

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

---

**LƯU THỊ DUYÊN**

**HOẠCH ĐỊNH CHIẾN LƯỢC KINH DOANH**  
**TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ THƯƠNG MẠI**  
**TNG THÁI NGUYÊN**

**LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ**  
**Chuyên ngành: QUẢN TRỊ KINH DOANH**

**THÁI NGUYÊN - 2014**

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

---

**LƯU THỊ DUYÊN**

**HOẠCH ĐỊNH CHIẾN LƯỢC KINH DOANH  
TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ THƯƠNG MẠI  
TNG THÁI NGUYÊN**

**Chuyên ngành: Quản trị Kinh doanh  
Mã số: : 60.34.01.02**

**LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ**

**Người hướng dẫn khoa học: TS. TRẦN NHUẬN KIÊN**

**THÁI NGUYÊN - 2014**

## LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan đề tài khóa luận "*Hoạch định chiến lược kinh doanh tại công ty Cổ phần Đầu tư và Thương mại TNG Thái Nguyên*" là công trình nghiên cứu của cá nhân tôi. Các thông tin về số liệu được đề cập đến trong đề tài nghiên cứu hoàn toàn là trung thực dựa trên những luận cứ thực tế tiếp cận. Những kết quả thu được qua đề tài nghiên cứu là của bản thân tác giả, những kết quả này chưa từng được công bố ở bất kỳ công trình nghiên cứu nào khác.

*Thái Nguyên, tháng 7 năm 2014*

**Tác giả Luận văn**

**Lưu Thị Duyên**

## LỜI CẢM ƠN

Trong quá trình nghiên cứu và hoàn thành luận văn này cho phép tôi được gửi lời cảm ơn trân trọng đến:

Quý Thầy, Cô khoa Quản trị Kinh doanh, Phòng quản lý sau đại học Trường Đại học Kinh tế và Quản trị Kinh doanh Thái Nguyên đã tạo điều kiện giúp đỡ tôi để hoàn thành luận văn này.

Lãnh đạo và tập thể người lao động Công ty Cổ phần Đầu tư và Thương mại Thái Nguyên (TNG) đã cung cấp thông tin, tài liệu và hợp tác trong quá trình thực hiện luận văn này. Đặc biệt một lần nữa cảm ơn những nhân viên đã dành chút thời gian quý báu để tôi có được dữ liệu để phân tích đánh giá.

Thầy giáo TS Trần Nhuận Kiên đã hướng dẫn khoa học của luận văn, giúp tôi hình thành lý tưởng các nội dung nghiên cứu từ thực tiễn để hoàn thành luận văn này.

Để có được những kiến thức như ngày hôm nay, cho phép em gửi lời cảm ơn sâu sắc đến quý thầy cô trường Đại học Kinh tế và Quản trị Kinh doanh Thái Nguyên trong thời gian qua đã truyền đạt cho em những kiến thức quý báu.

*Thái Nguyên, tháng 7 năm 2014*

**Tác giả Luận văn**

**Lưu Thị Duyên**

## MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN .....	i
LỜI CẢM ƠM.....	ii
MỤC LỤC .....	iii
DANH MỤC CÁC KÝ HIỆU, CHỮ VIẾT TẮT .....	vii
DANH MỤC CÁC BẢNG.....	viii
DANH MỤC CÁC BIỂU ĐỒ, SƠ ĐỒ.....	ix
<b>MỞ ĐẦU .....</b>	<b>1</b>
1. Tính cấp thiết của đề tài .....	1
2. Mục tiêu nghiên cứu .....	2
3. Đối tượng nghiên cứu và phạm vi nghiên cứu .....	3
4. Ý nghĩa khoa học của đề tài .....	3
5. Bố cục của luận văn.....	4
<b>Chương 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN HOẠCH ĐỊNH</b>	
<b>CHIẾN LƯỢC KINH DOANH .....</b>	<b>5</b>
1.1. Cơ sở lý luận về chiến lược kinh doanh và quản trị chiến lược .....	5
1.1.1. Khái niệm chiến lược kinh doanh .....	5
1.1.2. Vai trò chiến lược kinh doanh.....	5
1.1.3. Các cấp chiến lược kinh doanh và các loại chiến lược.....	6
1.2. Hoạch định chiến lược kinh doanh.....	8
1.2.1. Khái niệm hoạch định chiến lược kinh doanh .....	8
1.2.2. Vai trò của hoạch định chiến lược.....	9
1.3. Quy trình xây dựng chiến lược kinh doanh.....	10
1.3.1. Xác định mục tiêu kinh doanh .....	10
1.3.2. Xác định nhiệm vụ, sứ mạng của doanh nghiệp .....	11
1.3.3. Phân tích môi trường bên trong và bên ngoài.....	11
1.3.4. Thiết lập chiến lược kinh doanh.....	18
1.3.5. Các giải pháp thực hiện chiến lược kinh doanh.....	19

1.3.6. Kiểm tra, đánh giá hiệu quả chiến lược đã lập .....	19
1.4. Kinh nghiệm hoạch định chiến lược kinh doanh ở một số nước và ở Việt Nam.....	21
1.4.1. Kinh nghiệm ở một số nước .....	21
1.4.2. Việt Nam với việc hoạch định chiến lược kinh doanh .....	23
<b>Chương 2: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU .....</b>	<b>26</b>
2.1. Câu hỏi nghiên cứu.....	26
2.2. Phương pháp nghiên cứu.....	26
2.2.1. Chọn điểm nghiên cứu .....	26
2.2.2. Phương pháp thu thập số liệu.....	26
2.2.3. Phương pháp phân tích số liệu .....	27
2.2.4. Phương pháp đánh giá môi trường kinh doanh.....	27
2.3. Các chỉ tiêu nghiên cứu.....	31
2.3.1. Chỉ tiêu kinh tế xã hội .....	31
2.3.2. Chỉ tiêu về kim ngạch xuất khẩu.....	31
2.3.3. Chỉ tiêu về dân số Việt Nam .....	32
2.3.4. Chỉ tiêu về khả năng thanh toán.....	32
2.3.5. Chỉ tiêu về nguồn lực.....	32
<b>Chương 3: THỰC TRẠNG VỀ HOẠCH ĐỊNH CHIẾN LƯỢC TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ THƯƠNG MẠI TNG THÁI NGUYÊN .....</b>	<b>33</b>
3.1. Khái quát về Công ty Cổ phần Đầu tư và Thương mại TNG Thái Nguyên .....	33
3.1.1. Quá trình hình thành và phát triển của Công ty Cổ phần Đầu tư và Thương mại TNG .....	33
3.1.2. Cơ cấu tổ chức và bộ máy quản lý của Công ty Cổ phần Đầu tư và Thương mại TNG .....	35

3.2. Phân tích môi trường bên ngoài tác động đến hoạt động kinh doanh của công ty .....	38
3.2.1. Phân tích môi trường vĩ mô .....	38
3.2.2. Phân tích môi trường vi mô .....	49
3.2.3. Ma trận đánh giá các yếu tố môi trường bên ngoài (EFE).....	62
3.3. Phân tích môi trường nội bộ của Công ty Cổ phần Đầu tư và Thương mại TNG Thái Nguyên .....	64
3.3.1. Tình hình kinh doanh của công ty Cổ phần Đầu tư và Thương mại TNG Thái Nguyên qua các năm.....	64
3.3.2. Phân tích môi trường nội bộ của công ty Cổ phần Đầu tư và Thương mại TNG Thái Nguyên .....	65
3.3.3. Ma trận đánh giá các yếu tố môi trường bên trong (IFE) .....	71
3.3.4. Phân tích theo ma trận Swot từ thực trạng của Công ty Cổ phần Đầu tư và Thương mại TNG Thái Nguyên .....	73
3.3.5. Lựa chọn chiến lược kinh doanh.....	75
<b>Chương 4: GIẢI PHÁP THỰC HIỆN CHIẾN LƯỢC KINH DOANH TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ THƯƠNG MẠI TNG THÁI NGUYÊN.....</b>	<b>76</b>
4.1. Mục tiêu, tầm nhìn, sứ mạng của công ty .....	76
4.1.1. Mục tiêu.....	76
4.1.2. Tầm nhìn, sứ mạng của Công ty Cổ phần Đầu tư và Thương mại TNG Thái Nguyên .....	78
4.2. Phân tích theo ma trận SWOT từ thực trạng tại Công ty Cổ phần Đầu tư và Thương mại TNG Thái Nguyên.....	78
4.3. Một số giải pháp để thực hiện chiến lược tại công ty Cổ phần Thương mại và Đầu tư TNG Thái Nguyên.....	80
4.3.1. Quan điểm xây dựng giải pháp .....	80
4.3.2. Nội dung giải pháp .....	80

4.4. Kiến nghị .....	87
4.4.1. Kiến nghị với nhà nước.....	87
4.4.2. Kiến nghị với Bộ công thương, sở công thương.....	88
<b>KẾT LUẬN .....</b>	<b>89</b>
<b>DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO.....</b>	<b>91</b>
<b>PHỤ LỤC .....</b>	<b>93</b>



**DANH MỤC CÁC KÝ HIỆU, CHỮ VIẾT TẮT**

Ma trận SWOT

S- Strength (điểm mạnh)

W- Weakness (điểm yếu)

O-Opportunity (cơ hội)

T-Threat (nguy cơ)

CBCNV : Cán bộ công nhân viên

NXB : Nhà xuất bản

Ma trận EFE : Ma trận yếu tố bên ngoài

Ma trận IFE : Ma trận yếu tố bên trong

GATT : Hiệp định chung về thuế quan và thương mại

WTO : Tổ chức thương mại thế giới

TPP : Hiệp định xuyên Thái Bình Dương

ASEAN : Hiệp hội các quốc gia Đông Nam á

DN : Doanh nghiệp

PP : Phương pháp

BQ : Bình quân

TNHH : Trách nhiệm hữu hạn

## DANH MỤC CÁC BẢNG

Bảng 2.1: Ma trận IFE.....	27
Bảng 2.2: Ma trận EFE.....	29
Bảng 2.3. Ma trận SWOT .....	31
Bảng 3.1: Khái quát một số chỉ tiêu kinh tế của Việt Nam 2008-2012 .....	39
Bảng 3.2: Dân số Việt Nam từ 2008-2012.....	45
Bảng 3.3. Ma trận hình ảnh cạnh tranh .....	61
Bảng 3.4. Phân tích đối thủ cạnh tranh chính .....	62
Bảng 3.5: Ma trận đánh giá yếu tố môi trường bên ngoài - EFE.....	63
Bảng 3.6: Khả năng thanh toán nhanh của công ty giai đoạn 2008-2012 .....	69
Bảng 3.7: Thông tin cơ sở vật chất của công ty năm 2012-2013 .....	71
Bảng 3.8: Ma trận đánh giá các yếu tố bên trong - IFE .....	72
Bảng 3.9. Tóm tắt điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội, đe dọa, của công ty .....	73
Bảng 3.10: Ma trận SWOT của Công ty Cổ phần Đầu Tư và Thương mại TNG Thái Nguyên .....	74
Bảng 4.1. Hình thành các phương án chiến lược cho Công ty Cổ phần Đầu tư và Thương mại TNG Thái Nguyên.....	79