận đánh giá các yếu tố môi trường bên trong (IFE) của Công ty TNHH Nam Long | 61 |
| Bảng 3.11. Ma trận SWOT Công ty TNHH Nam Long | 62 |
| Bảng 4.1. Tăng trưởng tiêu thụ giấy lớp mặt và lớp sóng theo khu vực | 84 |
| Bảng 4.2. Tăng trưởng năng lực – sản xuất – tiêu thụ giấy lớp mặt và sóng trên thị trường Trung Quốc 2019 | 86 |