

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

**PHẠM TRUNG HỢP**

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

**LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ**  
**CHUYÊN NGÀNH: QUẢN LÝ KINH TẾ**

**THÁI NGUYÊN - 2015**

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

**PHẠM TRUNG HỢP**

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

**Chuyên ngành: Quản lý kinh tế**

**Mã số: 60.3404 10**

**LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ**

**Người hướng dẫn khoa học: GS.TS. Mai Ngọc Cường**

**THÁI NGUYÊN - 2015**

## LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan luận văn với tiêu đề “*Phát triển thị trường tiêu thụ sản phẩm 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, tháng 6 năm 2015*

**Tác giả luận văn**

**Phạm Trung Hợp**

## LỜI CẢM ƠN

Để hoàn thành luận văn này, tôi xin chân thành cảm ơn Ban giám hiệu, Khoa sau đại học, cùng các thầy, cô giáo trong trường Đại học kinh tế và Quản trị Kinh doanh Thái Nguyên đã tận tình giúp đỡ, tạo mọi điều kiện cho tôi trong quá trình học tập và thực hiện đề tài.

Tôi xin được bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc tới GS.TS Mai Ngọc Cường - Giảng viên trường Đại học kinh tế quốc dân Hà Nội - Giáo viên trực tiếp hướng dẫn, đã tận tình giúp đỡ và đóng góp nhiều ý kiến quý báu để tác giả hoàn thành luận văn.

Tôi xin gửi lời cảm ơn đến Ban Giám đốc, cán bộ nhân viên Công ty cổ phần xi măng La Hiên đã tạo điều kiện cung cấp số liệu, đóng góp ý kiến và giúp đỡ tác giả hoàn thành luận văn này.

*Xin trân trọng cảm ơn!*

*Thái Nguyên, tháng 6 năm 2015*

**Tác giả luận văn**

**Phạm Trung Hợp**

## MỤC LỤC

<b>LỜI CAM ĐOAN</b> .....	i
<b>LỜI CẢM ƠN</b> .....	ii
<b>MỤC LỤC</b> .....	iii
<b>DANH MỤC NHỮNG TỪ VIẾT TẮT</b> .....	vi
<b>DANH MỤC BẢNG</b> .....	vii
<b>DANH MỤC HÌNH, SƠ ĐỒ</b> .....	viii
<b>MỞ ĐẦU</b> .....	1
1. Tính cấp thiết của đề tài.....	1
2. Mục tiêu nghiên cứu.....	1
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	2
4. Đóng góp của luận văn .....	2
5. Bố cục luận văn.....	3
<b>Chương 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG TIÊU THỤ SẢN PHẨM XI MĂNG CỦA DOANH NGHIỆP</b> .....	4
1.1. Thị trường tiêu thụ sản phẩm: Khái niệm, chức năng, vai trò, phân loại và tầm quan trọng .....	4
1.1.1. Khái niệm về thị trường và sản phẩm.....	4
1.1.2. Vai trò và chức năng của thị trường.....	6
1.1.3. Phân loại thị trường tiêu thụ sản phẩm.....	7
1.1.4. Tầm quan trọng của phát triển thị trường tiêu thụ sản phẩm .....	9
1.2. Bản chất, nội dung và nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển thị trường tiêu thụ sản phẩm .....	10
1.2.1. Bản chất của phát triển thị trường tiêu thụ sản phẩm.....	10
1.2.2. Nội dung phát triển thị trường tiêu thụ sản phẩm.....	11
1.2.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển thị trường tiêu thụ sản phẩm.....	12

1.3. Kinh nghiệm phát triển thị trường tiêu thụ sản phẩm của một số Công ty trong nước và bài học đối với Công ty cổ phần xi măng La Hiên.....	24
1.3.1. Kinh nghiệm phát triển thị trường tiêu thụ sản phẩm của một số Công ty trong nước .....	24
1.3.2. Bài học kinh nghiệm đối với Công ty cổ phần xi măng La Hiên .	26
<b>Chương 2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU .....</b>	<b>27</b>
2.1. Câu hỏi nghiên cứu.....	27
2.2. Các phương pháp nghiên cứu .....	27
2.2.1. Khung đánh giá thị trường tiêu thụ sản phẩm.....	27
2.2.2. Phương pháp thu thập thông tin .....	27
2.2.3. Phương pháp tổng hợp, xử lý số liệu.....	28
2.2.4. Phương pháp phân tích số liệu .....	29
2.2.5. Phương pháp ma trận SWOT .....	29
2.3. Hệ thống chỉ tiêu nghiên cứu phản ánh về phát triển thị trường .....	31
<b>Chương 3. THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG TIÊU THỤ SẢN PHẨM CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN XI MĂNG LA HIÊN ..</b>	<b>34</b>
3.1. Khái quát về quá trình hình thành và phát triển của Công ty .....	34
3.1.1. Quá trình hình thành của Công ty .....	34
3.1.2. Tổ chức bộ máy quản lý và tiêu thụ của Công ty .....	38
3.1.3. Sự phối hợp giữa các bộ phận sản xuất và tiêu thụ của Công ty cổ phần xi măng La Hiên.....	41
3.2. Thực trạng phát triển thị trường tiêu thụ sản phẩm của Công ty cổ phần xi măng La Hiên .....	43
3.2.1. Thực trạng phát triển thị trường theo chiều rộng.....	43
3.2.2. Thực trạng phát triển thị trường theo chiều sâu.....	55
3.3. Đánh giá tình hình phát triển thị trường tiêu thụ sản phẩm của Công ty cổ phần xi măng La Hiên .....	64
3.3.1. Tổng hợp đánh giá kết quả ý kiến đóng góp của khách hàng .....	64
3.3.2. Những hạn chế chủ yếu .....	65

3.4. Phân tích nhân tố ảnh hưởng đến tình hình tiêu thụ sản phẩm của Công ty cổ phần xi măng La Hiên .....	67
3.4.1. Các nhân tố ảnh hưởng thuộc môi trường bên ngoài Doanh nghiệp ..	67
3.4.2. Các nhân tố ảnh hưởng thuộc môi trường bên trong Doanh nghiệp ..	74
<b>Chương 4. PHƯƠNG HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG TIÊU THỤ SẢN PHẨM CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN XI MĂNG LA HIÊN.....</b>	<b>86</b>
4.1. Cơ hội thách thức và phương hướng phát triển thị trường tiêu thụ sản phẩm của Công ty cổ phần xi măng La Hiên.....	86
4.1.1. Ma trận SWOT .....	86
4.1.2. Phương hướng phát triển thị trường tiêu thụ sản phẩm của Công ty cổ phần xi măng La Hiên .....	89
4.2. Giải pháp phát triển thị trường tiêu thụ sản phẩm của Công ty cổ phần xi măng La Hiên .....	93
4.2.1. Giải pháp nâng cao chất lượng trong xây dựng và tổ chức thực hiện chiến lược tiêu thụ sản phẩm.....	93
4.2.2. Giải pháp tăng cường công tác tổ chức quản lý thực hiện tiêu thụ sản phẩm .....	96
4.2.3. Giải pháp tăng cường cơ sở vật chất và năng lực tài chính của Công ty .....	100
4.3. Một số khuyến nghị về hoàn thiện môi trường kinh tế xã hội .....	104
4.3.1. Đối với cơ quan nhà nước.....	104
4.3.2. Đối với tập đoàn công nghiệp than khoáng sản Việt Nam.....	106
4.3.3. Đối với Công ty cổ phần xi măng La Hiên.....	106
<b>KẾT LUẬN.....</b>	<b>108</b>
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO.....</b>	<b>109</b>
<b>PHỤ LỤC.....</b>	<b>111</b>

**DANH MỤC NHỮNG TỪ VIẾT TẮT**

CTCP	: Công ty cổ phần
DN	: Doanh nghiệp
DNNN	: Doanh nghiệp nhà nước
NVL	: Nguyên vật liệu
SXKD	: Sản xuất kinh doanh
TSCĐ	: Tài sản cố định
VCĐ	: Vốn cố định
VLĐ	: Vốn lưu động
VLXD	: Vật liệu xây dựng



## DANH MỤC BẢNG

Bảng 3.1. Cơ cấu sản phẩm và sản lượng tiêu thụ của Công ty 2010-2014.....	44
Bảng 3.2. Các chỉ tiêu phân tích biến động tổng sản lượng tiêu thụ sản phẩm của Công ty cổ phần xi măng La Hiên năm 2010 - 2014.....	45
Bảng 3.3. Số lượng và cơ cấu khách hàng của Công ty năm 2010-2014.....	48
Bảng 3.4. Quy mô và cơ cấu tiêu thụ sản phẩm của Công ty năm 2010-2014 .....	50
Bảng 3.5. Tình hình thị phần Thái Nguyên của Công ty cổ phần xi măng La Hiên giai đoạn 2010 - 2014.....	52
Bảng 3.6. Tình hình thị phần Hà Nội của Công ty cổ phần xi măng La Hiên giai đoạn 2010 - 2014.....	54
Bảng 3.7. Tình hình SXKD Công ty cổ phần xi măng La Hiên năm 2010-2014.....	59
Bảng 3.8. Các chỉ tiêu phân tích biến động doanh thu xi măng của Công ty cổ phần xi măng La Hiên năm 2010 - 2014 .....	62
Bảng 3.9. Đánh giá ý kiến của khách hàng về quá trình tiêu thụ sản phẩm.....	64
Bảng 3.10. Tình hình góp vốn của Công ty Cổ phần xi măng La Hiên.....	84
Bảng 3.11. Các chỉ tiêu tài chính của Công ty cổ phần xi măng La Hiên .....	84
Bảng 4.1. Kế hoạch điểm mạnh - điểm yếu, cơ hội - thách thức.....	88
Bảng 4.2. Nhu cầu sử dụng vật liệu xây dựng trong nước đến năm 2020 .....	90

## DANH MỤC HÌNH, SƠ ĐỒ

### HÌNH

Hình 2.1. Khung Phân tích thị trường tiêu thụ sản phẩm.....	27
Hình 3.1. Tình hình tiêu thụ sản phẩm của Công ty năm 2010-2014.....	45
Hình 3.2. Số lượng cơ cấu khách hàng của Công ty năm 2010-2014.....	49
Hình 3.3. Sản lượng tiêu thụ trung bình tại các địa bàn của Công ty cổ phần xi măng La Hiên năm 2010 - 2014 .....	51
Hình 3.4. Tình hình SXKD của Công ty năm 2010-2014.....	60
Hình 3.5. Mô hình hệ thống kênh phân phối thông qua các Nhà phân phối chính.....	80

### SƠ ĐỒ

Sơ đồ 3.1. Cơ cấu tổ chức bộ máy quản lý.....	40
Sơ đồ 3.2. Dây chuyền công nghệ sản xuất xi măng .....	41