

TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGUYỄN TẤT THÀNH
KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

ĐỀ TÀI:

**PHÂN TÍCH CHIẾN LƯỢC KINH DOANH TẠI CÔNG TY
CỔ PHẦN BÊ TÔNG HAMACO**

Giảng viên hướng dẫn:

ThS. LÊ MINH TRƯỜNG

Sinh viên thực hiện:

DƯƠNG QUỐC ĐẠT

MSSV: 2000002946

LỚP: 20DQT1D

TP.HCM - 2023

TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGUYỄN TẤT THÀNH
KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

ĐỀ TÀI:

**PHÂN TÍCH CHIẾN LƯỢC KINH DOANH TẠI CÔNG TY
CỔ PHẦN BÊ TÔNG HAMACO**

Giảng viên hướng dẫn:

ThS. LÊ MINH TRƯỜNG

Sinh viên thực hiện:

DƯƠNG QUỐC ĐẠT

MSSV: 2000002946

LỚP: 20DQT1D

TP.HCM - 2023

LỜI CẢM ƠN

Để hoàn thành tốt bài Khóa Luận Tốt Nghiệp của mình ngoài sự nỗ lực của bản thân cùng những kiến thức được tích lũy qua quá trình dài học tập trong nhà trường, còn có sự chỉ dạy nhiệt tình của các thầy cô trong khoa Quản Trị Kinh Doanh nói riêng và toàn thể thầy cô trong trường Đại học Nguyễn Tất Thành nói chung. Đặc biệt là sự chỉ dẫn nhiệt tình của thầy LÊ MINH TRƯỜNG trong suốt thời gian qua đã không ngừng chỉ dạy em, sửa tận tình cho bài Khóa Luận Tốt Nghiệp của em để em mở rộng kiến thức, khắc phục khó khăn và hoàn thành bài Khóa Luận của mình. Vì thế, em xin gửi đến quý thầy cô trong khoa Quản Trị Kinh Doanh trường Đại Học Nguyễn Tất Thành, đặc biệt nhất là thầy LÊ MINH TRƯỜNG lời cảm ơn sâu sắc, lời tri ân chân thành nhất.

Bên cạnh, em xin gửi lời cảm ơn chân thành đến Ban lãnh đạo, các cô chú, anh chị trong Công ty Cổ phần Bê Tông HAMACO. Và em cũng xin gửi lời cảm ơn sâu sắc đến chị Trần Thị Thi Thơ – Nhân viên phòng kinh doanh đã hướng dẫn tận tình cho số liệu và giúp đỡ em trong quá trình hoàn thành bài Khóa Luận Tốt Nghiệp.

Cuối cùng em xin chúc quý thầy cô trường Đại học Nguyễn Tất Thành sức khỏe, thành đạt hơn nữa và chúc quý Công ty Cổ phần Bê Tông HAMACO luôn phát triển bền vững.

Trân trọng cảm tạ!

TP.Hồ Chí Minh, ngày..... tháng năm 2023

Sinh viên thực hiện

(ký và ghi họ tên)

LỜI CAM ĐOAN

Em xin cam đoan bài Khóa Luận Tốt Nghiệp “Phân tích chiến lược kinh doanh của Công ty Cổ phần Bê tông HAMACO” là công trình nghiên cứu của riêng em. Các số liệu, kết quả trong Khóa Luận cáo này được thu thập và sử dụng một cách trung thực, chưa được trình bày hay công bố ở bất kỳ công trình nghiên cứu nào khác.

Em xin cam đoan rằng mọi sự giúp đỡ cho việc thực hiện bài Khóa Luận này đã được cảm ơn và các thông tin trích dẫn trong bài Khóa Luận đã được chỉ rõ nguồn gốc.

TP.Hồ Chí Minh, ngày..... tháng năm 2023

Sinh viên thực hiện

(ký và ghi họ tên)

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Trong điều kiện toàn cầu hóa hiện nay, những công ty thành công đã sẵn sàng đương đầu với những thay đổi và có định hướng chiến lược phát triển phù hợp với sự thay đổi đó. Hầu như không có công ty nào có thể tồn tại và phát triển lâu dài trên thị trường mà không có định hướng chiến lược kinh doanh đúng đắn cho sự phát triển của nó. Một chiến lược đúng đắn sẽ giúp cho doanh nghiệp phát huy được những điểm mạnh và khắc phục những điểm yếu của mình, đồng thời giúp doanh nghiệp tận dụng tốt các cơ hội và hạn chế các rủi ro có thể xảy ra. Trong điều kiện cạnh tranh ngày càng khốc liệt hiện nay, việc xây dựng một chiến lược đúng đắn sẽ giúp doanh nghiệp có được một lợi thế cạnh tranh bền vững nhằm duy trì sự tăng trưởng ổn định và phát triển bền vững.

Trong những năm gần đây nền kinh tế thị trường có nhiều biến động như hiện nay, đặc biệt là sau cuộc đại dịch Covid-19 vừa qua, nền kinh tế Thế giới nói chung và nền kinh tế Việt Nam nói riêng đã chịu ảnh hưởng rất lớn từ cuộc đại dịch này. Vì thế nền kinh tế nước ta cũng khó tránh khỏi những khó khăn trong quá trình hội nhập và mở cửa. Để có thể cạnh tranh các doanh nghiệp trong nước phải phấn đấu để tạo cho mình một vị thế nhất định, một thương hiệu trên thương trường. Trong giai đoạn tới, sự biến động trong môi trường kinh doanh quốc tế sẽ trở nên phức tạp và thay đổi không ngừng. Vấn đề này mang đến cho các doanh nghiệp của Việt Nam nhiều cơ hội phát triển đổi mới. Xong, nó cũng tồn tại không ít khó khăn và thách thức. Điều này đòi hỏi doanh nghiệp phải tạo cho mình thế đứng thật vững vàng và không ngừng đổi mới, phát triển theo sự vận động của thị trường. Muốn như thế, các doanh nghiệp cần phải có các chiến lược kinh doanh cho doanh nghiệp của mình phù hợp, nhạy bén với xu thế phát triển của thời đại. Thực tế đã chứng minh, nhiều doanh nghiệp đã không ngừng thành công và phát triển, đã đi sâu vào tâm trí của khách hàng với hình ảnh đẹp – danh tiếng vang dội bởi họ đã vạch ra và chọn cho mình chiến lược thật hoàn hảo, phù hợp với thời cuộc. Nhưng bên cạnh, lại có không ít doanh nghiệp chưa thật sự có những chiến lược kinh doanh phù hợp cho doanh nghiệp của mình và làm tình hình kinh doanh

sa sút, trì trệ thậm chí là phá sản, không còn vị trí đứng trên thương trường. Bởi vậy, chiến lược có vai trò rất quan trọng đối với các doanh nghiệp. Chiến lược vạch ra cho ta thấy rõ hướng đi của doanh nghiệp và là kim chỉ nam cho hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Hơn thế, chiến lược sẽ giúp doanh nghiệp tận dụng các cơ hội để nắm bắt thời cơ một cách hiệu quả, tạo ra lợi thế trong cạnh tranh. Song song đó, chiến lược còn giúp những nhà quản trị hiểu rõ và đưa ra những biện pháp khắc phục những nguy cơ bên ngoài cũng như những điểm yếu bên trong để doanh nghiệp phát triển tốt hơn, đạt được nhiều thành tích đáng kể.

Đối với các doanh nghiệp chiến lược kinh doanh có vai trò hết sức quan trọng, ảnh hưởng đến sự phát triển, tồn vong của doanh nghiệp. Không ngoại lệ, Công ty Cổ phần Bê Tông HAMACO đã được hình thành và hoạt động lâu dài. Tiếng vang của tên tuổi đã được đánh dấu và khắc sâu trong tâm trí khách hàng phía Nam, đặc biệt là Đồng Bằng sông Cửu Long. Uy tín của công ty ngày càng được nâng cao cùng với sự mở rộng quy mô hoạt động. Thế nhưng, sự biến động không ngừng của thị trường luôn tạo cho công ty nhiều khó khăn thách thức. Đồng thời, sức ép từ đối thủ cạnh tranh ngày càng gia tăng mãnh liệt. Điều này tạo nên vấn đề nan giải cho công ty. Với tiếng vang của tên tuổi Công ty Cổ phần Bê tông HAMACO và nhận thấy được sự phát triển của Công ty đi qua những giai đoạn khó khăn nhất nhưng Công ty vẫn giữ vững phong độ của mình và ngày càng phát triển đã làm cho bản thân em muốn được tìm hiểu và quan tâm về chiến lược của Công ty và muốn được học hỏi, nghiên cứu về chiến lược tuyệt vời này, cho nên em quyết định chọn đề tài: **“Phân tích chiến lược kinh doanh của Công ty Cổ phần Bê Tông HAMACO”**. Với mong muốn vận dụng kiến thức đã được học vào thực tiễn hoạt động của Công ty, để có thể tìm hiểu và nghiên cứu về chiến lược kinh doanh này, từ đó đề ra một số giải pháp để thực hiện chiến lược hiệu quả hơn trong tình hình hiện nay. Nhằm tạo cho Công ty có một hướng đi bền vững, phát triển lớn mạnh trong thời gian tới.

2. Mục tiêu nghiên cứu đề tài

2.1 Mục tiêu chung

Phân tích chiến lược kinh doanh của Công ty Cổ phần Bê tông HAMACO qua ba năm gần nhất (2019 – 2021) nhằm đánh giá tổng quan tình hình kinh doanh

của Công ty. Từ đó, đề xuất các giải pháp cụ thể để thực hiện chiến lược nhằm nâng cao kết quả kinh doanh của Công ty.

2.2 Mục tiêu cụ thể

Phân tích tổng quan về tình hình hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ Phần Bê tông HAMACO qua ba năm gần nhất (2019 – 2021), từ đó tìm ra điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức.

Xây dựng chiến lược và lựa chọn chiến lược kinh doanh ngành hàng bê tông.

Qua đó, đề ra các giải pháp thực hiện chiến lược kinh doanh ngành hàng bê tông của Công ty.

3. Phương pháp nghiên cứu

Đề tài sử dụng số liệu thứ cấp được lấy từ phòng kế toán của công ty Cổ phần Bê Tông HAMACO bao gồm: báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh: doanh thu, chi phí, lợi nhuận và một số thông tin khác. Bên cạnh còn thu thập số liệu qua internet, báo chí,...

Phương pháp chuyên gia: Sử dụng hỏi một hay nhóm người về một vấn đề mà người này biết rõ về nó, là chuyên gia. Cụ thể ở đây là phỏng vấn 5 chuyên gia trong công ty Cổ phần Bê Tông HAMACO về các ma trận SWOT và QSPM.

4. Phạm vi nghiên cứu

4.1 Phạm vi về không gian

Bài báo cáo được thực hiện tại Công ty Cổ phần Bê tông HAMACO. Địa chỉ: C22, Lê Hồng Phong, phường Bình Thủy, quận Bình Thủy. Tp. Cần Thơ.

4.2 Phạm vi về thời gian

Bài báo cáo được thực hiện trong thời gian thực tập tại Công ty từ ngày 28/04/2023 đến ngày 21/06/2023.

Số liệu sử dụng trong bài Báo cáo là số liệu của 3 năm 2019, 2020, 2021.

4.3 Đối tượng nghiên cứu

Chiến lược kinh doanh ngành hàng bê tông (bê tông tươi và bê tông ly tâm) tại Công ty Cổ phần Bê Tông HAMACO.

5. Kết cấu của khóa luận

Ngoài phần mở đầu và kết luận, phần nội dung Khóa luận gồm 3 chương:

Chương 1: Cơ sở lý luận về chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp.

Chương 2: Thực trạng hoạt động và chiến lược kinh doanh của Công ty Cổ phần bê tông HAMACO.

Chương 3: Nhận xét, đánh giá và đề xuất các giải pháp hoàn thiện chiến lược kinh doanh của Công ty Cổ phần bê tông HAMACO.