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

VŨ THỊ NGỌC LIÊN

PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG TIÊU THỤ CỦACÔNG TY CỔ PHẦN XI MĂNG LA HIÊN

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ

Chuyên ngành: QUẢN TRỊ KINH DOANH

THÁI NGUYÊN, NĂM 2015

Số hoá bởi Trung tâm Học liệu - ĐHTN http://www.lrc-tnu.edu.vn/

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

VŨ THỊ NGỌC LIÊN

PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG TIÊU THỤ CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN XI MĂNG LA HIÊN

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 QUANG MINH

THÁI NGUYÊN, NĂM 2015

Số hoá bởi Trung tâm Học liệu - ĐHTN http://www.lrc-tnu.edu.vn/

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan luận văn với tiêu đề "*Phát triển thị trường tiêu thụ của công ty cổ phần xi măng La Hiên* hoàn toàn là kết quả nghiên cứu của chính bản thân tôi và chưa được công bố trong bất cứ một công trình nghiên cứu nào của người khác. Trong quá trình thực hiện luận văn, tôi đã thực hiện nghiêm túc các quy tắc đạo đức nghiên cứu; các kết quả trình bày trong luận văn là sản phẩm nghiên cứu, khảo sát của riêng cá nhân tôi; tất cả các tài liệu tham khảo sử dụng trong luận văn đều được trích dẫn tường minh, theo đúng quy định.

Tôi xin hoàn toàn chịu trách nhiệm về tính trung thực của số liệu và các nội dung khác trong luận văn của mình.

Thái Nguyên, ngày 15 tháng 08 năm 2015

Tác giả luận văn

Vũ Thị Ngọc Liên

LỜI CẢM ƠN

Em xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc tới các thầy, cô giáo đã dạy em trong thời gian học cao học khóa 10 chuyên ngành Quản trị kinh doanh đã tạo mọi điều kiện thuận lợi cho em trong suốt thời gian học tập và làm luận văn tốt nghiệp.

Em xin chân thành cảm ơn TS Trần Quang Minh đã nhiệt tình hướng dẫn trong thời gian em làm luận văn.

Trong quá trình nghiên cứu, đề tài của em còn nhiều thiếu sót, kính mong nhận được sự góp ý, bổ sung ý kiến của các thầy, cô giáo và các bạn để đề tài của em được hoàn thiện tốt hơn.

Em xin chân thành cảm ơn!

Học viên

Vũ Thị Ngọc Liên

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN i
LỜI CẢM ƠN ii
MỤC LỤC iii
DANH MỤC CÁC BẢNG BIỂU vii
DANH MỤC CÁC SƠ ĐỒ, HÌNH VẼ viii
MỞ ĐẦU 1
1. Tính cấp thiết của đề tài 1
2. Mục tiêu nghiên cứu của đề tài 3
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu 3
4. Ý nghĩa khoa học và những đóng góp của luận văn 4
5. Kết cấu của luận văn 4
Chương 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG TIÊU THỤ SẢN PHẨM Ở DOANH NGHIỆP 5
1.1. Những lý luận cơ bản về phát triển thị trường tiêu thụ sản phẩm ở doanh nghiệp 5
1.1.1. Thị trường tiêu thụ sản phẩm 5
1.1.2. Thực chất về phát triển thị trường 9
1.2. Cơ sở thực tiễn về phát triển thị trường tiêu thụ sản phẩm 23
1.2.1. Kinh nghiệm phát triển thị trường tiêu thụ sản phẩm của công ty cổ phần xi măng Hạ Long 23
1.2.2. Kinh nghiệm phát triển thị trường xi măng của tổng công ty xi măng Việt Nam 25
1.2.3. Bài học kinh nghiệm của công ty cổ phần xi măng La Hiên 28

Chương 2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU 29
2.1. Câu hỏi nghiên cứu 29
2.2. Phương pháp nghiên cứu 29
2.2.1. Phương pháp thu thập số liệu 29
2.2.2. Phương pháp tổng hợp số liệu 30
2.2.3. Phương pháp phân tích số liệu 30
2.3. Hệ thống chỉ tiêu nghiên cứu 30
Chương 3. THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG TIÊU THỤ CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN XI MĂNG LA HIÊN 33
3.1. Giới thiệu về công ty cổ phần xi măng La Hiên 33
3.1.1. Lịch sử hình thành công ty 33
3.1.2. Quá trình phát triển Công ty 34
3.1.3. Chức năng và nhiệm vụ của công ty 36
3.1.4. Cơ cấu tổ chức bộ máy quản lý của công ty 37
3.2. Các đặc điểm của của công ty cổ phần xi măng La Hiên tác động đến thị trường tiêu thụ 40
3.2.1. Đặc điểm về sản phẩm và thị trường tiêu thụ 40
3.2.2. Đặc điểm về công nghệ và kĩ thuật sản xuất 44
3.2.3. Đặc điểm về nguyên vật liệu 47
3.2.4. Đặc điểm về đội ngũ lao động 49
3.3. Phân tích thực trạng thị trường và tiêu thụ của công ty cổ phần xi măng La Hiên 51
3.3.1. Đánh giá kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty 51
3.3.2. Tình hình tiêu thụ của công tycổ phần xi măng La Hiên theo chỉ số doanh thu 55
3.3.3. Phân tích tình hình tiêu thụ theo mức sản lượng từng mặt hàng của công ty cổ phần xi măng La Hiên 57
3.3.4. Tình hình tiêu thụ xi măng theo thị trường và cơ cấu thị trường 62
3.3.5. Đánh giá tình hình tiêu thụ của công ty cổ phần xi măng La Hiên thông qua chỉ số thị phần trên từng khu vực thị trường 65

3.4. Các nhân tố ảnh hưởng đến vấn đề tiêu thụ sản phẩm của công ty cổ phần xi măng La Hiên 69
3.4.1. Các nhân tố ảnh hưởng thuộc môi trường bên ngoài doanh nghiệp 69
3.4.2. Các nhân tố ảnh hưởng thuộc môi trường bên trong doanh nghiệp.....77
3.5. Đánh giá khả năng phát triển thị trường tiêu thụ sản phẩm của công ty cổ phần xi măng La Hiên 83
3.5.1. Những thành quả đã đạt được 83
3.5.2. Những tồn tại, hạn chế trong hoạt động phát triển thị trường tiêu thụ..... 85
3.5.3. Nguyên nhân của những tồn tại và hạn chế 87
Chương 4. GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG TIÊU THỤ CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN XI MĂNG LA HIÊN 89
4.1. Phương hướng phát triển của công ty cổ phần xi măng La Hiên 89
4.1.1. Cơ hội và thách thức đối với công ty cổ phần xi măng La Hiên 89
4.1.2. Mục tiêu và phương hướng phát triển thị trường tiêu thụ của Công ty 90
4.2. Một số giải pháp phát triển thị trường tiêu thụ của công ty cổ phần xi măng La Hiên..... 91
4.2.1. Phát triển thị trường tiêu thụ bằng việc nâng cao chất lượng dịch vụ trong bán hàng..... 91
4.2.2. Phát triển thị trường tiêu thụ bằng việc nâng cao chất lượng nguồn nhân lực..... 94
4.2.3. Phát triển thị trường thông qua giải pháp hoàn thiện kênh phân phối..... 96
4.2.4. Phát triển thị trường thông qua giải pháp nâng cao chất lượng nghiên cứu thị trường..... 100

4.2.5. Phát triển thị trường thông qua giải pháp hoàn thiện chính sách giá cả 103
4.3. Một số giải pháp hỗ trợ hoạt động phát triển thị trường tiêu thụ của công ty cổ phần xi măng La Hiên 103
4.3.1. Nâng cao khả năng chiếm lĩnh thị trường bằng việc tiết kiệm chi phí đầu vào 104
4.3.2. Nâng cao khả năng chiếm lĩnh thị trường bằng việc đẩy mạnh các hoạt động xúc tiến thương mại 104
4.3.3. Nâng cao tính hiệu quả của công tác quản lý chất lượng sản phẩm 107
4.4. Các điều kiện tiền đề để thực hiện giải pháp 110
4.5. Một số kiến nghị 111
4.5.1. Kiến nghị với nhà nước 111
4.5.2. Kiến nghị với công ty cổ phần xi măng La Hiên 112
KẾT LUẬN 114
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO 115

DANH MỤC CÁC BẢNG BIỂU

Bảng 3.1: Các loại nguyên vật liệu dùng cho sản xuất 44
Bảng 3.2: Tình hình sử dụng nguyên vật liệu năm 2012 48
Bảng 3.3: Cơ cấu lao động của công ty..... 50
Bảng 3.4: Bảng tổng hợp kết quả hoạt động kinh doanh các năm 2012 đến 2014..... 51
Bảng 3.5: Bảng tổng hợp hiệu quả sản xuất kinh doanh của công ty 54
Bảng 3.6: Các chỉ tiêu phân tích biến động doanh thu xi măng của công ty cổ phần xi măng La Hiên2012-2014 56
Bảng 3.7: Các chỉ tiêu phân tích biến động sản lượng tiêu thụ xi măng PCB của công ty cổ phần xi măng La Hiên giai đoạn 2012-2014 58
Bảng 3.8: Các chỉ tiêu phân tích biến động sản lượng tiêu thụ Clinker thương phẩm của Công ty cổ phần xi măng La Hiên giai đoạn 2012-2014 61
Bảng 3.9: Kết quả tiêu thụ xi măng theo kết cấu thị trườngcủa công ty cổ phần xi măng La Hiên giai đoạn 2012 - 2014 62
Bảng 3.10: Tình hình thị phần Thái Nguyên của công ty cổ phần xi măng La Hiên giai đoạn 2012 - 2014 66
Bảng 3.11: Tình hình thị phần Bắc Kạn của công ty cổ phần xi măng La Hiên giai đoạn 2012 - 2014 67
Bảng 3.12: Tình hình thị phần Lạng Sơn của công ty cổ phần xi măng La Hiên giai đoạn 2012 - 2014 68

DANH MỤC CÁC SƠ ĐỒ, HÌNH VẼ

Sơ đồ 3.1: Sơ đồ tổ chức bộ máy quản lý của công ty 39

Sơ đồ 3.2: Quy trình công nghệ sản xuất xi măng tại công ty 47

Hình 1.1: Chu kỳ sống của sản phẩm 18

Hình 1.2: Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định giá 20

Hình 1.3: Các dạng mô hình kênh phân phối 21

Hình 3.1: Biểu tượng của công ty 36

Hình 3.2: Mẫu bao bì sản phẩm xi măng 40

Hình 3.3: Tổng sản lượng tiêu thụ xi măng Portland hỗn hợp tại các thị trường 58

Hình 3.4: Tổng sản lượng tiêu thụ Clinker thương phẩm tại các thị trường 61

Hình 3.5: Mô hình hệ thống kênh phân phối thông qua các nhà phân phối chính 80