

# CHƯƠNG 1

## CƠ SỞ LÝ LUẬN

### 1.1. Khái niệm, vai trò, chức năng của hệ thống kinh doanh

#### 1.1.1. Hệ thống kinh doanh là gì ?

Hệ thống kinh doanh là việc kết nối mọi khía cạnh của doanh nghiệp thành một hệ thống để có thể quản lý hoặc cải thiện bằng cách áp dụng các nguyên tắc. Một hệ thống kinh doanh được thiết kế để kết nối tất cả các bộ phận của tổ chức, và các quy trình liên quan đến nhau để cùng đạt được mục đích trong các chiến lược kinh doanh do Công ty đề ra.

Hệ thống kinh doanh giúp các tổ chức kinh doanh đạt được mục tiêu của họ. Một hệ thống kinh doanh hoàn chỉnh là sự kết hợp của các chính sách, nhân sự, thiết bị công nghệ nhằm phối hợp với các hoạt động của một tổ chức kinh doanh

#### 1.1.2. Vai trò của hệ thống kinh doanh

Bất kỳ doanh nghiệp nào, dù quy mô lớn hay nhỏ cũng đều cần có hệ thống kinh doanh. Thông qua hệ thống này, doanh nghiệp có thể xây dựng được bộ máy quản trị mạnh mẽ, quản lý hiệu quả các nguồn lực, nâng cao hiệu suất toàn doanh nghiệp và tạo nên sự phát triển bền vững.

#### 1.1.3. Chức năng của hệ thống kinh doanh

Cải thiện hiệu suất của hệ thống kinh doanh là phát triển và thực hiện các chiến lược, quy trình kinh doanh và hoạch định chiến lược trong toàn tổ chức từ đó dẫn đến kết quả làm tăng doanh thu cho doanh nghiệp của bạn

Đáp ứng mong đợi của khách hàng: Áp dụng phương pháp kinh doanh hệ thống, công ty sẽ dễ dàng phân tích, đo lường, so sánh và kiểm tra tất cả các khả năng và những gì khách hàng muốn hay không muốn.

Cải thiện hiệu suất của hệ thống kinh doanh là phát triển và thực hiện các chiến lược, quy trình kinh doanh và hoạch định chiến lược trong toàn tổ chức từ đó dẫn đến kết quả làm tăng doanh thu cho doanh nghiệp của bạn

Kết quả nhất quán: Một hệ thống kinh doanh được thiết kế để mang lại cho doanh nghiệp kết quả tốt nhất và có thể lặp lại. Chính vì nó là một quy trình, nên

việc sửa các lỗi khi xảy ra vấn đề cũng rất dễ dàng, đồng thời các kết quả cũng được đồng nhất, tương tự nhau, tối đa rủi ro nhất có thể.

**Giảm chi phí và tăng lợi nhuận:** Các nghiên cứu đã chứng minh rằng việc triển khai một hệ thống kinh doanh hợp lý giúp giảm chi phí, nhưng cũng sẽ có nhiều điều cần chú ý. Một hệ thống kinh doanh nhằm giảm chi phí thì cũng cần chú trọng đến chất lượng sản phẩm sao cho phù hợp, bởi nếu chất lượng không tương xứng với chi phí thì sẽ dẫn đến xói mòn lợi nhuận do hạ thấp kỳ vọng chất lượng hoặc mức độ dịch vụ đối với khách hàng.

## **1.2. Sự ra đời và phát triển của doanh nghiệp kính xây dựng**

### **1.2.1. Lịch sử ra đời ngành công nghiệp kính**

Sự ra đời của vật liệu kính được đánh giá là một sự kiện lớn trong ngành vật liệu nhân tạo. Tuy nhiên, để có được các sản phẩm như bây giờ, loại vật liệu này đã trải qua một giai đoạn phát triển lâu dài với sự phát triển của thủy tinh.

Thủy tinh là nguyên liệu chính để sản xuất các sản phẩm kính. Ở thời kỳ đầu, người ta thu thủy tinh từ các vụ nổ núi lửa. Giai đoạn này diễn ra cách đây khoảng tầm 1500 năm trước Công nguyên. Ban đầu, thủy tinh được sản xuất bằng phương pháp đúc thô sơ. Sau đó đã được cải tiến và hoàn thiện hơn. Thợ thủy tinh đã cho thêm vào các thành phần để tăng độ bền, độ trong và tạo màu đặc biệt thủy tinh cũng mất đi

- Đến khoảng thế kỷ 13, tại Venecia, nghề thủy tinh lại phát triển thịnh vượng
- Khoảng thế kỷ 17, nghề thủy tinh cũng được hoàn thiện dần ở Đức, Anh...
- Đến năm 1773, công ty kính tấm đã phát triển mạnh mẽ. Đây cũng chính là dấu mốc đánh dấu sự phát triển của ngành thủy tinh.
- Sau đó kính tấm tiếp tục được hoàn thiện để tăng độ bền của kính
- Mốc đánh dấu sự phát triển của ngành kính chính là khi Pilkington phát minh ra công nghiệp kính nổi vào năm 1960. Dấu mốc này đã tạo nên cuộc cách mạng kính trên toàn thế giới. Từ đó tạo ra các sản phẩm kính được sử dụng như hiện nay.

### **1.2.2. Các bước phát triển của ngành kính xây dựng**

Vào những năm 1960, những công ty có bản quyền công nghệ kính nổi của Pilkington đã nâng cao năng suất của mình và giảm giá kính, gây ra những khó khăn đối với những công ty chưa có công nghệ kính nổi. Cho đến năm 1975, số dây chuyền kính nổi chiếm tới 97% số dây chuyền sản xuất kính trên thế giới, qua đó có thể khẳng định công nghệ của Pilkington là một trong những phát minh vĩ đại nhất trong lịch sử của ngành công nghiệp kính.

Công nghệ kính nổi cho ra đời nhiều công nghệ mới và những sản phẩm kính mới. Lần đầu tiên, kính tấm chất lượng cao được làm ra với nhiều độ dày khác nhau từ 0,5-19mm hay lớn hơn. Kính được làm dày hơn vì mục đích an toàn, chống ồn mà vẫn đảm bảo những tiêu chuẩn thẩm mỹ. Thêm vào đó công nghệ này còn cho phép những nhà sản xuất thay đổi thành phần phối liệu để làm ra những sản phẩm mới, trong số đó có kính màu. Với nhiều công nghệ mới, ngành công nghiệp kính đã đáp ứng được nhu cầu ngày càng tăng liên quan đến hiệu quả năng lượng và những đặc tính mới. Ví dụ như với việc nghiên cứu năng lượng ánh sáng, những nhà sản xuất đã tạo ra những lớp phủ giúp cho kính thu nhận ánh sáng mặt trời và bức xạ nhiệt hiệu quả hơn, hay những lớp phủ kiểm soát ánh nắng có khả năng ngăn cản nhiệt của mặt trời đối với những vùng khí hậu nóng mà vẫn cho ánh sáng truyền qua. Năm 1970 kính hàm lượng sắt thấp dùng cho pin mặt trời đã ra đời. Những tấm kính này tăng cường sự truyền ánh sáng mặt trời giúp cho sự biến đổi nhiệt năng thành điện năng.

Ngoài ra những nhà sản xuất đã bắt đầu giới thiệu các loại lớp phủ phản quang mức độ cao và trung bình, cho phép các kiến trúc sư và các nhà xây dựng đạt được hiệu quả đặc biệt về độ truyền ánh sáng, phản xạ ánh nắng hay hiệu quả bóng râm. Những sản phẩm kính phản quang cao được tạo ra từ quá trình lắng đọng trong chân không cùng với kính phản quang trung bình được phủ bằng phương pháp nhiệt phân đã tạo ra một cuộc cách mạng trong kiến trúc cuối những năm 1970, đầu những năm 1980, xây nên những toà nhà quyền rũ với hiệu quả năng lượng mà ngày nay chúng ta thấy ở xung quanh. Từ đó đến nay, các công trình kiến trúc có sử dụng kính ngày càng nhiều, với thiết kế sang trọng, tinh tế ngày càng được ưa chuộng khắp nơi.

### **1.3. Đặc điểm kinh doanh của doanh nghiệp sản xuất kính xây dựng**

Doanh nghiệp sản xuất được ví như một đơn vị kinh tế cơ sở, là tế bào của nền kinh tế quốc dân. Tại đây, diễn ra các hoạt động tạo ra sản phẩm – thực hiện cung cấp các loại sản phẩm đó – phục vụ nhu cầu xã hội. Vai trò của doanh nghiệp sản xuất trong nền kinh tế thị trường là không thể phủ nhận.

Đặc điểm chung về hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp sản xuất kính xây dựng: Doanh nghiệp ngành xây dựng đặc biệt là ngành kính, luôn có vai trò đặc biệt trong nền kinh tế quốc dân. Trong bất kỳ thời kì nào, lịch sử phát triển của xã hội loài người cũng luôn gắn với các công trình kiến trúc. Do vậy nhu cầu về xây dựng là nhu cầu thường xuyên và ngày càng tăng lên cùng với sự phát triển kinh tế, xã hội. Ngày nay, sản xuất càng phát triển thì vị trí, vai trò của ngành xây dựng càng được khẳng định. Nếu như trong điều kiện nền kinh tế chưa phát triển, hoạt động xây dựng chỉ phục vụ các công trình nhỏ với hình thức đơn giản, thô sơ thì trong điều kiện hiện nay, nền kinh tế phát triển kéo theo nhu cầu thẩm mỹ ngày càng tăng, các công trình sử dụng kính ngày càng nhiều. Với sự thẩm mỹ cao, an toàn, bền vững trong suốt thời gian sử dụng, kính ngày càng được ưa chuộng và trở thành một trong những vật tư không thể thiếu ở các công trình xây dựng.

Các nước trên thế giới cũng như ở Việt Nam nói chung, khi nói đến ngành công nghiệp sản xuất kính xây dựng đều được phân chia làm 2 lĩnh vực nhỏ là sản xuất sản phẩm kính và sản xuất sản phẩm sau kính, cụ thể:

**❖ Đối với lĩnh vực sản xuất kính bao gồm các dòng sản phẩm tương ứng với từng chủng loại sản phẩm sau:**

- Kính tấm xây dựng (sheet glass) được sản xuất trên công nghệ cho dòng thủy tinh nóng chảy chạy qua trục rulô kéo kính. Các loại sản phẩm này có phẩm cấp trung, vì bề mặt sản phẩm không được phẳng trực kéo bị ăn mòn trong quá trình sử dụng, đây chuyên sản xuất có tuổi thọ (từ 5 đến 7 năm mới phải đại tu)
- Kính nổi (float glass) sản xuất theo công nghệ cho thủy tinh nóng chảy chạy trên bề mặt của bể thiếc đang nung do đó sản phẩm có bề mặt phẳng cao, đây chuyên sản xuất bền vững (trên 10 năm mới phải đại tu) tuy nhiên chi phí đầu tư lớn.

- Kính cán vân hoa xây dựng được sản xuất theo công nghệ kéo ngang, sản phẩm được tạo hình thông qua các trục cán ép có khắc các loại hoa văn, đặc điểm dễ sản xuất, chi phí đầu tư thấp tuy nhiên thị phần sản phẩm không lớn so với kính tấm và kính nổi.

**❖ Đối với lĩnh vực sản xuất sau kính:**

Các sản phẩm sau kính được sản xuất trên cơ sở nguyên liệu là các sản phẩm kính (gọi là phôi kính) các đơn vị sản xuất thực hiện các công đoạn tráng, phủ, tô, dán, cắt, mài, uốn để tạo ra các sản phẩm sau kính khác nhau như kính cường lực, kính sơn thẩm mỹ, kính dán, kính mosaic, kính bảo ôn, kính uốn... Đặc điểm sản xuất các sản phẩm này tuy có chi phí đầu tư ít hơn so với sản phẩm kính tấm, nhưng lại làm ra được nhiều mẫu mã chủng loại sản phẩm được sử dụng rộng rãi trong xây dựng, nội thất, ngoại thất và trong nhiều lĩnh vực khác có liên quan như sản xuất ô tô, tàu hỏa...

Do tính chất công nghệ đặc thù trong sản xuất kính xây dựng có quy trình kỹ thuật sản xuất phức tạp, máy móc thiết bị tự động hoá cao, chất lượng sản phẩm phụ thuộc rất nhiều vào yếu tố công nghệ, chi phí đầu tư ban đầu. Đặc biệt yếu tố công nghệ, danh tiếng, uy tín của Hãng chế tạo và chuyên gia sẽ quyết định đến sự khác biệt về chất lượng sản phẩm sản xuất. Các dây chuyền sản xuất kính cường lực đều sử dụng rất nhiều nhiệt điện, thậm chí còn phải thiết kế trụ điện riêng để có thể cung cấp đủ nhiệt độ lớn khoảng 700 độ C nhằm tôi luyện kính và luôn phải duy trì nhiệt độ Lò nấu ở mức cao, phải chạy liên tục cho đến khi kết thúc 1 chu kỳ sản xuất. Đây là điểm khác biệt lớn nhất so với các doanh nghiệp sản xuất khác.

Ngành sản xuất kính xây dựng ở Việt Nam mới đang trong giai đoạn phát triển ban đầu còn rất non trẻ, số lượng doanh nghiệp kinh doanh trong ngành không nhiều kinh nghiệm và trình độ phát triển không đồng đều, dây chuyền máy móc thiết bị công nghệ có mức độ hiện đại trung bình thậm chí lạc hậu, đội ngũ kỹ thuật trong nước đôi khi chưa am hiểu công nghệ, năng lực tài chính của các doanh nghiệp sản xuất còn yếu, công tác quản lý của Nhà nước còn buông lỏng, các quy định mang tính pháp lý còn thiếu cho nên sản phẩm tạo ra có chất lượng thấp hơn, tiêu hao nguyên vật liệu cao hơn, thiếu sản phẩm có chất lượng cao.

## **1.4. Những yếu tố ảnh hưởng đến việc xây dựng hệ thống kinh doanh của công ty**

### **1.4.1. Chiến lược kinh doanh**

Chiến lược kinh doanh đóng vai trò hết sức quan trọng đối với sự tồn tại và phát triển của mỗi doanh nghiệp. Chiến lược kinh doanh đúng đắn sẽ tạo một hướng đi tốt cho doanh nghiệp, chiến lược kinh doanh có thể coi như kim chỉ nam dẫn đường cho doanh nghiệp đi đúng hướng. Trong thực tế, có rất nhiều nhà kinh doanh nhờ có chiến lược kinh doanh đúng đắn mà đạt được nhiều thành công, vượt qua đối thủ cạnh tranh và tạo vị thế cho mình trên thương trường. Chiến lược kinh doanh mang lại rất nhiều lợi ích cho doanh nghiệp, tầm quan trọng của nó được thể hiện ở những mặt sau:

- Chiến lược kinh doanh giúp doanh nghiệp vừa linh hoạt vừa chủ động để thích ứng với những biến động của thị trường, đồng thời còn đảm bảo cho doanh nghiệp hoạt động và phát triển theo đúng hướng. Điều đó có thể giúp doanh nghiệp phấn đấu thực hiện mục tiêu nâng cao vị thế của mình trên thị trường.
- Tạo cơ sở cho các doanh nghiệp chủ động phát triển các hướng kinh doanh phù hợp với môi trường trên cơ sở tận dụng các cơ hội, tránh được các rủi ro, phát huy các lợi thế của doanh nghiệp trong kinh doanh.
- Chiến lược tạo ra một quỹ đạo hoạt động cho doanh nghiệp, giúp doanh nghiệp liên kết được các cá nhân với các lợi ích khác cùng hướng tới một mục đích chung, cùng phát triển doanh nghiệp. Nó tạo một môi liên kết gắn bó giữa các nhân viên với nhau và giữa các nhà quản lý với nhân viên. Qua đó tăng cường và nâng cao hơn nữa nội lực của doanh nghiệp.
- Tạo cơ sở vững chắc cho các hoạt động nghiên cứu triển khai, đầu tư phát triển, đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực cho ngành kinh
- Chiến lược kinh doanh là công cụ cạnh tranh có hiệu quả của doanh nghiệp. Trong điều kiện toàn cầu hóa và hội nhập kinh tế hiện nay đã tạo nên sự ảnh hưởng và phụ thuộc qua lại lẫn nhau giữa các doanh nghiệp hoạt động kinh doanh. Chính quá trình đó đã tạo nên sự cạnh tranh khốc liệt giữa các doanh nghiệp trên thị trường.

## **1.4.2. Nguồn nhân lực**

### **❖ Đóng góp vào sự đổi mới và sáng tạo**

Nhân lực được coi là "tài sản sống" của một tổ chức, vì họ mang trong mình kiến thức, kỹ năng và kinh nghiệm. Nhân viên có khả năng tư duy sáng tạo, đưa ra ý tưởng mới và giải quyết các vấn đề phức tạp. Sự đổi mới và sáng tạo của nguồn nhân lực giúp tổ chức nâng cao hiệu suất và cạnh tranh trong môi trường kinh doanh.

### **❖ Thúc đẩy hiệu suất và đạt được mục tiêu**

Nhân viên có vai trò quan trọng trong thực hiện nhiệm vụ và đạt được mục tiêu của tổ chức. Kỹ năng và năng lực của họ ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu suất làm việc, sản xuất và chất lượng sản phẩm hoặc dịch vụ. Nếu có nguồn nhân lực chất lượng cao, tổ chức có thể đạt được hiệu suất tối đa và tiến gần hơn đến mục tiêu của mình.

### **❖ Xây dựng lợi thế cạnh tranh**

Nguồn nhân lực giúp xây dựng lợi thế cạnh tranh cho một tổ chức. Khi có một đội ngũ nhân viên có trình độ chuyên môn cao, kỹ năng tốt và sáng tạo, tổ chức sẽ có khả năng ứng phó với thay đổi, cạnh tranh hiệu quả và thích ứng với môi trường kinh doanh biến đổi.

### **❖ Tạo ra giá trị và phát triển bền vững**

Nhân lực đóng góp vào tạo ra giá trị cho tổ chức và đảm bảo sự phát triển bền vững. Được đào tạo, phát triển và đánh giá thích hợp, nguồn nhân lực sẽ nâng cao trình độ chuyên môn và tư duy, tạo ra lợi ích cho cả nhân viên và tổ chức. Nhân viên tự tin và hài lòng với công việc của mình sẽ có xu hướng duy trì và phát triển trong tổ chức.

## **1.5. Môi trường kinh doanh của công ty**

Khi nói đến môi trường kinh doanh của doanh nghiệp, người ta thường chia ra môi trường bên trong và môi trường bên ngoài

- Môi trường kinh doanh bên ngoài của doanh nghiệp bao gồm:
  - Môi trường vĩ mô (môi trường tổng quát)
  - Môi trường vi mô (môi trường tác nghiệp)

- Khi chúng ta phân tích môi trường bên ngoài doanh nghiệp nghĩa là chúng ta đang phân tích để thấy được thách thức và cơ hội mà bên ngoài ảnh hưởng trực tiếp hoặc gián tiếp tới doanh nghiệp kinh doanh.

### **1.5.1. Các yếu tố môi trường vĩ mô**

- Chính trị- pháp luật: Việt Nam có nền chính trị ổn định, hệ thống các quan điểm, đường lối, chính sách: Chính phủ và Nhà nước luôn có các giải pháp tích cực nhằm hoàn thiện và cải tổ môi trường chính trị, xây dựng và hoàn thiện hệ thống khuôn khổ pháp luật, hệ thống các chính sách xã hội làm tiền đề cho sự phát triển kinh tế xã hội, tăng cường đấu tranh phòng chống nạn tham nhũng, quan liêu, cửa quyền.
- Các xu hướng quan hệ đối ngoại : Việt Nam đang thực hiện chủ trương bình thường hóa quan hệ và tăng cường hợp tác với tất cả các nước trên thế giới, là thành viên của APEC, WTO. Việc nghiên cứu môi trường quốc tế sẽ giúp doanh nghiệp xác định được mức độ ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của chính doanh nghiệp mình. Khu vực hóa và toàn cầu hóa đã, đang và sẽ là xu hướng tất yếu mà Chính phủ, các ngành và các doanh nghiệp đều phải tính đến.
- Môi trường công nghệ kỹ thuật: Hầu như tất cả các hàng hoá sản phẩm được tạo ra hiện nay đều gắn liền với những thành tựu khoa học kỹ thuật - công nghệ và kính cũng không ngoại lệ. Các quy trình sản xuất ra sản phẩm kính đều có sự can thiệp của máy móc, mỗi khâu sản xuất luôn có một chuẩn mực thẩm mỹ nhất định. Kỹ thuật - công nghệ với tư cách là một bộ phận của môi trường kinh doanh bên ngoài tác động tác động đến doanh nghiệp trên hai mặt:
  - Thứ nhất, công nghệ bên ngoài tác động đến doanh nghiệp thông qua công nghệ bên trong. Đó chính là tốc độ phát triển của khoa học kỹ thuật thể hiện thông qua phát minh, ứng dụng chúng vào cuộc sống đã làm cho công nghệ bên trong của doanh nghiệp nhanh chóng lạc hậu.
  - Thứ hai, công nghệ làm xuất hiện các đối thủ cạnh tranh tiềm năng, đó là những đối thủ kinh doanh các sản phẩm có thể thay thế sản phẩm mà doanh nghiệp đang kinh doanh.

- Môi trường tự nhiên: Tài nguyên cho sản xuất kính : việc quy hoạch và có chính sách phù hợp trong việc sử dụng các nguồn tài nguyên như: Cát trắng, péc ma tít, đô lô mit sẽ tiết kiệm được nhiều chi phí trong quá trình sản xuất kính xây dựng.
- Khi hậu thời tiết ảnh hưởng đến việc sử dụng sản phẩm kính, tùy theo từng vùng khí hậu, thời tiết khác nhau để lựa chọn tính năng sản phẩm cho phù hợp như vùng khí hậu bị ảnh hưởng nhiều của gió bão thì lựa chọn kính an toàn, các vách ngăn nhà thì lựa chọn kính cán hoa văn để trang trí.... Bao gồm các yếu tố liên quan: Tài nguyên thiên nhiên, đất đai, khí hậu thời tiết... Thực tế cho thấy sự ô nhiễm không khí và môi trường xung quanh đã đến mức báo động. Vấn đề đặt ra đối với các doanh nghiệp và chính phủ là không thể thờ ơ với công việc này. Hiện nay, người ta đang tìm cách đối phó với tình trạng ô nhiễm bằng những cách riêng của mình. Các yếu tố môi trường tự nhiên ảnh hưởng đến doanh nghiệp trên các mặt sau:
  - Tạo ra thị trường cung ứng các yếu tố đầu vào cho các doanh nghiệp.
  - Tác động đến dung lượng và cơ cấu thị trường hàng tiêu dùng.
  - Tác động đến việc làm và thu nhập của dân cư, do đó ảnh hưởng đến sức mua và khả năng tiêu thụ hàng hoá của doanh nghiệp.
  - Môi trường văn hoá xã hội:
- Dân số: Việt Nam nước có dân số đông với hơn 86 triệu người. Đây là nguồn cung lao động dồi dào cho xã hội và đồng thời cũng là thị trường tiêu thụ sản phẩm rộng lớn cho nhiều doanh nghiệp.
- Văn hóa : Môi trường văn hóa bao gồm các yếu tố triết học, tôn giáo, ngôn ngữ, văn học nghệ thuật. Khi bước vào toàn cầu hóa giao lưu về văn hóa giữa các vùng miền, cũng như các nền văn minh trên thế giới làm cho Việt Nam nhanh chóng tiếp thu được những cái mới trong xu hướng tiêu dùng.
- Tâm lý dân tộc: đối trong tư duy xây dựng và sử dụng vật liệu hiện nay, thiết kế hiện đại ứng dụng vật liệu mới đặc biệt là kính xây dựng làm cho ngôi nhà có diện mạo khác trước.

- Phong cách, lối sống và đạo đức xã hội cách sống của người Việt Nam tích lũy cho xây dựng nhà cửa, công trình kiến trúc cũng là nhân tố có tác động mạnh mẽ đến thị trường vật liệu xây dựng.
- An ninh trật tự, công tác an sinh xã hội luôn được của Nhà nước quan tâm xem xét, nó tác động đến việc ổn định đời sống nhân dân, các công trình phúc lợi được xây dựng ngày một nhiều sẽ gián tiếp thúc đẩy các ngành sản xuất hàng hoá, dịch vụ phát triển.
- Các yếu tố văn hoá xã hội có liên quan với nhau nhưng tính chất tác động của chúng có thể khác nhau. Thực tế người ta luôn sống trong môi trường văn hoá đặc thù, tính đặc thù của mỗi nhóm người vận động theo hai khuynh hướng là giữ lại các tinh hoa văn hoá dân tộc, một khuynh hướng khác là hoà nhập với các nền văn hoá khác. Văn hoá xã hội nhìn chung ảnh hưởng đến hoạt động của các doanh nghiệp trên các mặt sau:
  - Văn hoá hình thành nên thói quen tiêu dùng của các nhóm dân cư, từ đó hình thành nên thói quen, sở thích, cách cư xử của khách hàng trên thị trường.
  - Văn hoá ảnh hưởng đến việc hình thành và phát triển nền văn hoá bên trong của doanh nghiệp.
  - Văn hoá quy định cách thức mà doanh nghiệp có thể dùng để giao tiếp với bên ngoài.
  - Như vậy, có thể thấy rằng những tác động của văn hoá đến doanh nghiệp là rất lớn, đó chính là những cách thức về văn hoá mà doanh nghiệp luôn phải đối đầu.

## **1.5.2. Các yếu tố môi trường vi mô**

### **1.5.2.1. Môi trường bên ngoài doanh nghiệp**

- Khách hàng: Khách hàng là người đang và sẽ mua hàng của doanh nghiệp. Đối với bất cứ một doanh nghiệp nào khách hàng luôn là yếu tố quan trọng nhất, quyết định nhất tới sự sống còn của doanh nghiệp. Tính chất quyết định của khách hàng thể hiện trên các mặt sau như giá thành sản phẩm theo thị trường, gu thẩm mỹ, sở thích của khách hàng trong xây dựng, trang trí kiến trúc,... Khách hàng quyết định doanh nghiệp bán sản phẩm như thế nào. Phương thức

bán và phương thức phục vụ khách hàng là do khách hàng lựa chọn, vì trong nền kinh tế thị trường phát triển, người mua có quyền lựa chọn người bán theo ý thích của mình và đồng thời quyết định phương thức phục vụ của người bán.

- Đối thủ cạnh tranh: Ngành kính xây dựng hiện nay tại VN đang chiếm ưu thế sân nhà do có ít đối thủ nước ngoài cạnh tranh. Tuy không phải đối mặt với doanh nghiệp nước ngoài, nhưng doanh nghiệp trong nước luôn phải đối phó với hàng loạt đối thủ cạnh tranh. Trên thực tế, các doanh nghiệp đều cố gắng để có được lợi thế cạnh tranh, năng lực nhằm cạnh tranh bền vững so với đối thủ của mình. Cường độ cạnh tranh thay đổi khác nhau tùy theo từng ngành và các nhà phân tích rất quan tâm đến những điểm khác biệt đó. Để có được lợi thế cạnh tranh và năng lực cạnh tranh bền vững so với các đối thủ, doanh nghiệp có thể thực hiện một số động thái cạnh tranh bao gồm thay đổi giá, gia tăng sự khác biệt của sản phẩm, dịch vụ, sử dụng các kênh phân phối một cách sáng tạo.

Nhóm sản xuất các sản phẩm về kính cường lực lại có đặc điểm khác biệt với nhóm đầu là số lượng doanh nghiệp lớn, quy mô nhỏ, mức độ thay đổi sản phẩm nhanh, tăng trưởng trong ngành nhanh, đặc biệt mức đầu tư thường thấp, chất lượng sản phẩm phụ thuộc khá nhiều vào mức đầu tư và tay nghề của nhân lực. Tuy nhiên phân biệt sự khác biệt phẩm cấp về chất lượng khá khó khăn, trên thực tế sự khác biệt này được phân biệt dựa vào thương hiệu của hãng cung cấp thiết bị, công nghệ.

- Nhà cung ứng: Người cung cấp đối với doanh nghiệp có ý nghĩa rất quan trọng, nó bảo đảm cho hoạt động của doanh nghiệp được tiến hành ổn định theo kế hoạch đã định trước. Một ngành sản xuất đòi hỏi phải có các nguyên liệu thô bao gồm lao động, vật tư, thiết bị... các bộ phận cấu thành, cũng như các đầu vào khác. Sức mạnh của nhà cung cấp thể hiện khả năng quyết định các điều kiện giao dịch của họ đối với doanh nghiệp. Những nhà cung cấp nhỏ, yếu thế có thể phải chấp nhận các điều kiện mà doanh nghiệp đưa ra, nhờ đó doanh nghiệp giảm được chi phí và tăng lợi nhuận trong sản xuất. Ngược lại, những nhà cung cấp lớn có thể gây sức ép đối với ngành sản xuất, có thể bằng cách đặt giá bán nguyên liệu cao hơn để san sẻ phần lợi nhuận của ngành.

### 1.5.2.2. Môi trường bên trong doanh nghiệp

- **Yếu tố tài chính:** Là tất cả các khoản tiền cho hoạt động của doanh nghiệp. Những tiền của này có thể là vốn đầu tư của chủ doanh nghiệp, các cổ đông của các thành viên, là tiền vay ngân hàng hay lợi nhuận kinh doanh được giữ lại. Chúng được sử dụng để mua nguyên liệu, trả lương công nhân, mua sắm lắp đặt máy móc, thiết bị mới hay xây dựng nhà xưởng, mở rộng nhà máy. Doanh nghiệp có khả năng tài chính không những chỉ đảm bảo cho doanh nghiệp duy trì hoạt động SXKD ổn định mà còn giúp cho doanh nghiệp đầu tư đổi mới trang thiết bị tiếp thu công nghệ sản xuất hiện đại hơn nhằm làm giảm chi phí, nâng cao những mặt có lợi, khả năng tài chính còn nâng cao uy tín của doanh nghiệp, nâng cao tính chủ động khai thác và sử dụng tối ưu đầu vào
- **Tiềm năng vật chất, kỹ thuật:** Doanh nghiệp phải biết luôn tự làm mới mình bằng cách tự vận động và đổi mới, du nhập những tiến bộ khoa học kỹ thuật thời đại liên quan đến lĩnh vực sản xuất của doanh nghiệp mình. Vấn đề này đóng một vai trò hết sức quan trọng với hiệu quả hoạt động SXKD vì nó ảnh hưởng lớn đến vấn đề năng suất lao động và chất lượng sản phẩm. Sản phẩm dịch vụ có hàm lượng kỹ thuật lớn mới có chỗ đứng trong thị trường và được mọi người tin dùng so với những sản phẩm dịch vụ cùng loại khác.
- **Kiến thức khoa học kỹ thuật phải áp dụng đúng thời điểm, đúng quy trình để tận dụng hết những lợi thế vốn có của nó** nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ hay tăng năng suất lao động đưa sản phẩm dịch vụ chiếm ưu thế trên thị trường nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh
- **Nhân sự:** Con người là yếu tố quyết định mọi sự thành bại của hoạt động sản xuất kinh doanh. Bởi vậy, doanh nghiệp phải chú ý tới việc sử dụng con người, phát triển nhân sự, xây dựng môi trường văn hoá và nề nếp tổ chức của doanh nghiệp. Con người điều hành và thực hiện các hoạt động của doanh nghiệp, kết hợp các yếu tố sản xuất tạo ra của cải vật chất và dịch vụ cho xã hội, để doanh nghiệp hoạt động có hiệu quả thì vấn đề quan tâm hàng đầu của doanh nghiệp là vấn đề lao động.
- **Công tác tuyển dụng** được tiến hành nhằm đảm bảo trình độ và tay nghề của người lao động Có như vậy thì kế hoạch sản xuất và nâng cao hiệu quả hoạt

động SXKD mới thực hiện được. Có thể nói chất lượng lao động là điều kiện cần để tiến hành hoạt động SXKD và công tác tổ chức lao động hợp lý là điều kiện đủ để doanh nghiệp tiến hành hoạt động SXKD có hiệu quả cao.

- Trong quá trình SXKD lực lượng lao động của doanh nghiệp có thể có những sáng tạo khoa học và có thể áp dụng vào hoạt động sản xuất nhằm nâng cao hiệu quả SXKD. Lực lượng lao động tạo ra những sản phẩm (dịch vụ) có kiểu dáng và tính năng mới đáp ứng thị hiếu thị trường làm tăng lượng hàng hoá dịch vụ tiêu thụ được của doanh nghiệp, tăng doanh thu làm cơ sở nâng cao hiệu quả kinh doanh.

### **1.6. Kinh nghiệm phát triển và kinh doanh của các doanh nghiệp sản xuất kính xây dựng trên thế giới và trong nước**

Ngành công nghiệp sản xuất kính xây dựng được phát triển rất nhanh tại các nước công nghiệp phát triển như Anh, Đức, Nhật Bản, Pháp...với bề dày kinh nghiệm có trên 100 năm hình thành và phát triển, với nhiều hãng sản xuất, viện nghiên cứu với quy mô lớn có nhiều phát minh quan trọng trong lĩnh vực sản xuất, ứng dụng các sản phẩm kính xây dựng trong đời sống xã hội.

Kính xây dựng được sử dụng phổ biến trong các công trình xây dựng với độ dày mỏng khác nhau từ 3-19mm với nhiều màu sắc, ưu điểm cắt gọt dễ nên có thể lắp đặt cho mọi công trình xây dựng, từ làm kính cửa sổ, cửa ra vào, cửa chớp, bình phong ngăn cách giữa các không gian nội thất khác nhau đến lắp làm tường trang trí cho nhà cao tầng. Trên thế giới hiện có nhiều chủng loại kính được sử dụng như:

Kính trang trí có thể là kính màu với các họa tiết đa dạng, Kính phản quang đang là loại kính được ưa chuộng hiện nay nhờ tác dụng hạn chế sự hấp thụ ánh sáng từ bên ngoài và có khả năng chống nóng. Kính an toàn cường lực có ưu điểm chịu được xung lực, động đất ở cấp độ thấp, rất khó bị vỡ hay trầy xước khi va đập, Kính bảo ôn có khả năng cách âm, cách nhiệt, Kính dán có tính bám dính cao trong một liên kết bền vững và bền màu với thời gian. Hiện nay kính là một trong những vật liệu xây dựng được ưa chuộng không chỉ nhờ kết cấu gọn nhẹ, dễ lắp đặt, liên kết bền vững và bền màu với thời gian. Các dây chuyền sản xuất hiện đại tính tự động hoá cao, tiết kiệm được các chi phí sản

xuất nhất là các loại chi phí nhiên liệu, chất lượng sản phẩm ngày được nâng cao rất khác biệt so với các thế hệ công nghệ đời đầu. Công nghệ kính Float hiện đang được là hiện đại nhất trong lĩnh vực sản xuất kính, coi là hiện đại nhất trong lĩnh vực sản xuất kính, công nghệ kính Sheet và kính kéo ngang hiện được các nước tiên tiến loại bỏ. Đối với lĩnh vực sản xuất sản phẩm sau kính do nhu cầu xã hội phát triển các sản phẩm sau kính ngoài các tính năng vốn có như màu sắc đa dạng, tính năng thẩm mỹ, thuận lợi cho thi công thì còn phải chú trọng đến vấn đề an toàn trong khi sử dụng ở các điều kiện khắc nghiệt, chống và đập gió bão, thân thiện với môi trường và có tác dụng bảo vệ sức khỏe con người.

Các tập đoàn kính danh tiếng trên thế giới như: Saint Gobain, Lafarge (Pháp), Ashahi, NSG (Nhật Bản), Pilkington (Anh), HORN Glass (Đức), Dupont Glass (Mỹ)... là những tập đoàn mạnh với doanh thu hàng năm hàng chục tỷ USD có rất nhiều các nhà máy, công ty tại các nước trên toàn thế giới.

## TÓM TẮT CHƯƠNG 1

Chương 1 vừa rồi đã giới thiệu về một số khái niệm tổng quát về các cơ sở lý luận, vai trò và chức năng của hệ thống kinh doanh, giải thích về các đặc điểm nổi bật của doanh nghiệp kinh doanh chuyên sản xuất kính xây dựng. Nói sơ qua lịch sử hình thành và phát triển của ngành kính xây dựng. Đồng thời đưa ra được các kinh nghiệm phát triển của các doanh nghiệp sản xuất kính trong và ngoài nước cũng như rút ra các bài học mới cho Công ty Kính Thăng Long. Bên cạnh đó đề cập rõ những yếu tố ảnh hưởng đến việc xây dựng hệ thống kinh doanh đối với DN kinh doanh sản xuất kính xây dựng của Công ty Kính Thăng Long nói chung và các DN Kính nói riêng. Trong chương tiếp theo sẽ làm rõ các cơ sở lý luận ở trên và giới thiệu chi tiết hơn về hệ thống kinh doanh của Doanh Nghiệp Kính Thăng Long.

## CHƯƠNG 2

### GIỚI THIỆU TỔNG QUAN VỀ CÔNG TY

#### 2.1. Giới thiệu sơ lược về công ty

##### 2.1.1. Lịch sử hình thành

- Tên công ty : CÔNG TY TNHH MTV NHÔM KÍNH THĂNG LONG
- Địa chỉ trụ sở : Số 44 Lê Văn Khương ấp 5 xã Đông Thạnh huyện Hóc Môn, TP.HCM.
- Điện Thoại : (0283) 35046481
- Mã số thuế : 0308831254
- Ngày hoạt động: 22-05-2009
- Email : [congty.thanglong10@gmail.com](mailto:congty.thanglong10@gmail.com)
- Website: <http://cuongluckinhthanglong.com/>
- Giám đốc : Trần Trọng Toàn



*Hình 2.1: Logo Công ty Cường lực kính Thăng Long*

Công ty TNHH MTV Nhôm kính Thăng Long là một trong những công ty phát triển theo định hướng sản xuất- thương mại. Tuy công ty hoạt động chỉ với quy mô nhỏ- vừa, nhưng không thể phủ nhận rằng, Thăng Long đã gần như là một trong những công ty đi tiên phong trong lĩnh vực sản xuất kính xây dựng ngay từ những năm 2008 đến nay. Từng bước trở thành thương hiệu cung cấp vật liệu kính xây dựng quen thuộc, đồng thời là đối tác tin cậy của rất nhiều doanh nghiệp trong nước, và cả quốc tế.

Với điểm xuất phát gần như là con số 0, năm 1997-2003 khi kinh tế còn đang rất khó khăn, đặc biệt là kính xây dựng còn chưa quá phổ biến, thì CEO đã

mở một cửa hàng nhỏ chuyên về việc lắp cửa kính, sửa chữa nhà dân để kiếm sống ở ngã tư ga Q12. Với mức thu nhập chỉ vỏn vẹn 2tr/tháng.

Với phương châm “ Uy tín tạo nên thương hiệu” năm 2003-2009 Từ một cửa hàng vô danh ở dưới chân cầu vượt, với tất cả đam mê nhiệt huyết làm hài lòng khách hàng, được khách hàng ưa chuộng, thì chúng tôi cũng đã mở ra cơ sở lớn hơn trước, đó là địa chỉ số 44 Lê Văn Khương ấp 5 xã Đông Thạnh huyện Hóc Môn- nay là trụ sở chính của công ty. Đồng thời xin giấy phép kinh doanh, công ty TNHH MTV Nhôm kính Thăng Long ra đời vào ngày 22/5/2009.

Năm 2009-2018: Được sự tin tưởng của khách hàng, đồng thời việc xây dựng nhà kính, cửa kính ngày càng được ưa chuộng, Công ty đã quyết định đầu tư 15 tỷ đồng để mở thêm chi nhánh cường lực kính tại số 506/11/19 Nguyễn Ảnh Thủ phường Hiệp Thành Q12.

Năm 2018- nay: Củng cố và phát triển công ty ngày một lớn mạnh.

### **2.1.2. Sứ mạng tầm nhìn**

#### **2.1.2.1. Sứ mệnh**

Sứ mệnh của chúng tôi là trở thành lựa chọn hàng đầu của khách hàng trong việc góp phần kiến tạo và xây dựng nên những công trình kiến trúc hiện đại trong và ngoài nước. Được công nhận là sản phẩm kính xây dựng tốt nhất trên thị trường Việt Nam.

#### **2.1.2.2. Tầm nhìn**

Với tầm nhìn về những giá trị tốt hơn cho các thế hệ tương lai cùng với sự mở rộng về quy mô nhà máy, đầu tư về công nghệ cũng được tăng lên, trong năm 2012 đến nay công ty luôn tiếp tục tuyển thêm nhiều lao động để đáp ứng tốt nhất mọi yêu cầu ngày càng khó tính của khách hàng. Định hướng sản phẩm của doanh nghiệp chúng tôi trong thời gian tới là sẽ tập trung vào những sản phẩm kính an toàn và tiết kiệm năng lượng cho ngành xây dựng để thay thế cho hàng nhập khẩu như: Kính cường lực khổ lớn, Kính dán an toàn phản quang và Low-E, Kính hộp cách âm cách nhiệt.

#### **2.1.2.3. Giá trị cốt lõi**

Công ty TNHH MTV Nhôm kính Thăng Long lấy phương châm “Uy tín tạo nên thương hiệu” làm đầu, để tạo nên sự tin cậy của quý khách hàng,

đối tác và Cộng đồng, đối với Cty TNHH Kính Thăng luôn đặt chữ “tín” lên trên tất cả, và lấy sự uy tín với khách hàng làm lợi thế cạnh tranh & luôn ý thức phải xây dựng uy tín của Công ty đối với khách hàng để bảo vệ danh dự và thương hiệu của mình. Ngoài ra mọi hành động của nhân viên công ty trong công việc đều phải xuất phát từ “TÂM”.

Công ty TNHH Nhôm kính Thăng Long đặt chữ “tâm” làm nền tảng để phát triển con người & là nền tảng cốt lõi để xây dựng sản phẩm, dịch vụ của chính mình với mong muốn sẽ luôn cố gắng “tận tâm” để chuyển giao các sản phẩm ngày một hoàn thiện hơn cho Khách hàng và cộng đồng. Bởi vì sự hài lòng của quý khách hàng là tâm điểm tạo nên thành công của tổ chức.

Đi qua hành trình gần 20 năm đầy ấn tượng, ông Trần Trọng Toàn- Giám đốc Công ty nói: “Ở chặng đường tiếp theo, chúng tôi kiên định với mục tiêu phát triển công ty ở mọi khía cạnh, nhằm đem đến cho khách hàng những sản phẩm chất lượng và an toàn nhất khi sử dụng. Cùng với chiến lược giữ khách hàng, làm sao để nhân viên gắn bó với Công ty chắc chắn sẽ là ưu tiên số 1 của tôi. Điều này cũng phù hợp với những giá trị cốt lõi và văn hóa doanh nghiệp mà tôi đang hướng tới.”

Về công tác chuẩn bị thì sản phẩm kính cường lực mang thương hiệu TL Tempered Glass luôn sẵn sàng cho cuộc hội nhập, đáp ứng đầy đủ tiêu chuẩn, công nghệ cũng như chất lượng đạt chuẩn quốc tế. Nhưng mục tiêu mà ban lãnh đạo Công ty hướng đến trước mắt là mang lại lợi ích và tính an toàn cho chính người sử dụng trong nước.

### **2.1.3. Lĩnh vực hoạt động và sản phẩm của Công ty**

#### **2.1.3.1. Lĩnh vực hoạt động**

➤ **Ngành nghề kinh doanh: Cung cấp kính cường lực**

Công ty Thăng Long chuyên sản xuất và cung ứng cho quá trình xây dựng các loại mặt hàng liên quan đến kính: kính cường lực, kính sơn, kính ghép, kính hộp, kính trang trí,... đầy đủ chủng loại và số lượng theo yêu cầu của khách hàng. Sản phẩm kính cường lực có mặt ở hầu hết các công trình lớn nhỏ từ nhà ở dân dụng, nhà phố, nhà biệt thự, nhà cấp 4, cao ốc, chung cư, văn phòng,... đem lại sự sang trọng, sáng láng và đặc biệt là an toàn bậc nhất cho

người sử dụng, bởi kính cường lực chịu nhiệt, lực cực kỳ tốt, hạn chế tối đa việc bể vỡ gây nguy hiểm

Một số sản phẩm từ kính mà chúng ta có thể dễ dàng nhận thấy ở xung quanh như: cửa kính, vách ngăn kính, gương soi, hồ cá kính, bàn ăn kính,... điểm chung nhận thấy là hầu như những sản phẩm từ kính đều mang một sự sang trọng và không thể thiếu trong xây dựng.

➤ **Hình thức hoạt động: Sản xuất và thương mại**

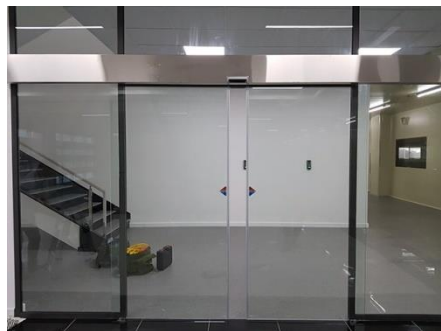
**2.1.3.2. Một số sản phẩm tiêu biểu của công ty**

❖ **Kính trắng cường lực:**

Đây có lẽ là sản phẩm signature của Công ty, kính trắng trong cường lực là sản phẩm tiêu biểu cũng như là bán chạy nhất trong năm, đồng thời đây là sản phẩm đầu nguồn, làm nguyên liệu cho các sản phẩm cao cấp hơn.

Đây là loại kính xây dựng thông thường, hay bất kể loại kính nào muốn tăng độ bền. Kính được tôi luyện ở nhiệt độ khoảng 700oC và làm nguội nhanh. Quá trình sản xuất ra loại kính này giúp kính có khả năng chịu lực, chịu nhiệt tốt. Vì vậy nên ít bị vỡ khi thay đổi nhiệt độ đột ngột như kính thường. Đồng thời cũng như chịu va đập cao nên an toàn hơn khi sử dụng. Khi vỡ kính cường lực sẽ vỡ thành từng mảnh nhỏ li ti. Nó sẽ không vỡ thành những miếng sắc nhọn như kính thông thường.

Các sản phẩm được ứng dụng từ kính cường lực như: Vách ngăn kính, kính hộp, kính dán, tường kính, cửa kính cách âm, cách nhiệt, bàn ăn kính,....



**Hình 2.2: Cửa kính cường lực**

❖ **Kính hộp:**

**Kính hộp 5-9-5** cách âm cách nhiệt được cấu tạo bởi hai hoặc nhiều lớp kính ghép lại với nhau. Những tấm kính cường lực được gắn với nhau bởi một

hệ thống khung kim loại đặc biệt xung quanh. Hệ thống khung kim loại có chứa hạt hút ẩm bên trong, được liên kết bịt kín bằng lớp keo Silicone. Ở giữa các lớp kính, hạt hút ẩm có tác dụng hút ẩm lớp không khí bên trong tạo thành một lớp không khí khô, hoặc người ta bơm vào đó hệ thống khí trơ tạo bức tường cực kỳ hiệu quả đối với sự truyền âm, truyền nhiệt. Đây cũng là một sản phẩm cách âm rất hữu hiệu, phù hợp với xu thế phát triển của thế giới.

Tùy theo mục đích và nhu cầu sử dụng mà kính hộp được tạo ra từ 02 hoặc nhiều tấm kính của các loại kính khác nhau, để tạo ra sản phẩm kính cách âm cách nhiệt hoàn hảo đáp ứng thỏa mãn các yêu cầu thiết kế.

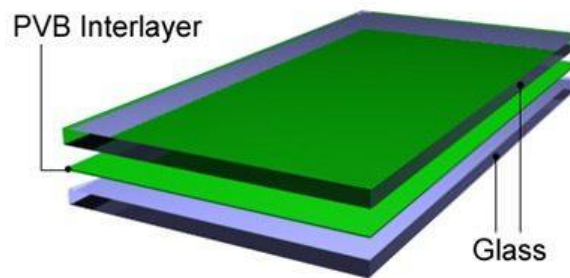


**Hình 2.3: Hình minh họa kính ghép hộp**

❖ **Kính dán an toàn:**

Kính dán an toàn là tên gọi cho loại kính chịu lực cao được tạo nên từ trên 2 lớp kính gắn kết với nhau bằng lớp lót dẻo, bền đặc biệt PVB – Poly Vinyl Butylen dạng film. Kính dán an toàn khi sử dụng các lớp kính cường lực dán vào nhau thì còn được gọi với tên là kính dán an toàn cường lực.

Đa phần màng phim PVB có độ dày 0,38mm được sử dụng nhiều nhất. Độ dày lớp film PVB tiêu chuẩn bao gồm: 0,38 mm;0,76 mm;1,52 mm;3,04 mm. Kính dán an toàn ngoài khả năng chịu lực tốt, an toàn còn có thể ngăn ngừa tia cực tím cực tốt. Bên cạnh đó khi kính dán an toàn bị vỡ sẽ không rơi vỡ vụn mà các mảnh vỡ sẽ dính lại trên màng phim PVB, tránh gây nguy hiểm cho người sử dụng. Do có màng phim rất chắc chắn khi gia công cắt kính phải cắt 2 mặt mới được do đó nó còn có tác dụng chống trộm rất tốt, khi bị tác động ngoại lực bên ngoài làm vỡ lớp kính ngoài thì vẫn không thể xâm nhập qua được.



**Hình 2.4: Cấu tạo của kính ghép phim**

❖ **Vách ngăn kính, tường kính:**

Kính cường lực trong thành phần cấu tạo vách tường kính là loại vật liệu linh hoạt, mang tính thay thế hoàn hảo cho vách tường bê tông, vách thạch cao; khắc phục được hoàn hảo các đặc tính của vật liệu truyền thống như thô, chiếm diện tích, khuất tầm nhìn, che ánh sáng.

Với các không gian không có khung hoặc vật cản trở tầm nhìn, tường kính trang trí giúp kết nối với thiên nhiên bên ngoài theo phong cách sang trọng. Một bức tường kính là bổ sung tuyệt vời cho nội thất và giúp bạn trải nghiệm lợi ích của ánh sáng ban ngày. Đối với các loại vách ngăn kính thông thường sử dụng trong nội thất văn phòng & nhà ở, kính cường lực thường có độ dày ở mức 8ly, 10ly, 12ly.

- Vách kính cường lực 8ly: sử dụng làm vách kính phòng tắm (vách tắm kính, vách phòng tắm), vách lan can cầu thang kính, vách kính trang trí... hoặc ở những nơi không sử dụng không gian thường xuyên, không cần sử dụng loại vách kính dày to bản để tiết kiệm chi phí
- Vách kính cường lực 10ly: sử dụng làm tường kính ngăn phòng, chia không gian để đảm bảo độ chịu lực và an toàn
- Vách kính cường lực 12ly: dùng cho các loại tường kính, vách kính cao, vách kính khổ lớn, mặt dựng kính khổ lớn với yêu cầu độ dày để đảm bảo

chống rung và an toàn. Các loại vách áp dụng như chi tiết vách kính showroom, vách kính tòa nhà, vách kính cho các sảnh, không gian lớn...



**Hình 2.5: Vách ngăn bằng kính cường lực**

❖ **Kính tiết kiệm năng lượng:**

Tương tự như kính phản quang tuy nhiên có nhiều ưu điểm vượt trội hơn. Nó được sản xuất theo dây chuyền công nghệ hiện đại của CHLB Đức. Giúp ngăn cản đến 99% tia UV, giúp tiết kiệm điện năng làm mát lên đến 45%. Giúp ngôi nhà và công trình của bạn mùa đông thì ấm và mát vào mùa hè. Kính tiết kiệm năng lượng với hai dòng sản phẩm chính là kính Low E và Kính Solar Control. Để tăng hiệu năng của kính tiết kiệm năng lượng chúng ta có thể gia công kính bằng cách cường lực hay ghép hộp, ghép dán. Tạo thành kính dán để đảm bảo an toàn và ứng dụng trong nhiều lĩnh vực khác nhau.



**Hình 2.6: Mẫu kính phản quang thông dụng hiện nay**

### ❖ Kính gương trang trí:

Kính tráng thủy là một loại kính được tráng lên bề mặt bởi một lớp bạc dát rất mỏng. Khi lớp bạc trên mặt kính khô lại, kết quả thu được là bạn sẽ nhìn thấy hình ảnh của bạn trong tấm hình đó, nên còn được gọi là gương soi. Tùy thuộc vào chất lượng của kính và cách tráng bạc mà chất lượng của kính khác nhau, cho chất lượng ảnh khác nhau. Những loại kính tráng thủy dùng với mục đích trang trí đòi hỏi phải có chất lượng cao hơn, phản chiếu một cách chân thực, hình ảnh rõ nét và thẩm mỹ.

Những tấm kính tráng thủy loại này được sử dụng làm một sản phẩm nội thất cao cấp. Ở các nơi như khách sạn, nhà hàng, trung tâm thương mại hay siêu thị, biệt thự... Vì vậy giá của các loại kính tráng thủy dùng trang trí (còn gọi là gương trang trí) sẽ có giá thành cao hơn các loại kính tráng thủy thông thường.



*Hình 2.7: Mẫu gương trang trí thông dụng nhất hiện nay*

#### 2.1.4. Ưu và nhược điểm của kính trong xây dựng

##### ❖ Ưu điểm:

- Dễ đúc: Kính về cơ bản là một vật liệu mờ, được tạo ra bằng cách áp dụng nhiệt với cát. Nó có thể dễ dàng được đúc thành bất kỳ hình dạng nào khiến nó trở thành một trong những vật liệu linh hoạt nhất được sử dụng trong việc xây dựng các tòa nhà và cũng là một trong những vật liệu được sử dụng thường xuyên nhất.

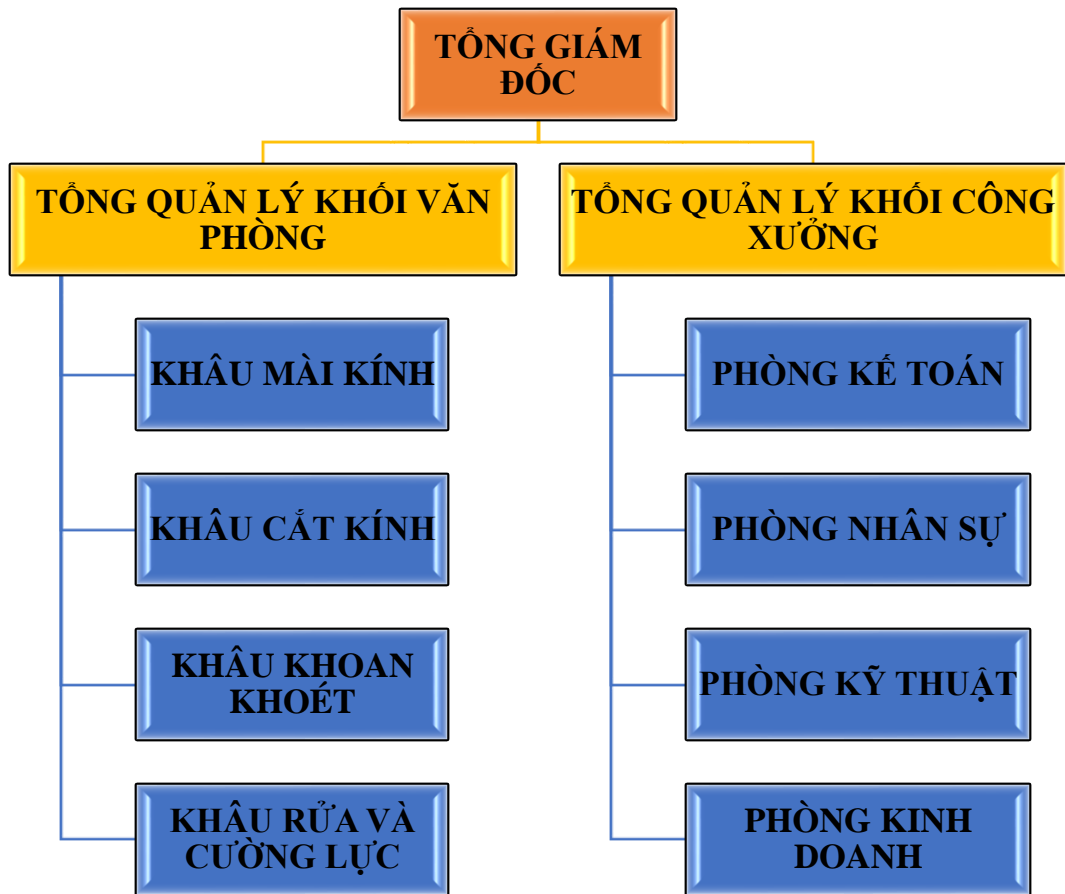
- Khả năng truyền ánh sáng: Sử dụng kính trong kiến trúc không chỉ giúp bạn kết nối trực quan với thế giới bên ngoài mà còn đưa ánh sáng tự nhiên tràn vào ngay cả khi ngôi nhà đóng cửa.
- Chống thời tiết và chống rỉ: Không giống như bất kỳ vật liệu nào khác, kính có thể chịu được tác động của nước, gió, nắng và các tác động môi trường khác mà không làm mất đi vẻ ngoài và tính toàn vẹn của nó.
- Chất cách điện tuyệt vời: Kính được coi là chất cách điện tuyệt vời. Trong trường hợp không có các điện tử tự do, nó đảm bảo rằng bạn an toàn trước mọi nguy cơ về điện có thể xảy ra.
- Có thể tái chế : Kính có thể tái chế 100% tức là nó không bị phân hủy trong quá trình tái chế và thậm chí có thể được sử dụng làm nguyên liệu thô trong ngành xây dựng .
- Tôn thêm vẻ đẹp của cấu trúc: Sử dụng kính làm vật liệu xây dựng làm nổi bật vẻ đẹp và sự sang trọng của tòa nhà. Nó có bề mặt nhẵn và bóng, là vật liệu lý tưởng cho các phòng trưng bày.

**❖ Nhược điểm:**

- Dễ vỡ: Kính khi chịu lực tác động rất dễ bị vỡ. Hơn nữa, các cạnh vỡ của kính đủ sắc để gây thương tích. Không phù hợp cho các khu vực thường xảy ra động đất.
  - Hấp thụ nhiệt: Kính tạo ra mức bức xạ mặt trời cao và giữ nhiệt. Do đó, nó không thích hợp cho việc xây dựng các tòa nhà ở các vùng khí hậu quá nóng.
  - Tăng chi phí tổng thể của tòa nhà: Kính là vật liệu đắt tiền so với các vật liệu khác được sử dụng trong ngành xây dựng, cuối cùng làm tăng tổng chi phí của tòa nhà.
- ⇒ Kính là một trong những vật liệu không lỗi đang được sử dụng trong kiến trúc hiện đại ngày nay. Tính linh hoạt của loại vật liệu này đã tăng lên nhanh chóng, và hiện nay nó đang được sử dụng làm vật liệu cách nhiệt, thành phần cấu trúc, vật liệu kính bên ngoài và vật liệu ốp, v.v. trong việc xây dựng các tòa nhà trên toàn thế giới. Mặc dù có giá thành cao hơn so với các vật liệu xây dựng khác, nhưng không thể phủ nhận mức độ phổ biến ngày càng tăng của kính trong xây dựng tòa nhà.

## 2.2. Cơ cấu tổ chức

### 2.2.1. Sơ đồ tổ chức



Sơ đồ 2.1: Cơ cấu tổ chức của Công ty TNHH MTV Nhôm kính Thăng Long

### 2.2.2. Chức năng và vai trò các bộ phận

#### 2.2.2.1. Tổng Giám Đốc

Là người sáng lập công ty, có nhiệm vụ vạch ra các kế hoạch chiến lược kinh doanh phát triển công ty ngày càng lớn mạnh và là người chịu trách nhiệm trước pháp luật về mọi hoạt động của công ty.

#### 2.2.2.2. Tổng quản lý khối văn phòng + công xưởng

Là những người chịu trách nhiệm đưa ra các quyết định, hoạch định các kế hoạch và phân công công việc cụ thể cho các bộ phận, quản lý toàn diện về vấn đề doanh thu, lợi nhuận cũng như giám sát để giảm thiểu tối đa những tổn thất cho công ty trong hoạt động hằng ngày.

### **2.2.2.3. Phòng Kinh doanh**

Là một trong những bộ phận quan trọng, không thể thiếu của bất kỳ công ty nào, và cũng là nơi mà em làm việc trong công ty. Đây là bộ phận chịu trách nhiệm tham mưu cho Ban Giám đốc các vấn đề liên quan đến việc bán các sản phẩm, dịch vụ của công ty ra thị trường; tư vấn về việc nghiên cứu và phát triển sản phẩm; mở rộng thị trường; xây dựng mối quan hệ với khách hàng.

### **2.2.2.4. Phòng kế toán**

Ghi chép, tính toán, và báo cáo tình hình hiện có. Ghi chép tình hình luân chuyển và sử dụng tài sản, tiền vốn. Ghi chép lại toàn bộ quá trình sử dụng vốn của công ty. Kiểm tra tình hình thực hiện kế hoạch sản xuất kinh doanh. Là bộ phận chịu trách nhiệm hoàn toàn về việc thu-chi của công ty.

### **2.2.2.5. Phòng nhân sự**

Là nơi tìm kiếm và lựa chọn ứng viên phù hợp với vị trí công việc mà công ty đang tìm kiếm. Đảm bảo lượng nhân sự để hoạt động của công ty diễn ra suôn sẻ và hiệu quả. Bên cạnh đó, nhân sự cần được bảo đảm chất lượng để làm việc hiệu quả và đáp ứng các yêu cầu của công việc.

### **2.2.2.6. Phòng kỹ thuật**

Là bộ phận giữ vai trò xây dựng và duy trì các cấu trúc, máy móc, thiết bị, hệ thống và chương trình hoạt động của máy móc, thiết bị trong các doanh nghiệp. Bộ phận này trực tiếp điều hành những việc liên quan đến kỹ thuật, công nghệ và máy móc của doanh nghiệp nhằm đảm bảo các hoạt động có liên quan đến kỹ thuật công nghệ diễn ra thuận lợi, hiệu quả. Đồng thời, nhanh chóng sửa chữa, khắc phục các lỗi có liên quan đến công nghệ, máy móc, tiến hành bảo dưỡng theo quy định, đảm bảo hệ thống máy móc, thiết bị công nghệ làm việc suôn sẻ, không để xảy ra tình trạng gián đoạn gây ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất kinh doanh.

### **2.2.2.7. Khâu cắt và mài kính**

Nơi đầu nguồn sản xuất của công ty, trực tiếp xử lý đơn hàng bằng việc cắt kính theo đúng số đo đơn hàng, chịu trách nhiệm về độ chính xác của sản phẩm, sau đó là chuyển qua khâu mài kính, để cạnh kính bóng đẹp, không còn độ bén thì công nhân cần căn chỉnh máy mài thật hợp lý.

### 2.2.2.8. Khâu khoan khoét kính

Nhận những bản vẽ về kính để khoan lỗ, khoét ổ, mài kính hình dĩa dạng bằng máy mài riêng. Một số thành phẩm kính có bản vẽ như: kính ốp bếp, bản lề kẹp, ....

### 2.2.2.9. Khâu cường lực

Đây là khâu trọng điểm và quan trọng nhất trong công ty, đòi hỏi độ chính xác cực kỳ cao, bởi vì kính khi đã cường lực thì không thể thay đổi hay chỉnh sửa. Sau đó, kính được đưa vào lò để gia nhiệt đến ngưỡng biến dạng 650 độ C rồi được làm lạnh đột ngột bằng khí nén. Chính điều này sẽ đạt đến mục đích cuối cùng là tăng ứng suất bề mặt của kính (tăng độ cứng), tăng sức căng và tăng khả năng chống chịu lực, va đập mạnh.

## 2.3. Phân tích kết quả SXKD của Công ty 03 năm gần đây nhất

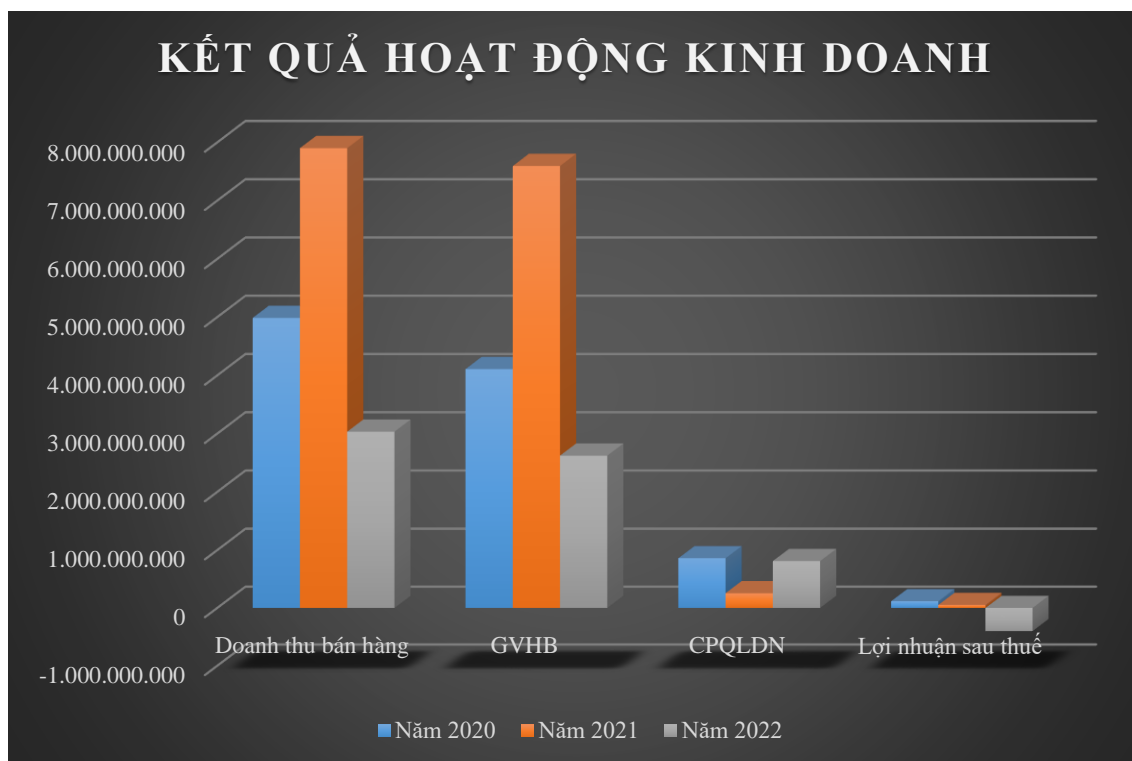
### 2.3.1. Kết quả hoạt động SXKD trong 3 năm gần đây

(Đơn vị: VND)

Tiêu chí	Năm		
	Năm 2022	Năm 2021	Năm 2020
<b>Doanh thu bán hàng</b>	4.987.543.23	7.901.914.75	3.033.505.14
	5	7	2
<b>Giá vốn hàng bán</b>	4.107.875.44	7.595.349.73	2.622.624.91
	9	3	0
<b>Chi phí quản lý kinh doanh</b>	859.766.554	254.705.098	811.009.153
<b>Lợi nhuận trước thuế</b>	117.091.324	51.936.458	-400.031.855
<b>TNDN</b>			

**Bảng 2.1: Bảng báo cáo tài chính công ty kính Thăng Long (2020 – 2022)**

### 2.3.2. Biểu đồ kết quả hoạt động kinh doanh



**Biểu đồ 2.1: Kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty kính Thăng Long từ năm 2020 - 2022**

#### ➤ Nhận xét:

Dựa trên số liệu doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ, chi phí hàng bán, chi phí đầu tư và lợi nhuận sau thuế TNDN của Công ty Kính Thăng trong giai đoạn COVID-19 từ năm 2020 đến năm 2022, em có nhận xét sau:

#### ❖ Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ:

Công ty Kính Thăng Long đã trải qua một sự biến động lớn trong doanh thu từ năm 2020 đến năm 2022. Trong năm 2020, doanh thu đạt mức 3.033.505.142 đồng, tăng lên 7.901.914.757 đồng vào năm 2021, nhưng giảm xuống còn 4.987.543.235 đồng vào năm 2022. Sự biến động này có thể phản ánh tác động của đại dịch COVID-19 đến hoạt động kinh doanh của công ty.

#### ❖ Chi phí hàng bán:

Chi phí hàng bán của công ty cũng trải qua sự biến động tương tự như doanh thu. Từ năm 2020 đến năm 2022, chi phí hàng bán tăng từ 2.622.624.910 đồng lên

7.595.349.733 đồng, sau đó giảm xuống còn 4.107.875.449 đồng. Sự tăng giảm này có thể phản ánh sự thay đổi về mức độ hoạt động kinh doanh và chiến lược giá cả của công ty.

❖ **Chi phí đầu tư cho các hoạt động:**

Chi phí đầu tư của công ty cũng có biến động trong giai đoạn này. Từ năm 2020 đến năm 2022, chi phí đầu tư giảm sâu từ 811.009.153 đồng xuống 254.705.098 đồng, sau đó tăng lên 859.766.554 đồng. Sự tăng giảm này có thể phản ánh việc công ty đang thực hiện các dự án đầu tư hoặc thay đổi chiến lược về đầu tư.

❖ **Lợi nhuận sau thuế TNDN:**

Lợi nhuận sau thuế TNDN của công ty có sự biến động lớn trong giai đoạn này. Từ lỗ 400.031.855 đồng vào năm 2020, lợi nhuận tăng lên 51.936.458 đồng vào năm 2021, và tiếp tục tăng lên 117.091.324 đồng vào năm 2022. Sự tăng trưởng lợi nhuận này có thể phản ánh sự điều chỉnh và tối ưu hóa hoạt động kinh doanh của công ty sau giai đoạn khó khăn do đại dịch.

⇒ Tổng quan, Công ty Kính Thăng Long đã trải qua một giai đoạn biến động trong doanh thu, chi phí và lợi nhuận trong thời kỳ COVID-19 từ năm 2020 đến năm 2022. Điều này cho thấy sự ảnh hưởng của đại dịch đến hoạt động kinh doanh của công ty. Tuy nhiên, việc tăng trưởng lợi nhuận sau thuế TNDN trong giai đoạn này có thể cho thấy công ty đã thích nghi và áp dụng các biện pháp quản lý hiệu quả để đối phó với tình hình khó khăn. Để có cái nhìn tổng quan và đánh giá chính xác hơn, cần xem xét thêm các yếu tố khác như tình hình thị trường, cạnh tranh và chiến lược phát triển của công ty.

#### **2.4. Hoạt động kinh doanh bán hàng của công ty**

Luôn lấy tiêu chí “đúng chất lượng, đủ khối lượng”, “uy tín tạo nên thương hiệu” làm mục tiêu hoạt động.

Như chúng ta đã biết bán hàng là một hoạt động vô cùng quan trọng, nó quyết định đến sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp. Nhận biết được điều đó, nên hoạt động kinh doanh bán hàng thường ngày của Công ty Thăng Long được tổ chức một cách khoa học hợp lý có kế hoạch. Nhiệm vụ được phân công ngay khi khách hàng xác nhận đơn hàng, một loạt công việc được điều xuống cho các

phòng ban và thường xuyên được giám sát theo dõi, chỉ đạo, đảm bảo tiến trình không bị gián đoạn ở bất kỳ công đoạn nào. Đội ngũ nhân viên, thợ có tay nghề luôn được kiểm tra đánh giá năng lực từ ban lãnh đạo. Hoạt động kinh doanh bán hàng là nơi tiếp xúc trực tiếp với khách hàng, tiếp nhận và xử lý đơn hàng làm cho hàng hóa lưu thông từ người sản xuất đến người tiêu dùng

Hiệu quả của hoạt động kinh doanh phải ngày càng được nâng cao với chi phí thấp nhất và lợi nhuận cao nhất. Đây là mục tiêu mà bất cứ doanh nghiệp nào cũng phải theo đuổi, bởi vì lợi nhuận là mục tiêu trước mắt quan trọng, mà hoạt động của việc kinh doanh thì ảnh hưởng trực tiếp đến lợi nhuận. Để có thể đạt được mục tiêu này, công tác làm việc các khâu phải chú ý phân phối đúng lượng hàng, luồng hàng. Đảm bảo sự vận động của hàng hoá được hợp lý, giảm bớt chi phí lưu thông, đồng thời phát triển các dịch vụ để phục vụ khách hàng tốt hơn.



### ***Sơ đồ 2.2: Quy trình kinh doanh bán hàng tại công ty***

#### ***❖ Bước 1: Tiếp xúc khách hàng:***

Có thể nói, tiếp xúc khách hàng là bước đầu tiên mà nhân viên công ty đem thông tin của sản phẩm đến với khách hàng. Ấn tượng ban đầu của khách hàng về nhân viên cũng vô cùng quan trọng, nó quyết định việc khách hàng có muốn tiếp tục tin dùng sản phẩm của công ty hay không. Vì vậy, khi khách hàng đến đến văn phòng nhân viên kinh doanh của công ty phải luôn cố gắng tạo được ấn tượng tốt, tạo không khí cởi mở, niềm nở nhất có thể

#### ***❖ Bước 2: Tìm hiểu nhu cầu khách hàng:***

Trong cuộc trò chuyện với khách hàng, nhân viên kinh doanh của công ty sẽ hỏi những câu hỏi như:

- Anh/chị ở khu vực nào
- Anh/chị muốn mua kính loại gì
- Anh/chị muốn sử dụng kính cho việc gì

❖ **Bước 3: Tư vấn cho khách hàng sản phẩm phù hợp nhất:**

Tư vấn cho khách hàng là bước quan trọng đối với nhân viên bán hàng. Ở bước này nhân viên kinh doanh của công ty sẽ vận dụng tất cả những nghiệp vụ bán hàng đã được đào tạo để cùng khách hàng giải đáp những thắc mắc về sản phẩm. Lắng nghe và giải đáp thắc mắc của khách hàng. Bên cạnh đó nhân viên kinh doanh cũng phải tư vấn cho khách hàng nên sử dụng sản phẩm như thế nào là tối ưu nhất.

❖ **Bước 4: Giới thiệu sản phẩm:**

Sau khi khách hàng đã lựa chọn được sản phẩm phù hợp với nhu cầu thì nhân viên kinh doanh sẽ vận dụng tất cả những đặc tính cơ bản của sản phẩm để nêu rõ những đặc điểm, giá thành, bảo hành, ưu đãi của công ty. Tiến hành làm bảng báo giá, ưu tiên chiết khấu cao cho khách hàng đặt số lượng nhiều.

❖ **Bước 5: Kết thúc bán hàng.**

Sau khi lựa chọn sản phẩm, nhân viên kinh doanh của công ty sẽ tiến hành thỏa thuận liên quan đến hoạt động mua bán sản phẩm. Lúc này nhân viên của công ty sẽ đưa ra các đề nghị và cùng khách hàng thương lượng với nhau về các vấn đề số lượng, giá cả, phương tiện vận chuyển, thời gian giao hàng và các điều kiện liên quan đến giao nhận hàng.

Cuối cùng nhân viên hướng dẫn thanh toán cho khách hàng. Đối với khách hàng mua sản phẩm của công ty công ty có 2 hình thức thanh toán là thanh toán bằng chuyển khoản và tiền mặt.

❖ **Bước 6: Chính sách sau bán hàng:**

Dịch vụ này là các hoạt động sau bán hàng để xử lý các vấn đề phát sinh liên quan đến sản phẩm nhằm đảm bảo về sự hài lòng của khách hàng đối với sản phẩm và dịch vụ của công ty. Sau đây là một số mục trong chính sách hậu mãi của công ty TNHH Thăng Long

- Chính sách đổi trả hàng 1 đổi 1 khi khách hàng kiểm tra sản phẩm thấy bị trầy, sò mẻ, sai thông số

- Chính sách ưu đãi miễn phí vận chuyển cho khách hàng cũ
  - Chính sách quà tặng Tết hằng năm cho khách hàng thân thiết
- ⇒ Quy trình kinh doanh căn bản của công ty nhìn chung khá rõ ràng từng bước thực hiện theo tuần tự hợp lý. Tuy nhiên, hoạt động kinh doanh của Công ty còn khá thụ động do chưa có chính sách tìm kiếm khách hàng từ các nguồn dữ liệu. Đa số khách hàng công ty đều là khách hàng cũ. Vì vậy trong khâu kinh doanh, nhân viên của công ty cần phải chủ động trong việc bán hàng cũng như vận dụng kiến thức kinh doanh để tìm kiếm khách hàng tiềm năng.

## **2.5. Chính sách đào tạo nhân viên**

Mỗi ngành nghề đều có những đặc thù riêng, và ngành kính cũng không ngoại lệ, nhân sự tham gia vào toàn bộ hoạt động của công ty, có mặt ở mọi công đoạn như sản xuất hàng hóa, cung cấp dịch vụ, từ đó tạo nên giá trị về vật chất (doanh thu, lợi nhuận) và đóng góp vào việc xây dựng thương hiệu kính Thăng Long. Và mỗi cá nhân chính là một “mắt xích”, một “bánh răng” trong quy trình vận hành của công ty. Và để doanh nghiệp tăng trưởng bền vững thì việc duy trì và phát triển nguồn nhân lực là điều mà chúng ta cần phải quan tâm.

### **❖ Đối với khối công xưởng:**

Chất lượng sản phẩm luôn là yếu tố hàng đầu trong việc xây dựng uy tín của công ty, và người trực tiếp tạo ra sản phẩm đó là đội ngũ công nhân cũng được công ty chú trọng đến việc đào tạo tay nghề. Bởi với một đội ngũ công nhân phát triển và có trình độ, tay nghề cao hơn không chỉ giúp nâng cao chất lượng lao động mà còn mang đến thành phẩm tốt cho hoạt động sản xuất, kinh doanh của các doanh nghiệp.

Đầu tiên, đối với nhân công tay nghề mới thì sẽ được công ty đào tạo, hướng dẫn chi tiết về các kỹ năng chuyên môn từ cơ bản đến nâng cao như: nhận biết các khổ kính thông dụng, kỹ thuật cắt, mài, bưng bê kính căn bản, nâng cao hơn thì là khoan khoét theo bản vẽ, kỹ thuật mài kính lượn,.... Đối với các nhân công đã có tay nghề thì công ty sẽ chú trọng hơn trong việc tuyên truyền, nâng cao nhận thức của công nhân về việc phải thay đổi tư duy làm việc, để họ thấy sự cần thiết của việc học hỏi, nâng cao tay nghề.

Ngoài ra, công ty luôn tạo điều kiện về thời gian, không gian,... để khuyến khích công nhân có thể tự học, tự phát triển về năng lực, tay nghề của mình. Không chỉ vậy, công ty còn tổ chức các buổi đào tạo, các chương trình chia sẻ kiến thức, kinh nghiệm dành cho công nhân mỗi năm 1 lần. Đây là hoạt động ý nghĩa, giúp công nhân có thể phát triển tay nghề hơn. Ngoài ra, hằng tháng công ty còn triển khai các phong trào thi đua như “lao động giỏi”, “lao động sáng tạo”,... với các phần thưởng nho nhỏ để đội ngũ công nhân tích cực tham gia, từ đó góp phần thay đổi nhận thức cùng các kỹ năng, trình độ của mình.

#### ❖ Đối với khối văn phòng:

Nhân viên mới sẽ được công ty đào tạo về kiến thức, giá cả cũng như các sản phẩm từ kính để nhân viên hiểu rõ về lĩnh vực mà công ty hoạt động, từ đó có thể tư vấn cho khách hàng tốt hơn. Đối với nhân viên đã có kinh nghiệm về kính, thì công ty sẽ đào tạo nâng cao hơn như: đọc bản vẽ, nhập số liệu, đối chiếu công nợ, học cách xử lý các tình huống với khách hàng,...

Công ty luôn quan tâm đẩy mạnh các hoạt động đào tạo, bồi dưỡng nghiệp vụ, kỹ năng nghiệp vụ cho đội ngũ nhân viên kinh doanh với mong muốn xây dựng một đội ngũ chuyên nghiệp, linh hoạt, dễ dàng thích ứng với môi trường kinh tế hiện nay luôn biến động. Công ty thường xuyên tổ chức các khóa đào tạo về kỹ năng giúp nhân viên kinh doanh nâng cao kỹ năng giao tiếp, xử lý tình huống khéo léo, linh hoạt khi giới thiệu sản phẩm kính của công ty, tăng sức hút đối và phù hợp với nhu cầu khách hàng. Đồng thời khi tham gia các lớp đào tạo này công ty còn tăng thêm tình đoàn kết giữa các thành viên. Khi nội bộ công ty liên kết và hỗ trợ lẫn nhau thì công ty đó sẽ tồn tại lâu dài và ngày càng phát triển. Bên cạnh đó, công ty luôn tạo điều kiện để nhân viên kinh doanh hiểu rõ các quy định và trách nhiệm của mình trong quá trình bán hàng nhằm tạo ra một hệ thống làm việc và chuyên nghiệp nhất.

- Như vậy, nhìn chung chính sách đào tạo nhân viên của công ty là khá ổn định, hợp lý đúng theo quy định của nhà nước. Tuy nhiên, đối với thợ kỹ thuật có tay nghề tốt thường không có ý định gắn bó lâu dài với công ty, đa số họ sẽ làm việc cho các xưởng tư nhân của gia đình hoặc tự mở cơ sở riêng. Vì như vậy thu nhập của họ sẽ cao hơn là làm việc cho các công ty.

Chính vì điều đó, doanh nghiệp cần có chính sách đãi ngộ tốt nhằm giữ các nhân sự có tay nghề cao.

## **2.6. Tăng cường nguồn nhân lực nhằm mở rộng quy mô sản xuất**

Công ty kính Thăng Long có mặt bằng sản xuất rộng rãi với xưởng sản xuất rộng 500m<sup>2</sup> và showroom nằm ở vị trí đắc địa ngã tư Trịnh Thị Dối, vị trí địa lý cực kỳ thuận lợi cho việc vận chuyển và sản xuất hàng hóa đến người tiêu dùng. Chính vì vậy, lượng khách hàng ngày càng nhiều, công ty cần phải mở rộng việc tuyển dụng nhân sự. Do tính chất ngành nghề đặc thù, đòi hỏi sự chuyên môn rất cao từ đội ngũ sản xuất nên vấn đề tuyển dụng cũng đáng chú ý. Công ty Thăng Long nếu không xây dựng cho mình một chính sách tuyển dụng và quản lý nhân sự một cách hiệu quả sẽ tạo ra nhiều khó khăn và thử thách kìm hãm sự phát triển của doanh nghiệp.

Ngành kính xây dựng tại Việt Nam đang trong giai đoạn phát triển rất mạnh mẽ nên nhu cầu tuyển dụng nhân sự cũng ngày càng tăng. Hiện nay, công ty đã và đang trong giai đoạn lập kế hoạch về phát triển các dòng sản phẩm mới như: kính nhúng mờ axit, kính low-e,... đòi hỏi sự chính chu và tay nghề rất cao, các hoạt động tuyển dụng vẫn đang được tiến hành và thay đổi liên tục để phù hợp với nhu cầu của công ty. Ưu tiên hiện tại của công ty là các nhân viên tư vấn có kỹ năng và kiến thức chuyên về kính cường lực và các thợ kính có tay nghề cao.

## **2.7. Hệ thống kinh doanh công ty TNHH MTV Nhôm kính Thăng Long**

### **2.7.1. Quy trình sản xuất**

Xây dựng quy trình sản xuất kính chất lượng cao và hiệu quả. Kính được sản xuất trên dây chuyền công nghệ áp dụng phương pháp gia cường dao động ngang hay còn được gọi là công nghệ xử lý nhiệt nhằm tạo ra độ bền và tính chịu lực cao. Các bước trong quy trình sản xuất kính cường lực đó là:

1. Cắt kính: Tấm kính nguyên bản sẽ được đưa lên máy cắt CNC để cắt theo kích thước khác nhau tùy vào từng đơn đặt hàng của khách hàng. Sau khi cắt xong theo kích thước, tấm kính có thể được khoan khoét theo như cầu sử dụng của đơn hàng.
2. Gia công trên tấm kính: kính thông thường sau khi cắt khá nguy hiểm bởi độ sắc của các cạnh, do đó dễ dàng gây sát thương cho người. Để hạn chế

và loại bỏ điều này, ngay sau khi các tấm kính được cắt xong và trước khi bước vào phần tôi nhiệt đều được xử lý bằng cách mài thô bề mặt. Có thể sử dụng máy mài đơn cạnh, máy mài song cạnh, máy mài vát, hoặc máy mài trục khuỷu tùy theo yêu cầu của khách hàng. Ngoài ra tùy vào yêu cầu của khách hàng mà tấm kính có thể in logo trên bề mặt bằng loại sơn men.

3. Rửa, sấy khô và kiểm tra: Tấm kính sau khi gia công sẽ được rửa sạch và sấy khô để tránh vết bẩn khó vệ sinh tại bề mặt tấm kính sau khi cường lực. Đây cũng là bước kiểm tra tổng quát xem kính có có đúng theo thông số đơn hàng hay không? Đây là bước rất quan trọng bởi vì sau khi đưa vào lò trở thành kính cường lực thì không thể gia công được nữa, khi đó nếu có sai sót chỉ còn cách làm tấm khác thay thế.
4. Cường lực: Sau khi hoàn thành xong quá trình sấy khô và kiểm tra tấm kính được đưa tới máy cường lực bằng hệ thống bàn con lăn. Tại đây, tấm kính sẽ được gia nhiệt đến nhiệt độ khoảng 700 độ C đồng đều trên toàn bộ bề mặt tấm kính. Sau khi gia nhiệt tấm kính được làm nguội bằng luồng khí lạnh một cách đồng đều và chính xác thông qua hệ thống quạt thổi công suất lớn.
5. Thành phẩm: Sau khi gia nhiệt thành công, kính thành phẩm được lấy ra khỏi dây chuyền và chuyển sang bộ phận kiểm tra xuất xưởng. Đây là giai đoạn cuối cùng để kính cường lực đến tay khách hàng

### **2.7.2. Tiếp thị và bán hàng**

- Trực tiếp: Khách hàng mua hàng qua kênh truyền thống tại showroom của công ty, tại đây khách được tư vấn trực tiếp, phân loại và nhận biết được các chủng loại kính trước khi đặt hàng. Hiện tại, showroom của công ty trưng bày rất nhiều loại kính như: kính mờ, hải đường, kính trắng, màu trà, đen,... cho khách tham khảo. Hình thức này là thông dụng và được nhiều khách đặt hàng nhất do khách hàng luôn muốn xác định chính xác mẫu mã đúng theo nhu cầu của mình.
- Gián tiếp: Khách hàng sẽ mua hàng thông qua website và các trang thương mại điện tử của công ty. Tại đây, khách hàng sẽ tham khảo các mẫu mã, giá cả kính online, nếu có nhu cầu tư vấn thì khách hàng sẽ liên lạc với công ty

qua 2 cách: Gọi số hotline, zalo tư vấn có đính kèm trên trang web hoặc để lại sdt, email thì nhân viên công ty sẽ liên hệ tư vấn sớm nhất có thể. Hình thức này giúp khách hàng có thể đặt hàng nhanh nhất, tiết kiệm thời gian nhất có thể.

### **2.7.3. Chăm sóc khách hàng**

- Trước khi mua hàng: Nhân viên luôn phải giữ thái độ niềm nở, nhiệt tình tư vấn cho khách, giới thiệu các mẫu kính hiện đang khuyến mãi, tư vấn giảm giá, miễn phí vận chuyển đối với các đơn hàng có số lượng lớn.
- Sau khi mua hàng: Công ty luôn có chính sách đổi trả 1:1 đối với sản phẩm do lỗi nhà sản xuất, còn đổi với trường hợp kính trầy, sò mẻ do lỗi khách hàng, thì công ty luôn sẵn sàng hỗ trợ xử lý. Vào các dịp lễ Tết, công ty luôn có các phần quà tặng cho khách hàng thân thiết, nhằm tạo mối quan hệ với khách hàng.

### **2.7.4. Quản lý nhân sự**

- Hiểu được tầm quan trọng của nhân sự, công ty luôn có chính sách xây dựng đội ngũ nhân sự chất lượng và đảm bảo họ được đào tạo và phát triển. Không chỉ mức lương thưởng cao, đãi ngộ tốt mà công ty còn thường xuyên tổ chức các buổi đào tạo trau dồi kiến thức, nhằm nâng cao tay nghề,...

### **2.7.5. Phát triển mối quan hệ**

- Xây dựng và duy trì mối quan hệ với đối tác, nhà cung cấp, và khách hàng bằng nhiều chính sách chăm sóc, tặng quà và ưu đãi mỗi dịp mới.

### **2.7.6. Nghiên cứu thị trường**

Để hệ thống kinh doanh vận hành hiệu quả thì trước tiên ta cần xác định được thị trường mục tiêu mà doanh nghiệp hướng tới. Đó là nơi mà sản phẩm được tiêu thụ và mang về lợi nhuận cho doanh nghiệp. Nghiên cứu thị trường nhằm xác định nhu cầu thị trường kinh tế hàng hoá là kinh tế trao đổi mua bán chỉ diễn ra trên thị trường, vì vậy thị trường là nhân tố ảnh hưởng trực tiếp đến bán hàng và hiệu quả công tác bán hàng. Do đó nghiên cứu thị trường luôn là việc làm cần thiết đầu tiên của doanh nghiệp. Hiện tại Thăng Long đang thực hiện bằng một số phương pháp như sau:

- **Về mục tiêu:** Mục tiêu nghiên cứu của công ty vẫn đang ưu tiên phát triển thị trường mới ngành càng vững mạnh trong ngành kính xây dựng mà có nhiều nguồn khách hàng mới
- **Về đối thủ cạnh tranh:** Tìm hiểu về các đối thủ cạnh tranh trong ngành kính xây dựng, bao gồm kính xây dựng và thương mại khác. Một số đối thủ cạnh tranh của chính của Thăng Long như: Đại Phúc Glass, Đại Đại Dương Glass, Nhôm kính Hoàng Lan,... công ty không chỉ cân bằng mức giá bán, mà còn tìm hiểu về công nghệ, kỹ thuật từ các đối thủ cạnh tranh.
- **Tiếp cận khách hàng mới, tiềm năng:** Luôn hỏi thăm khách hàng mới sau khi đã nhận được hàng. Đưa ra khảo sát hoặc tiếp thu các ý kiến, quan điểm của họ về nhu cầu, mong muốn và cảm nhận của họ về đơn hàng của công ty. Giải quyết các vấn đề (nếu có)
- **Cập nhật các thông tin thị trường:** Với sự phát triển của công nghệ 4.0, theo đó là việc các mẫu mã mới từ kính luôn được ra mắt, chính vì vậy để không bị lạc hậu, công ty luôn cập nhật các thông tin mới qua website:
- **IBISWorld:** IBISWorld cung cấp các báo cáo thị trường theo ngành và ngành công nghiệp, bao gồm cả ngành sản xuất và thị trường kính. (<https://www.ibisworld.com/>)
- **Global Industry Analysts (GIA):** GIA cung cấp các báo cáo thị trường và dự đoán cho nhiều ngành, bao gồm cả thị trường sản xuất kính. (<https://www.strategyr.com/>)
- **Thư viện và trang web của các hiệp hội ngành:** Các hiệp hội ngành như Hiệp hội Kính và Gương Hoa Kỳ (The Glass Association) có thể cung cấp thông tin quý báu về thị trường kính. (<https://www.glasswebsite.com/>)

## **2.8. Thực trạng thị trường khách hàng hiện hữu của công ty Nhôm Kính Thăng Long**

### **2.8.1. Về nhân khẩu học**

Trước khi doanh nghiệp triển khai một dự án đầu tư hay liên doanh mới thì cần bỏ thời gian nghiên cứu nhân khẩu học thị trường, nhu cầu xã hội. Từ đó giúp doanh nghiệp đưa ra các quyết định đúng đắn. Thị trường hiện nay mà công ty Thăng Long đang hướng tới bao gồm:

- Tuổi tác: Do tính chất ngành nghề là xây dựng, nên tuyệt đối không thể nhắm đến giới trẻ, học sinh sinh viên. Độ tuổi cần hướng tới hợp lý nhất là khoảng từ 30t trở lên
- Công việc mà khách hàng đang làm: Mọi lĩnh vực, đặc biệt ta cần phải chú trọng hơn vào các lĩnh vực như: nội thất, thiết kế, thầu xây dựng,... bởi họ không chỉ đơn giản là khách hàng của công ty, mà họ còn có thể là đối tác phát triển lâu dài bởi ngành nghề có liên quan mật thiết đến khối ngành xây dựng
- Thu nhập cá nhân: Tất cả những cá nhân có thu nhập ổn định, và các công ty đối tác có nguồn vốn chứng minh độ uy tín cao.
- Vị trí địa lý: Tất cả mọi công trình lớn nhỏ toàn quốc.

### **2.8.2. Về yếu tố tâm lý**

Doanh nghiệp nên hiểu rõ đối tượng khách hàng mình sẽ phục vụ có tâm lý mua hàng, đầu tư xây dựng như thế nào thông qua các yếu tố:

- Thái độ: Khách hàng có thái độ thiện chí muốn hợp tác, mua hàng tại công ty
- Điều khách hàng quan tâm: về độ thẩm mỹ cao của kính, độ uy tín của công ty và sự nhiệt tình của nhân viên công ty. Ngoài ra, khách hàng còn có sự quan tâm về chất lượng sản phẩm của công ty
- Phong cách sống: Những khách hàng thích phong cách sống trong không gian sang trọng, nhã nhặn, tinh tế, thích sự thông thoáng mà kính đem lại.

### 2.8.3. Về kênh bán hàng

Do đối tượng khách hàng mà công ty đang nhắm đến là ở độ tuổi trung niên, nên việc mua bán qua kênh thương mại truyền thống rất nhộn nhịp và được ưa chuộng hơn cả. Khách hàng biết đến công ty do uy tín gây dựng suốt bao năm qua, “tiếng lành đồn xa” là phương pháp marketing hiệu quả nhất.

Và tất nhiên công ty vẫn có trang web bán hàng online để quảng bá đến số lượng khách ở xa, vẫn có thể liên hệ mua hàng với công ty qua trang website. Tuy nhiên, hình thức bán hàng online vẫn không được ưa dùng, nên công ty chưa thực sự đầu tư vào việc bán hàng trực tuyến.

⇒ Doanh nghiệp cần phân tích kỹ thị trường trước khi lựa chọn kênh tiếp cận khách hàng. Giải pháp tối ưu nhất chính là kết hợp đồng thời tất cả dữ liệu trên. Khi đó công ty mới có thể tiếp cận khách hàng một cách tối đa nhất. Ngoài ra, việc tiếp cận khách hàng không chỉ giới hạn ở việc đi tìm kiếm khách hàng. Phải có kế hoạch thu hút khách hàng, tạo cho họ thói quen tự tìm đến công ty. Có như thế thì việc xây dựng mô hình kinh doanh mới thật sự hiệu quả.

### 2.9. Chính sách giá

Mục tiêu cuối cùng của hoạt động kinh doanh là đem về lợi nhuận. Chính vì vậy giá, đặc biệt là chính sách định giá luôn được các nhà quản trị đặc biệt quan tâm.

Tuy nhiên chính sách giá của Công ty không ổn định. Giá cả của các loại sản phẩm phụ thuộc vào giá vật liệu xây dựng cao, thì giá sản phẩm sẽ cao, khi giá vật liệu xây dựng giảm thì giá sản phẩm giảm, khó có thể bình ổn giá đến các công ty hoặc các nhà kinh doanh.

STT	Mặt Hàng	TP thường/m <sup>2</sup>	TP Clực/m <sup>2</sup>	Nguyên khổ	Gia công CL
1	Kính 4 ly trắng	110.000		88.000	
2	Kính 5ly trắng	135.000	180.000	108.000	45.000
3	Kính 6ly trắng	170.000	215.000		45.000

STT	Mặt Hàng	TP thường/m2	TP Clực/m2	Nguyên khổ	Gia công CL
4	Kính 7ly trắng	185.000	235.000		50.000
5	Kính 8ly trắng	210.000	250.000		50.000
6	Kính 8ly quá khổ (Trên3050)		270.000		
7	Kính 10ly trắng	255.000	310.000		55.000
8	Kính 10ly quá khổ (Trên 3050)		340.000		
9	10 ly khổ 2.7 x 4.8		560.000		
10	Kính 12ly trắng	340.000	410.000		70.000
11	Kính 12ly trắng quá khổ(Trên 3050)	380.000	450.000		70.000
12	Kính 12ly trắng khổ 2.7x 4.8m		700.000		
13	Kính 15ly trắng	950.000	1.250.000		300.000
14	Kính 4 ly mờ	150.000		115.000	
15	Kính 5ly mờ	185.000	230.000	135.000	45.000
16	Kính 8ly mờ	270.000	320.000		50.000
17	Kính hải đường	180.000		140.000	
18	Kính thủy 4ly	180.000		140.000	
19	Kính thủy 5ly nhập	280.000		190.000	
20	Kính thủy 5ly VN	230.000		165.000	
21	Kính thủy 5ly indo , thái	380.000			
22	Kính thủy Trà-Xám	600.000			

STT	Mặt Hàng	TP thường/m2	TP Clực/m2	Nguyên khổ	Gia công CL
23	Kính 5ly Đen-Trà nhạt	300.000	350.000		50.000
24	Kính 5ly trà đậm	330.000	380.000		50.000
25	Kính 5ly xám khói	320.000	370.000		50.000
26	Kính 6ly Xám-Đen in do	380.000	430.000		55.000
27	Kính 8ly Trà-Đen-Xám- XB	550.000	610.000		60.000
28	Kính 8ly XB, XL, XÁM (SO LA)	640.000	700.000		60.000
29	Kính 8ly Phản Quang XB	930.000	1.000.000		70.000
30	Kính 8ly VIỆT NHẬT		390.000		
31	Kính 10ly Đen. Trà .Xám.XB		800.000		
32	Kính 10ly XÁM,XB, XLA (SOLA)	750.000	830.000		80.000
33	Kính 10ly VIỆT NHẬT		490.000		
34	Kính 5ly SỢC CL	480.000	540.000		50.000
35	Kính 8ly SỢC CL		1.100.000		
36	Kính 10ly SỢC CL		1.250.000		
37	Kính 6.38 trong	400.000	<b>GIA CÔNG</b>		
38	Kính 6.38 sữa	430.000	GC nhúng mờ quá khổ 183x244		100.000
39	Kính 8.38 trong	460.000	Gia công phun mờ 1 mặt		50.000
40	Kính 8.38 sữa	480.000	Gia công nhúng mờ 2 mặt		80.000

STT	Mặt Hàng	TP thường/m <sup>2</sup>	TP Clực/m <sup>2</sup>	Nguyên khổ	Gia công CL
41	Kính 10.38 trong	480.000	Ghép 1 lớp keo trong :		120.000
42	Kính 10.38 Sữa	530.000	Gia công sơn		200.000
43			Gia công sơn giọt nước		380.000
44			Keo sữa :		170.000
45			Sơn K.tuyến		250.000
46			Sơn nhũ		350.000

**Bảng 2.2: Bảng báo giá năm 2023 Công ty Nhôm Kính Thăng Long**

## 2.10. Đầu tư tài chính cho phát triển doanh nghiệp

Công Ty TNHH MTV Kính Thăng Long là một doanh nghiệp khá là nổi tiếng trong lĩnh vực cung cấp kính xây dựng và nguồn lực tài chính của công ty này được xem là một trong những yếu tố quan trọng đóng vai trò quyết định đến sự phát triển và thành công của công ty.

Nhờ vào tiềm lực tài chính vững mạnh công ty đã có nguồn vốn đầu tư ban đầu để mua sắm các máy móc, phương tiện vận chuyển hiện đại, xây dựng cơ sở hạ tầng và nâng cao năng lực sản xuất kính thương mại.

Công ty cũng thu được nguồn thu từ hoạt động kinh doanh sản xuất chính của mình. Cung cấp sản xuất Kính cường lực nhờ vào mạng lưới rộng khắp và chất lượng dịch vụ hàng đầu, công ty đã thu hút được nhiều khách hàng và đối tác kinh doanh tiêu biểu như (Huy Hoàng Glass, Phát Đạt, Hoàng Kiều,...). Việc có một lượng khách hàng ổn và liên tục đặt hàng sử dụng sản phẩm của công ty giúp công ty có nguồn thu đều đặn và ổn định.

Ngoài ra, công ty cũng tìm kiếm các nguồn tài chính khác như vay vốn từ ngân hàng nguồn đầu tư cá nhân. Nhờ vào tiềm lực tài chính tốt và uy tín của mình, công ty đã có khả năng đàm phán với các ngân hàng để được cung cấp các khoản vay vốn có lãi suất thấp và điều kiện vay thuận lợi (ACB,...). Những khoản vay này

được sử dụng để đầu tư vào mở rộng hoạt động kinh doanh, nâng cấp máy móc sản xuất và mua sắm thêm phương tiện vận chuyển.

Ngoài các nguồn lực tài chính trên, Công ty cũng tận dụng các nguồn lực khác như quản lý tài chính hiệu quả, tối ưu hóa chi phí và gia tăng năng suất lao động. Bằng cách áp dụng các chiến lược tài chính thông minh và quản lý hiệu quả các nguồn lực, công ty đảm bảo được sự tăng trưởng bền vững và sức khỏe tài chính trong hoạt động kinh doanh trong 14 năm gần đây

Tóm lại, công ty TNHH MTV Nhôm Kính Thăng Long đã xây dựng được nguồn lực tài chính đa dạng và bền vững từ nguồn thu từ hoạt động kinh doanh và việc tìm kiếm các nguồn tài chính bên ngoài. Nhờ vào sự khéo léo trong quản lý tài chính và áp dụng các chiến lược kinh doanh hiệu quả, công ty đã đạt được sự phát triển và thành công ngày càng thể hiện được thương hiệu trong ngành sản xuất kính.

## **2.11. Nhận xét tổng quan về thực trạng hoạt động kinh doanh của công ty TNHH Kính Thăng Long:**

### **2.11.1. Ưu điểm**

- Thăng Long tự tin là địa điểm đứng đầu trong các lựa chọn của khách hàng khi có nhu cầu mua kính cường lực TP. HCM. Bởi vì, Thăng Long tự tin là một trong những đơn vị trên địa bàn cung cấp đầy đủ các sản phẩm chính hãng, có đầy đủ giấy chứng nhận chất lượng sản phẩm theo tiêu chuẩn TCVN 7455:2013
- Ngoài ra, công ty còn luôn cập nhật rất nhiều sản phẩm đa dạng được làm từ kính bao gồm: cửa kính bản lề sàn, cửa kính lùa, lan can và cầu thang kính cường lực, tranh kính nghệ thuật, cửa kính tự động, nhà tắm kính, kính ốp bếp, ốp tường, kính mặt dựng, mái kính sàn... cùng vô vàn các sản phẩm kính cường lực khác cho khách hàng có nhiều sự lựa chọn.
- Đội ngũ tư vấn đều là những nhân viên đã gắn bó lâu dài với công ty sẽ đem đến cho quý khách hỗ trợ chu đáo và tận tình nhất, không chỉ đảm bảo cho quý khách yên tâm về chất lượng của sản phẩm mà còn đáp ứng các nhu cầu cụ thể về mặt thẩm mỹ của quý khách.
- Đặc biệt nhất là đến với Thăng Long, khách hàng không lo ngại về chính sách giá, bởi Thăng Long là đơn vị chuyên cung cấp kính tận gốc với việc công khai

minh bạch bảng báo giá kính cường , và được liệt kê rõ ràng cho từng sản phẩm. Ngoài ra, công ty cũng cung cấp các hình ảnh rõ nét và xác thực về sản phẩm để giúp quý khách đưa ra chọn lựa thích hợp nhất

### **2.11.2.Nhược điểm**

- Sản phẩm của công ty tuy đa dạng nhưng vẫn còn ở mức thông dụng, đại trà, chưa tiếp cận được đến khách hàng cao cấp.
- Ngoài kính cường lực, công ty không có các sản phẩm ở lĩnh vực liên quan khác như: nhôm, cửa,... Nhằm tăng doanh thu
- Cần nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng
- Kính là loại vật tư rất mỏng manh, do tính chất của kính dễ vỡ, trầy xước, sò mẻ trong quá trình sản xuất, điều này gây thiệt hại rất lớn.
- Không chỉ dễ rơi vỡ, mà kính còn là loại vật tư yêu cầu độ chính xác rất cao, thông số kính được đo bằng đơn vị mm. Chính vì vậy, để tránh sai sót trong quá trình sản xuất, cần có biện pháp giảm thiểu rủi ro tối đa
- Khách hàng của công ty đa phần là từ kênh truyền thống, với thời buổi công nghệ 4.0 thì công ty cần mở rộng các trang bán hàng thương mại điện tử, trang web nhằm gia tăng tệp khách hàng
- Cần có các chương trình khuyến mãi hấp dẫn khách mua hàng, kích thích nguồn cầu
- Tuy là công ty sản xuất nhưng công ty cũng nên cần chú trọng đến dịch vụ chăm sóc khách hàng

## TÓM TẮT CHƯƠNG 2

Qua chương 2, chúng ta đã tìm hiểu được Công ty TNHH MTV Nhôm kính Thăng Long về lịch sử hình thành, quá trình phát triển, giá trị cốt lõi... và những sản phẩm cung ứng chính của công ty. Hơn nữa, biết được cơ cấu công ty cũng như các phòng ban sinh viên thực tập, biết được kết quả kinh doanh của công ty trong 03 năm gần nhất và đã phân tích được các chỉ số kinh tế cụ thể. Chúng ta đã nắm được yêu cầu đối với công việc và tiêu chuẩn công việc mà công ty đã đề ra. Ngoài ra đã phân tích rõ về các quy trình hoạt động kinh doanh cũng như các chính sách đào tạo và tăng cường nguồn nhân lực. Bên cạnh đó, trình bày cụ thể về thực trạng hệ thống kinh doanh của Công Ty TNHH MTV Nhôm Kính Thăng Long và đưa ra được thực trạng thị trường khách hàng hiện tại của công ty. Kèm theo đó là những chính sách về giá cả và tài chính hiện tại của doanh nghiệp. Trong chương tiếp theo sẽ nêu rõ một số giải pháp góp phần để phát triển trong thị trường hội nhập của doanh nghiệp.

## **CHƯƠNG 3**

# **ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA CÔNG TY TNHH MTV NHÔM KÍNH THĂNG LONG**

### **3.1. Định hướng phát triển của công ty TNHH MTV Nhôm Kính Thăng Long**

Hiện tại Công ty Kính Thăng Long đã gặp hái được rất nhiều thành công và trải qua các thử thách đáng nhớ. Nhưng nhìn vào tương lai gần, ngành kính sản xuất sẽ là ngành được đánh giá khá cao về cơ hội và tiềm năng phát triển. Vì thế để có thể luôn nắm bắt được xu hướng và phát triển phù hợp Thăng Long luôn định hướng tiếp thu, thay đổi và phát triển. Sẵn sàng cho chặng đường mới ngày càng khẳng định mình trên thị trường sản xuất Kính thương mại tại Việt Nam.

#### **3.1.1. Nâng cao chất lượng sản phẩm**

Không chỉ tập trung vào việc sản xuất sản phẩm kính chất lượng cao, đáp ứng các tiêu chuẩn an toàn và bền vững, mà công ty còn hướng tới việc sản xuất và cung cấp các loại kính cao cấp hơn như: kính chống cháy, kính chống đạn, kính uốn cong, ... nhằm không ngừng nâng cao chất lượng sản phẩm, xây dựng hình ảnh thương hiệu uy tín đối với khách hàng cũ, tiếp cận thêm nhiều nguồn khách hàng tiềm năng mới.

#### **3.1.2. Mở rộng sản phẩm và dịch vụ**

- Nghiên cứu và phát triển, không chỉ cung cấp kính mà còn sản xuất và cung cấp thêm các loại sản phẩm cửa nhôm như: nhôm Xingfa, cửa Pano,.. việc mở rộng sản phẩm không chỉ giúp cho công ty đa dạng hoá mẫu mã, mà còn tiếp cận được nhiều nguồn khách hàng mới sỉ và lẻ. Góp phần đa dạng hóa nguồn doanh thu cho Thăng Long trong tương lai.

### **3.1.3. Chất lượng phục vụ khách hàng**

- Tạo một dịch vụ chăm sóc khách hàng xuất sắc, bao gồm cung cấp thông tin, hỗ trợ kỹ thuật, và xử lý khiếu nại một cách nhanh chóng và chuyên nghiệp.

### **3.1.4. Đánh giá kỹ thuật sản phẩm và quản lý rủi ro**

- Kính là một loại vật tư rất dễ có rủi ro, do tính chất của kính dễ bể vỡ nếu trong quá trình sản xuất không được kiểm soát kỹ lưỡng thì không chỉ có rủi ro về chất lượng sản phẩm, mà còn có rủi ro về người, điều này vô cùng thiệt hại cho công ty. Chính vì vậy, để tối ưu hoá các vấn đề xấu, công ty cần tuyển dụng thêm nhân sự chịu trách nhiệm trong việc giám sát, kiểm tra, đánh giá và cải tiến sản phẩm từ để đảm bảo rằng chúng đáp ứng các tiêu chuẩn và yêu cầu của thị trường. Ngoài ra, không chỉ vậy, nhân công sản xuất cần được trang bị đồ bảo hộ, tránh trường hợp kính bể vỡ gây tai nạn cho người. Tóm lại, kiểm tra chất lượng sản phẩm, hạn chế rủi ro là 2 phương pháp được ưu tiên nhất đến thời điểm hiện tại, nhằm mục đích tối ưu hoá sản phẩm, tăng doanh thu cho công ty trong tương lai.

## **3.2. Cơ sở đề xuất giải pháp**

### **3.2.1. Thành tựu**

Thành lập vào ngày 22/05/2009 Công ty TNHH MTV Nhôm kính Thăng Long đã và đang là một trong những công ty hàng đầu trong lĩnh vực cung cấp kính xây dựng tại Việt Nam. Trải qua gần 20 năm xây dựng và phát triển, đã và đang đóng góp đáng kể vào sự phát triển của ngành kính xây dựng tại Việt Nam.

Thế mạnh làm nên sự khác biệt cho thương hiệu Thăng Long Tempered Glass chính là: Sự chuyên môn hóa trong từng bộ phận, tính trách nhiệm cao cùng những giám sát kỹ thuật làm việc nghiêm túc, cẩn thận nhằm tạo nên những sản phẩm hoàn thiện đến từng chi tiết nhỏ nhất. Ngoài ra, các bộ phận thường xuyên trao đổi công việc, chia sẻ những khó khăn, sáng kiến xây dựng nên một Thăng Long năng động, sáng tạo, chuyên nghiệp hơn trong từng công trình mà công ty chúng tôi tham gia.

Nhôm kính Thăng Long đang hướng tới sự hoàn thiện hơn nữa để đạt mục tiêu trở thành đơn vị cung cấp sản phẩm kính xây dựng hàng đầu Việt Nam. Chúng

tôi cam kết xây dựng mối quan hệ với đối tác và hợp tác bền vững, cùng có lợi giữ đối tác và nhôm kính Thăng Long. Với chiến lược ngày càng nâng cao chất lượng sản phẩm, quy trình cũng như quy mô sản xuất, nâng cao năng suất cung cấp cho xuất khẩu sản phẩm ra nước ngoài. Ngoài những sản phẩm kính đặc thù như hiện tại, chúng tôi dần phát triển thêm sản phẩm, dịch vụ vừa giúp. Công ty đa dạng hóa sản phẩm, vừa nâng cao chất lượng dịch vụ, cung cấp cho khách hàng được nhiều sản phẩm liên quan.

"Sự tin tưởng và ủng hộ của khách hàng trong suốt thời gian qua là nguồn động viên to lớn trên bước đường phát triển của Công ty TNHH Nhôm kính Thăng Long. Chúng tôi xin hứa sẽ không ngừng hoàn thiện, phục vụ khách hàng tốt nhất để luôn xứng đáng với niềm tin ấy"- Tổng giám đốc Trần Trọng Toàn đã từng nói trong sự kiện lễ kỉ niệm 15 năm thành lập Công ty.

### **3.2.2. Về thị trường**

Công ty TNHH MTV Nhôm kính Thăng Long là công ty chuyên sản xuất và kinh doanh cung cấp các sản phẩm kính xây dựng chất lượng và uy tín, giá thành tốt nhất như Kính cường lực, kính vách ngăn, kính cửa pano, kính phản quang, kính cửa lùa, kính trang trí,.. cho các công ty, đơn vị doanh nghiệp có tiếng như: Vinhomes, Ana Beauty Academy, chung cư Hà Đô,... và hàng nghìn các căn hộ, nhà dân trên TPHCM với thương hiệu TL Tempered Glass, khách hàng có thể dễ dàng nhận biết sản phẩm ở khắp mọi nơi.

Ngoài ra, trong tháng 04/2023 vừa qua, công ty Thăng Long vô cùng vinh hạnh khi được sự tín nhiệm của Công ty TNHH SX-TM XK Hoàng Kiều cùng hợp tác, ký kết và hoàn thành đơn hàng hơn 1,000m<sup>2</sup> kính 8ly cường lực xuất khẩu sang Florida, Mỹ.

Ngoài ra, ngành kính xây dựng còn có rất nhiều điểm lợi như: giá cả, vận chuyển, nhân công rẻ. Vì theo lý giải của Hiệp hội kính và thủy tinh Việt Nam, công nghệ sản xuất tương đương nhau, thậm chí nhiều nhà máy của doanh nghiệp trong nước có công nghệ tiên tiến hơn hẳn; nếu cộng thêm cả chi phí vận chuyển và tính đúng, tính đủ thuế suất áp cho các chủng loại hàng hoá thì dù giá nhiên liệu thấp hơn, chắc chắn giá bán của ngành kính tại Việt Nam cũng không thể đánh tụt

quá thấp. Vì vậy, ta cũng không lo bị phá giá, hay bị lệ thuộc quá nhiều vào nguồn cung từ nước ngoài.

“Doanh nghiệp trong nước ta hiện rất mạnh, mạnh về điều kiện tài chính, mạnh về quyết định đầu tư và lựa chọn công nghệ... nên sản phẩm kính của chúng ta đang có cơ hội phát triển rất lớn. Chưa kể, chúng ta có nguồn tài nguyên thiên nhiên rất lớn và phong phú, có thể khai thác để biến thành những sản phẩm chất lượng cao, kỹ thuật cao, xuất khẩu đi các nước trên thế giới”, ông Lê Văn Thọ, Phó Chủ tịch Hiệp hội Kính và Thủy tinh Việt Nam nói.

### **3.2.3. Về doanh thu**

Doanh thu giảm mạnh trong năm 2020 và tăng trở lại vào năm 2021, có nhiều nguyên nhân khách quan và chủ quan tác động đến tình hình doanh thu, trong đó chính sách thu tiền và tất toán với chủ đầu tư tác động không nhỏ. Đặc biệt là giảm thiểu tối đa việc dồn công nợ của khách. Trong những năm tới công ty cần phải có kế hoạch đẩy mạnh tăng cường doanh thu hơn nữa nhằm nâng cao hiệu quả sử dụng vốn của công ty

### **3.2.4. Về lợi nhuận**

Lợi nhuận ở năm 2022 là cao nhất trong ba năm cho thấy công ty đang dần chuyển mình trong kinh doanh và phát triển một cách đúng hướng. Ngoài ra, công ty cũng đã rất kiên cường vì đã trụ vững sau đợt đại dịch Covid khủng hoảng tài chính cùng với doanh thu có biến đổi tích cực. Cần phải giảm thiểu chi phí, cắt bớt những khoản chi tiêu không cần thiết, giảm thiểu những chi phí phát sinh nhằm tăng cường tối đa lợi nhuận cho công ty.

### **3.2.5. Khả năng thanh toán**

Qua các tỉ số tài chính đã phân tích ở trên, ta thấy tình hình và khả năng thanh toán hiện thời của công ty ở mức khá tốt, tài sản đủ để đảm bảo thanh toán cho các khoản nợ của công ty, chủ yếu là các khoản nợ ngắn hạn. Tình hình tài chính tốt, kinh doanh hiệu quả là cơ sở để thu hút sự đầu tư bên ngoài.

## **3.3. Các biện pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh**

### **3.3.1. Chiến lược giá**

Giá bán là một trong những yếu tố có tác động lớn nhất đến quyết định mua sản phẩm của khách hàng. Có thể thấy không chỉ trên thế giới mà ở Việt Nam hiện

nay, kính xây dựng đang ngày càng được ưa chuộng. Nó xuất hiện ở hầu hết các công trình Nhà nước lẫn tư nhân, gia đình. Từ các công trình trọng điểm quốc gia, sân bay, các tòa nhà cao tầng chọc trời, các khách sạn, trung tâm thương mại sang trọng đến những công trình nhà ở dân dụng đều sử dụng kính. Có thể nói sự ra đời của loại vật liệu này đã thay thế hiệu quả vật liệu xây dựng truyền thống thô sơ, cứng nhắc, trọng tải nặng trước kia như xi măng, gạch, đá, ngói,... Tùy theo ứng dụng và mục đích sử dụng, khách hàng rất cần nhắc lựa chọn loại kính phù hợp và các thông số kỹ thuật, đặc tính liên quan.

Vì vậy, khi khách hàng muốn mua hàng họ thường có xu hướng tham khảo giá ở nhiều công ty cung cấp kính khác nhau rồi mới quyết định mua hàng. Thăng Long cần làm một số việc như sau để có thể đưa ra mức giá phù hợp:

- Khảo sát về mức giá mà khách hàng mong muốn
- Khảo sát giá thị trường hiện tại của các đối thủ cạnh tranh

Theo dõi chặt chẽ đối thủ cạnh tranh để có những điều chỉnh phù hợp trong chính sách giá nhằm thu hút khách hàng.

### **3.3.2. Đảm bảo chất lượng thành phẩm**

Yếu tố về chất lượng luôn được coi là yếu tố hàng đầu được khách hàng quan tâm khi đưa ra quyết định mua sản phẩm. Nhu cầu của khách hàng rất đa dạng, phong phú và thị hiếu cũng không ngừng thay đổi, các mẫu mã kính cũng phải linh động mới có thể đáp ứng được thị trường. Vì vậy, Thăng Long nên xem xét các giải pháp sau:

- Đầu tư công nghệ cắt kính Plasma: Với sản phẩm có độ chính xác cao đến từng milimet như kính thì công ty cần chú trọng đến vấn đề cắt kính bằng máy cắt CNC hiện đại thay vì cắt thủ công. Bởi, ưu điểm lớn nhất của các loại máy cắt Plasma đó chính là sự chính xác gần như tuyệt đối trong mọi chi tiết khi gia công. Các loại kính nghệ thuật, kính cường lực, kính trang trí tiểu cảnh đều có thể được cắt theo hình ảnh có sẵn trong phần mềm tương thích. Và đến đây thì không thể nói đến tính năng tương thích với nhiều phần mềm đồ họa phổ biến nhất hiện nay như AutoCad, Photoshop, Corel Draw, Adobe Illustrator... Chính vì vậy đẳng cấp của những sản

phẩm từ kính sẽ được nâng lên tầm cao mới với sự hỗ trợ của máy cắt kính CNC siêu chính xác.

- Đầu tư công nghệ sản xuất kính dán 2 lớp: Không có gì là tuyệt đối, kể cả kính đã được cường lực, chính vì vậy kính dán 2 lớp keo ra đời. Trong các điều kiện bị tàn phá như những cơn địa chấn hay các tác động rất mạnh khác, lớp keo PVB sẽ giữ mảnh kính lại không cho văng ra gây nguy hiểm cho người và đồ vật xung quanh. Điều này đặc biệt quan trọng đối với các mặt dựng trên cao. Đây là một tính năng vô cùng độc đáo vượt trội hơn so với các loại kính khác. Nhờ vào lớp keo đặc biệt, tia UV gây hại cho sức khỏe con người đã được cản lại tới hơn 99%.
- Công nghệ sản xuất kính hộp cách âm, cách nhiệt: Với kết cấu dạng hộp và các lớp kính ngăn cách bằng lớp trung không, kính hộp có thể làm giảm tối đa tiếng ồn không mong muốn từ môi trường xung quanh. Mức độ cách âm khác nhau tùy thuộc vào kết cấu và tính chất khác nhau. Khoảng không giữa các lớp kính được nạp khí Argon (khí trơ) làm tăng tối đa khả năng cách nhiệt, giúp cho bên trong tòa nhà luôn mát về mùa hè và ấm áp về mùa đông, giảm đáng kể nhu cầu điều hoà không khí và sưởi ấm.

### **3.3.3. Chính sách kênh phân phối**

Ngoài kênh truyền thống, công ty Thăng Long cần có chính sách phân phối linh hoạt và đa dạng để tiếp cận nhiều khách hàng tiềm năng hơn như:

- Cửa hàng bán lẻ: Công ty có thể mở cửa hàng bán lẻ tại các địa điểm chiến lược để cung cấp sản phẩm trực tiếp cho người tiêu dùng và khách hàng chuyên nghiệp như các công trình xây dựng.
- Nhà phân phối và đại lý: Hợp tác với các đối tác như nhà phân phối và đại lý để cung cấp sản phẩm đến mạng lưới rộng lớn hơn. Điều này có thể giúp tiếp cận nhiều khách hàng hơn mà không cần mở nhiều cửa hàng riêng.
- Trực tuyến: Một trang web và cửa hàng trực tuyến có thể là một kênh quan trọng cho việc tiếp cận khách hàng và đặt hàng trực tuyến. Điều này cũng giúp khách hàng dễ dàng tra cứu thông tin về sản phẩm và tìm hiểu về công ty.

- Chương trình phân phối và khuyến mãi: Xây dựng chương trình phân phối và khuyến mãi hấp dẫn cho các đối tác và đại lý để thúc đẩy doanh số bán hàng.
- Xuất khẩu: Nếu có tiềm năng, công ty có thể xem xét việc xuất khẩu sản phẩm kính xây dựng đến thị trường quốc tế.

### **3.3.4. Mở rộng sản phẩm**

Trong thời buổi hiện nay, các công ty luôn có sự cạnh tranh khốc liệt để tìm kiếm được và để giữ chân được khách hàng. Khách hàng là nguồn sống của bất cứ doanh nghiệp nào đối với ngành kính xây dựng nói chung và doanh nghiệp Thăng Long nói riêng. Để làm hài lòng khách hàng, công ty luôn tập trung vào 2 yếu tố then chốt sau: Chất lượng sản phẩm, chất lượng dịch vụ. Vì bản chất Thăng Long là công ty chuyên về lĩnh vực sản xuất nên trong suốt quá trình hoạt động, công ty luôn tập trung nâng cao chất lượng sản phẩm, liên tục cập nhật xu hướng thiết kế, mẫu mã kính ở các công trình hiện đại để có thể đáp ứng nhu cầu ngày càng phát triển và giữ chân khách hàng lâu năm. Chính vì vậy, ngoài lĩnh vực cung cấp vật tư kính xây dựng,... công ty nên mở rộng và đầu tư thêm các mảng khác như: sản xuất cửa nhôm Xingfa, AG, Wisdom,... nhằm đa dạng hoá các sản phẩm của công ty, giúp khách hàng có thêm nhiều sự lựa chọn cho khách hàng cũ và có thể mở rộng tiếp cận thị trường mới trong tương lai.

### **3.3.5. Hoạt động khuyến mãi**

Hoạt động khuyến mãi được coi là một trong những yếu tố kích thích hoạt động mua hàng của khách hàng khi đến với Công ty. Vì vậy, Công ty cần áp dụng thêm các hình thức khuyến mãi để tăng sự hài lòng của khách hàng và thu hút khách hàng mới như:

- Miễn phí vận chuyển: Kính là loại vật tư có thể nói là khó vận chuyển nhất, do tính chất của nó dễ vỡ, dễ trầy xước nên đa số khách hàng sẽ phó thác việc vận chuyển cho Công ty. Chính vì vậy, Công ty nên có chính sách miễn phí vận chuyển cho các đơn hàng có giá trị nhất định, hoặc các đơn hàng của khách quen,...
- Giảm giá cho đơn hàng lớn: Chiết khấu giá trực tiếp với các đơn hàng lớn, hoặc các đơn hàng có số đo vừa khổ kính, điều này khiến khách hàng sẽ có xu hướng đặt số lượng nhiều để được giảm giá nhiều hơn

- Giới thiệu khách hàng: Công ty nên có chính sách thưởng cho bất kỳ ai giới thiệu được khách hàng hoặc đem đơn hàng về cho công ty. Công ty Thăng Long sẽ thưởng hoa hồng hoặc quà tặng theo phần trăm đơn hàng đó. Điều này không chỉ tăng doanh thu cho công ty mà còn tạo cơ hội việc làm cho nhân sự có thêm thu nhập.
- Quà tặng và phần thưởng : Cty cần tổ chức các chương trình quà tặng hoặc phần thưởng dành cho khách hàng, ví dụ như chạy quảng cáo sản phẩm kính của Thăng Long trên mạng xã hội để có cơ hội nhận giải thưởng.

### **3.3.6. Nâng cao dịch vụ CSKH**

Với mục đích luôn đặt sự tin tưởng và trải nghiệm của khách hàng lên hàng đầu, Công ty Thăng Long không chỉ chú trọng việc nâng cao chất lượng sản phẩm, mà còn quan tâm đến trải nghiệm dịch vụ chăm sóc khách hàng qua các yếu tố sau:

- Đào Tạo Nhân Viên: Công ty cần hướng nhân viên chú trọng đến kỹ năng giao tiếp, giải quyết vấn đề và kiến thức về kính xây dựng để có thể hỗ trợ khách hàng một cách tốt nhất. Nhân viên là bộ mặt của công ty, là người tiếp xúc trực tiếp với khách hàng nên luôn phải có thái độ niềm nở, nhiệt tình hỗ trợ khách. Ngoài ra, không chỉ nhân viên mà công nhân làm việc ở công xưởng cũng nên được đào tạo bài bản về tay nghề, có định kì kiểm tra nhằm nâng cao tay nghề hằng tháng, cung cấp kiến thức về kính xây dựng nhằm đem đến cho khách hàng trải nghiệm hoàn hảo nhất.
- Lắng Nghe Khách Hàng: Vì kính là vật tư dễ vỡ, trầy sò mẻ nên rất dễ có rủi ro sau khi bàn giao cho khách hàng. Chính vì vậy, bộ phận telesales cần trực điện thoại nhằm thu thập phản hồi từ khách hàng thông qua khảo sát, cuộc gọi điện thoại sau bán hàng hoặc phản hồi trực tuyến. Sau đó sử dụng thông tin này để cải thiện dịch vụ và điều chỉnh chiến lược kinh doanh.
- Phát Triển Chính Sách Đổi Trả Linh Hoạt: Nếu khách hàng không hài lòng vì sản phẩm kính có lỗi do nhà sản xuất như: bể, nứt, trầy sò, cắt sai số đo... thì công ty sẵn sàng hỗ trợ 100% chi phí vận chuyển 2 chiều và sản phẩm được 1 đổi 1 mà không phát sinh thêm bất kỳ chi phí nào.
- Đặc Quyền Khách Hàng: Cần nhắc thiết lập các chương trình đặc quyền cho các khách hàng thân thiết, khách hàng lâu năm, ví dụ như: miễn phí

vận chuyển cho tất cả đơn hàng, ưu tiên cung cấp hàng gấp trước các đơn hàng khác, giảm giá khuyến mãi tặng quà theo dịp...

## TÓM TẮT CHƯƠNG 3

Chương vừa rồi đã đưa ra được các định hướng phát triển của doanh nghiệp trong thời gian tới. Bên cạnh đó đưa ra các cơ sở để đề xuất giải pháp về xây dựng hệ thống marketing, chiến lược giá, đảm bảo chất lượng và mở rộng sản phẩm, tối ưu dịch vụ chăm sóc khách hàng góp phần làm nâng cao hiệu quả của hệ thống kinh doanh với Công ty TNHH MTV Nhôm Kính Thăng Long. Nhằm mục đích đưa doanh nghiệp ngày càng phát triển và khẳng định thương hiệu mình trong tương lai là một doanh nghiệp vững mạnh.

## KẾT LUẬN

Kính là một loại vật liệu đã khá quen thuộc trong các công trình kiến trúc. Kính hiện diện với nhiều vai trò khác nhau vừa là vật liệu cơ bản, vật liệu hoàn thiện và là vật liệu trang trí mang tính thẩm mỹ cao. Kính xuất hiện ở nhiều thể loại công trình, từ những công trình có tính chất tôn giáo như nhà thờ đến những cao ốc văn phòng, những không gian sống riêng tư của mỗi gia đình. Sự ứng dụng của kính đa dạng và phổ biến đến mức ở bất cứ ngôi nhà hiện đại nào, chúng ta cũng thấy loại vật liệu này. Trong cuộc sống hiện đại vật liệu kính được sử dụng nhiều bởi vẻ đẹp và chất lượng của nó. Những ngôi nhà mang phong cách hiện đại đa phần sử dụng kính để trang trí và xây dựng. Ưu điểm của kính là dễ sử dụng, dễ lau chùi, nhẹ và có thể truyền ánh sáng qua được. Khi chúng ta hiểu rõ được công năng của kính và sử dụng đúng cách sẽ làm tăng thêm vẻ đẹp về giá trị thẩm mỹ của nó. Công dụng khác của kính là dùng làm cầu thang, sàn nhà và trần nhà. Đối với sàn nhà, người ta dùng kính cường lực. Với những tấm kính có thể chịu được áp lực cao. Còn trần nhà, người ta dùng những tấm kính họa tiết, hoa văn mang tính chất nghệ thuật màu sắc. Do những người thiết kế sẽ lựa chọn cho phù hợp với mỗi không gian khác nhau. Nghiên cứu phát triển vật liệu xây dựng cụ thể là kính xây dựng không sử dụng hoặc chỉ sử dụng một phần nguyên liệu lấy trực tiếp từ tài nguyên thiên nhiên, đồng thời, tăng cao hàm lượng nguyên liệu tái chế từ phế thải các ngành công nghiệp, phế thải sinh hoạt đang ngày càng được triển khai mạnh mẽ. Đó là xu hướng phát triển của các vật liệu này ở Việt Nam trong thời gian tới.

Hiện nay, cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đã mở ra cho ngành sản xuất vật liệu xây dựng nhiều cơ hội trong việc nâng cao trình độ, năng lực sản xuất và cạnh tranh trong chuỗi giá trị toàn cầu. Ngành sản xuất vật liệu xây dựng sẽ góp phần quan trọng vào quá trình xây dựng đô thị thông minh, giá trị sản xuất của ngành cũng sẽ tăng trưởng dựa trên nền tảng của khoa học, công nghệ với những tính năng của vật liệu xây dựng công nghệ 3D, sản xuất và xây dựng theo công nghệ in 3D, dùng robot trong các công đoạn sản xuất, chế tạo, cho phép tiết kiệm được thời gian, nhân lực và nguyên liệu sản xuất. Việt Nam đang là một trong những nước

dẫn đầu về đầu tư cho cơ sở hạ tầng, đạt khoảng 5,7% GDP, cao nhất trong khu vực Đông Nam Á và đứng thứ hai tại châu Á sau Trung Quốc. Hàng loạt các công trình hạ tầng được khởi công xây dựng và hoàn thiện, hệ thống giao thông được mở rộng, các cảng biển, hàng không được nâng cấp tạo thuận lợi cho giao thông, vận tải nguyên, nhiên liệu sản xuất cũng như các loại sản phẩm vật liệu xây dựng. Bên cạnh thuận lợi, ngành sản xuất vật liệu cũng gặp phải không ít khó khăn về thị trường và tiêu thụ, sự cạnh tranh của hàng ngoại nhập...