

# MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU.....	1
CH- ƠN G 1.....	3
CẠNH TRANH TRONG NỀN KINH TẾ THỊ TRƯỜNG - MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN.....	3
1.1. Một số lý thuyết về cạnh tranh trong nền kinh tế thị tr- ờng.....	3
1.1.1. Khái niệm cạnh tranh .....	3
1.1.2. Năng lực cạnh tranh và vai trò của nó trong nền kinh tế thị tr- ờng	4
1.1.2.1. Quan niệm về năng lực cạnh tranh trong nền kinh tế thị tr òng..	4
1.1.2.2. Vai trò của cạnh tranh trong nền kinh tế thị tr òng .....	5
1.1.3. Sự cần thiết khách quan phải nâng cao năng lực cạnh tranh của các DN SX-KD xi măng thuộc VICEM trong nền kinh tế thị tr- ờng.....	6
1.1.4 Một số nét về khả năng cạnh tranh của công ty xi măng Hải Phòng .	8
1.1.4.1 Về chất lượng sản phẩm .....	8
1.1.4.2 Về giá cả sản phẩm .....	8
1.1.4.3 Về thương hiệu sản phẩm .....	8
1.1.4.4 Về thị phần sản phẩm .....	9
CHƯƠNG 2.....	10
THỰC TRẠNG SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA CÔNG TY XI MĂNG HẢI PHÒNG.....	10
2.1. Vài nét về quá trình hình thành và phát triển của Công ty xi măng Hải Phòng.....	10
2.1.1 Quá trình hình thành và phát triển .....	11
2.1.2 Chức năng, nhiệm vụ của công ty xi măng Hải Phòng.....	12
2.1.3. Cơ cấu tổ chức của công ty xi măng Hải Phòng.....	13
2.1.4 Những thuận lợi và khó khăn của công ty xi măng Hải Phòng.....	18
2.1.4.1 Thuận lợi:.....	18
2.1.4.2. Khó khăn. ....	19
2.2. CÁC HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA CÔNG TY XI MĂNG HẢI PHÒNG .....	19
2.2.1. Hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty xi măng Hải Phòng....	19
2.2.1.1. Sản phẩm.....	19
2.2.1.2. Quy trình công nghệ sản xuất . ....	20

<b>2.3. THỰC TRẠNG TÌNH HÌNH SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA CÔNG TY XI MĂNG HẢI PHÒNG.....</b>	<b>22</b>
<b>2.3.1 Phân tích tài sản và nguồn vốn của công ty xi măng Hải Phòng thông qua Bảng cân đối kế toán.....</b>	<b>25</b>
<i>2.3.1.1. Đánh giá tình hình tài sản của công ty xi măng Hải Phòng.....</i>	<i>25</i>
<i>2.3.1.2. Đánh giá tình hình nguồn vốn.....</i>	<i>26</i>
<b>2.3.2. Phân tích hiệu quả hoạt động kinh doanh của công ty qua bảng kết quả hoạt động kinh doanh.....</b>	<b>27</b>
<b>2.3.3. Phân tích các hệ số tài chính đặc trưng để đánh giá tình hình tài chính công ty xi măng Hải Phòng.....</b>	<b>28</b>
<i>2.3.3.1. Phân tích các hệ số về khả năng thanh toán.....</i>	<i>28</i>
<i>2.3.3.2. Phân tích các hệ số phản ánh cơ cấu nguồn vốn và cơ cấu tài sản.....</i>	<i>31</i>
<i>2.3.3.3. Phân tích các chỉ số về hoạt động.....</i>	<i>34</i>
<i>2.3.3.4. Phân tích các chỉ tiêu sinh lời.....</i>	<i>37</i>
<b>CHƯƠNG 3.....</b>	<b>41</b>
<b>MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA CÔNG TY XI MĂNG HẢI PHÒNG.....</b>	<b>41</b>
<b>3.1. Thực trạng hoạt động của ngành công nghiệp xi măng.....</b>	<b>41</b>
<b>3.1.1 Năng lực sản xuất của các doanh nghiệp trong ngành.....</b>	<b>42</b>
<b>3.1.2 Những yếu tố ảnh hưởng tới năng lực sản xuất của doanh nghiệp..</b>	<b>43</b>
<b>3.1.3 Thị trường, thị phần và các yếu tố ảnh hưởng.....</b>	<b>44</b>
<b>3.1.4. Chiến lược ngành và Dự báo tăng trưởngChiến lược ngành.....</b>	<b>44</b>
<b>3.2 Một số biện pháp nâng cao năng lực cạnh tranh của công ty xi măng Hải Phòng.....</b>	<b>46</b>
<b>3.2.1 Giải pháp hoàn thiện và đổi mới công nghệ để nâng cao chất lượng sản phẩm.....</b>	<b>47</b>
<b>3.2.2 Giải pháp tiết kiệm chi phí để hạ giá thành sản phẩm.....</b>	<b>49</b>
<b>3.2.3 Giải pháp giữ vững và mở rộng thị phần.....</b>	<b>53</b>
<b>KẾT LUẬN.....</b>	<b>58</b>
<b>DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO.....</b>	<b>59</b>

## LỜI MỞ ĐẦU

Sau khi được công nhận là thành viên chính thức của WTO, kinh tế Việt Nam đã chuyển hẳn sang nền kinh tế thị trường. Với chính sách ngày càng thông thoáng, môi trường đầu tư ở Việt Nam ngày càng được cải thiện, tạo điều kiện thuận lợi cho các thành phần kinh tế được tự do phát triển. Không chỉ có các doanh nghiệp trong nước mà ngày càng có nhiều các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài hoạt động sản xuất kinh doanh tại Việt Nam. Điều đó đặt tất cả các doanh nghiệp trong một môi trường cạnh tranh đầy phức tạp và rủi ro. Hình thái và tính chất của cạnh tranh đang có sự thay đổi rõ rệt. Cạnh tranh giữa các doanh nghiệp trong nước với nhau, giữa doanh nghiệp trong nước với các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài, giữa các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài với nhau, giữa các doanh nghiệp hoạt động tại Việt Nam với các doanh nghiệp các nước trong khu vực. Trong điều kiện tự do hoá thương mại, cạnh tranh giữa các doanh nghiệp, về bản chất, là cuộc đua tranh giành giật thị phần.

Để có thể tồn tại và phát triển, các doanh nghiệp buộc phải áp dụng hàng loạt các giải pháp như đổi mới công nghệ, tổ chức quản lý sản xuất, mở rộng thị phần vv.. để nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh.

Hội nhập quốc tế càng sâu rộng, cạnh tranh sẽ ngày càng quyết liệt. Điều đó đặt ra cho các doanh nghiệp Việt Nam không ít khó khăn. Tại cuộc hội thảo về hội nhập thương mại toàn cầu tổ chức tháng 10/1999 tại thành phố Hồ Chí Minh, học giả Kenichi Ohno thuộc viện nghiên cứu Ngân hàng phát triển Châu Á, không phải ngẫu nhiên, đã chọn ngành xi măng Việt Nam làm một điển hình để phân tích. Trong những năm vừa qua, với sự mở cửa của nền kinh tế, đầu tư nước ngoài ồ ạt vào Việt Nam ở mọi lĩnh vực, trong đó có sản xuất và tiêu thụ xi măng, một vật liệu xây dựng đang có nhu cầu ngày càng cao của nền kinh tế. Lĩnh vực này đang diễn ra cuộc cạnh tranh với quy mô và cường độ ngày càng tăng. Ngành sản xuất xi măng Việt Nam đã và đang chấp nhận sự cạnh tranh quyết liệt giữa một bên là Tổng công ty xi măng Việt Nam (chủ quản là Bộ xây dựng) một bên là các liên doanh nước ngoài tại Việt Nam và rộng hơn nữa là ngành xi măng của các nước

trong khu vực. Công ty Xi măng Hải Phòng là một thành viên của Tổng công ty xi măng Việt Nam. Trong những năm qua, do chính sách mở cửa của Đảng và nhà nước, đầu tư nước ngoài vào lĩnh vực sản xuất và tiêu thụ xi măng ở Việt Nam ngày càng gia tăng. Thêm vào đó, lượng xi măng nhập khẩu từ bên ngoài vào nước ta bằng mọi con đường đã làm cho cuộc cạnh tranh trong lĩnh vực này trở nên nóng bỏng và gay gắt. Công ty xi măng Hải phòng cũng nằm trong trào lưu đó. Để tồn tại và phát triển, Công ty xi măng Hải Phòng phải tìm mọi cách để vươn lên, đứng vững trong cuộc cạnh tranh. Vì vậy, đề tài “ *Nâng cao năng lực cạnh tranh của công ty xi măng Hải Phòng trong bối cảnh kinh tế thị trường và hội nhập kinh tế quốc tế*” có ý nghĩa thực tiễn.

Ngoài lời mở đầu và kết luận, kết cấu của luận văn gồm 3 chương:

Chương 1: Cạnh tranh trong nền kinh tế thị trường- một số vấn đề lý luận.

Chương 2: Thực trạng sản xuất kinh doanh của công ty xi măng Hải Phòng.

Chương 3: Một số biện pháp nâng cao năng lực cạnh tranh của Công ty xi măng Hải Phòng

# CH- ỜNG 1

## CẠNH TRANH TRONG NỀN KINH TẾ THỊ TRƯỜNG - MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN.

### 1.1. Một số lý thuyết về cạnh tranh trong nền kinh tế thị tr- ờng.

#### 1.1.1. Khái niệm cạnh tranh

Cạnh tranh là một phạm trù kinh tế, hiện tượng tự nhiên, là mâu thuẫn quan hệ giữa các cá thể có chung một môi trường sống đối với điều kiện nào đó mà các cá thể cùng quan tâm. Trong hoạt động kinh tế, đó là sự ganh đua giữa các *chủ thể* kinh tế (nhà sản xuất, người tiêu dùng) nhằm giành lấy những vị thế tương đối trong sản xuất, tiêu thụ hàng hóa để thu được nhiều lợi ích nhất cho mình. Cạnh tranh có thể xảy ra giữa những nhà sản xuất với nhau hoặc có thể xảy ra giữa người sản xuất với người tiêu dùng khi người sản xuất muốn bán hàng hóa với giá cao, người tiêu dùng lại muốn mua được với giá thấp

Cạnh tranh, theo cách hiểu phổ thông nhất, là sự ganh đua về kinh tế giữa những chủ thể trong nền sản xuất hàng hoá nhằm giành giật những điều kiện thuận lợi trong sản xuất, tiêu thụ hoặc tiêu dùng hàng hoá để từ đó thu được nhiều lợi ích nhất cho mình. Cạnh tranh có thể xảy ra giữa người sản xuất với người tiêu dùng (Người sản xuất muốn bán đắt, người tiêu dùng muốn mua rẻ); giữa người tiêu dùng với nhau để mua được hàng rẻ hơn, tốt hơn; giữa những người sản xuất để có những điều kiện tốt hơn trong sản xuất và tiêu thụ. Có nhiều biện pháp cạnh tranh: cạnh tranh giá cả (giảm giá...) hoặc phi giá cả giá cả (quảng cáo...).

Dễ thấy, cạnh tranh là một quy luật kinh tế của sản xuất hàng hoá bởi thực chất nó xuất phát từ quy luật giá trị của sản xuất hàng hoá. Trong sản xuất hàng hoá, sự tách biệt tương đối giữa những người sản xuất, sự phân công lao động XH tất yếu dẫn đến sự cạnh tranh để giành được những điều kiện sản xuất thuận lợi hơn như nguồn nguyên liệu, nhân công rẻ, gần thị trường tiêu thụ, giao thông vận tải tốt, khoa học kỹ thuật phát triển... nhằm giảm mức hao phí lao động cá biệt thấp

hơn mức hao phí lao động xã hội cần thiết để thu được nhiều lãi. Khi còn sản xuất hàng hoá, còn phân công lao động thì cạnh tranh vẫn tồn tại. Vì vậy, cạnh tranh là một thuộc tính của kinh tế thị trường.

### **1.1.2. Năng lực cạnh tranh và vai trò của nó trong nền kinh tế thị trường**

#### ***1.1.2.1. Quan niệm về năng lực cạnh tranh trong nền kinh tế thị trường***

Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp là thể hiện thực lực và lợi thế của doanh nghiệp so với đối thủ cạnh tranh trong việc thoả mãn tốt nhất các đòi hỏi của khách hàng để thu lợi ngày càng cao hơn. Như vậy, năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp trước hết phải được tạo ra từ thực lực của doanh nghiệp. Đây là các yếu tố nội hàm của mỗi doanh nghiệp, không chỉ được tính bằng các tiêu chí về công nghệ, tài chính, nhân lực, tổ chức quản trị doanh nghiệp... một cách riêng biệt mà cần đánh giá, so sánh với các đối tác cạnh tranh trong hoạt động trên cùng một lĩnh vực, cùng một thị trường. Sẽ là vô nghĩa nếu những điểm mạnh và điểm yếu bên trong doanh nghiệp được đánh giá không thông qua việc so sánh một cách tương ứng với các đối tác cạnh tranh. Trên cơ sở các so sánh đó, muốn tạo nên năng lực cạnh tranh, đòi hỏi doanh nghiệp phải tạo lập được lợi thế so sánh với đối tác của mình. Nhờ lợi thế này, doanh nghiệp có thể thoả mãn tốt hơn các đòi hỏi của khách hàng mục tiêu cũng như lôi kéo được khách hàng của đối tác cạnh tranh.

Năng lực cạnh tranh của sản phẩm là khả năng sản phẩm đó tiêu thụ được nhanh trong khi có nhiều người cùng bán loại sản phẩm đó trên thị trường. Hay nói một cách khác, năng lực cạnh tranh của sản phẩm được đo bằng thị phần của sản phẩm đó; năng lực cạnh tranh của sản phẩm phụ thuộc vào chất lượng, giá cả, tốc độ cung cấp, dịch vụ đi kèm, uy tín của người bán, thương hiệu, quảng cáo, điều kiện mua bán, v.v.....

Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp là khả năng doanh nghiệp tạo ra được lợi thế cạnh tranh, có khả năng tạo ra năng suất và chất lượng cao hơn đối thủ cùng loại, chiếm lĩnh thị phần lớn, tạo ra thu nhập cao và phát triển bền vững.

Thực tế cho thấy, không một doanh nghiệp nào có khả năng thoả mãn đầy đủ tất cả những yêu cầu của khách hàng. Thông thường, nếu một doanh nghiệp có lợi

thể về mặt này lại hạn chế về mặt khác. Vấn đề cơ bản là, doanh nghiệp phải nhận biết được điều này và cố gắng phát huy tốt những điểm mạnh mà mình đang có để đáp ứng tốt nhất những đòi hỏi của khách hàng. Những điểm mạnh và điểm yếu bên trong một doanh nghiệp được biểu hiện thông qua các lĩnh vực hoạt động chủ yếu của doanh nghiệp như marketing, tài chính, sản xuất, nhân sự, công nghệ, quản trị, hệ thống thông tin... Tuy nhiên, để đánh giá năng lực cạnh tranh của một doanh nghiệp, cần phải xác định được các yếu tố phản ánh năng lực cạnh tranh từ những lĩnh vực hoạt động khác nhau và cần thực hiện việc đánh giá bằng cả định tính và định lượng. Các doanh nghiệp hoạt động sản xuất kinh doanh ở những ngành, lĩnh vực khác nhau có các yếu tố đánh giá năng lực cạnh tranh khác nhau. Mặc dù vậy, vẫn có thể tổng hợp được các yếu tố đánh giá năng lực cạnh tranh của một doanh nghiệp bao gồm: giá cả sản phẩm và dịch vụ; chất lượng sản phẩm và bao gói; kênh phân phối sản phẩm và dịch vụ bán hàng; thông tin và xúc tiến thương mại; năng lực nghiên cứu và phát triển; thương hiệu và uy tín của doanh nghiệp; trình độ lao động; thị phần sản phẩm doanh nghiệp và tốc độ tăng trưởng thị phần; vị thế tài chính; năng lực tổ chức và quản trị doanh nghiệp

### ***1.1.2.2. Vai trò của cạnh tranh trong nền kinh tế thị trường***

Cạnh tranh có vai trò rất quan trọng và là một trong những động lực mạnh mẽ nhất thúc đẩy sản xuất phát triển. Nó buộc người sản xuất phải năng động, nhạy bén, tích cực nâng cao tay nghề, cải tiến kỹ thuật, áp dụng khoa học công nghệ, hoàn thiện tổ chức quản lý để nâng cao năng suất lao động, hiệu quả kinh tế. Đó chính là cạnh tranh lành mạnh. Ở đâu thiếu cạnh tranh hoặc có biểu hiện độc quyền thì thường trì trệ, kém phát triển

Bên cạnh mặt tích cực, cạnh tranh cũng có những tác dụng tiêu cực thể hiện ở cạnh tranh không lành mạnh như những hành động vi phạm đạo đức kinh doanh như vi phạm pháp luật (buôn lậu, trốn thuế, tung tin phá hoại...) hoặc những hành vi cạnh tranh làm phân hoá giàu nghèo, tổn hại môi trường sinh thái.

Cạnh tranh có vai trò quan trọng trong nền sản xuất hàng hóa nói riêng, và trong lĩnh vực kinh tế nói chung, là động lực thúc đẩy sản xuất phát triển, góp phần

vào sự phát triển kinh tế. Cạnh tranh mang lại nhiều lợi ích, đặc biệt cho người tiêu dùng. Người sản xuất phải tìm mọi cách để làm ra sản phẩm có chất lượng hơn, đẹp hơn, có chi phí sản xuất rẻ hơn, có hàm lượng khoa học, công nghệ nhiều hơn... để đáp ứng nhu cầu thị hiếu của người tiêu dùng. Cạnh tranh, làm cho người sản xuất năng động hơn, nhạy bén hơn, nắm bắt tốt hơn nhu cầu của người tiêu dùng, thường xuyên cải tiến kỹ thuật, áp dụng những tiến bộ khoa học công nghệ, các nghiên cứu thành công mới nhất vào trong sản xuất, hoàn thiện cách thức tổ chức trong sản xuất, trong quản lý sản xuất để nâng cao năng suất, chất lượng và hiệu quả kinh tế.

Ngoài mặt tích cực, cạnh tranh cũng đem lại những hệ quả không mong muốn về mặt xã hội. Nó làm thay đổi cấu trúc xã hội trên phương diện sở hữu của cải, phân hóa mạnh mẽ giàu nghèo, có những tác động tiêu cực khi cạnh tranh không lành mạnh, dùng các thủ đoạn vi phạm pháp luật hay bất chấp pháp luật. Vì lý do trên cạnh tranh kinh tế bao giờ cũng phải được điều chỉnh bởi các định chế xã hội, sự can thiệp của nhà nước

### **1.1.3. Sự cần thiết khách quan phải nâng cao năng lực cạnh tranh của các DN SX-KD xi măng thuộc VICEM trong nền kinh tế thị trường.**

- Do yêu cầu của bản thân các DN SX-KD xi măng thuộc VICEM phải tồn tại và phát triển trong sự cạnh tranh gay gắt của nền KTTT.

Từ khi Đảng và nhà nước thực hiện chính sách mở cửa nền kinh tế, đẩy mạnh thu hút đầu tư nước ngoài, khuyến khích các thành phần kinh tế được tự do phát triển, cũng như nhiều lĩnh vực khác của nền kinh tế, lĩnh vực sản xuất và cung ứng xi măng ngày càng có nhiều đối tác tham gia, cả trong nước lẫn nhà đầu tư nước ngoài. Điều đó đã dẫn làm cho thị trường sản xuất và cung ứng xi măng, vốn dĩ trước đây là lĩnh vực độc quyền nhóm đã dần dần trở thành thị trường cạnh tranh hoàn hảo. Tình hình đó làm cho các doanh nghiệp sản xuất và cung ứng xi măng thuộc VICEM phải đối mặt với cuộc cạnh tranh rất gay gắt, buộc các doanh nghiệp phải xây dựng chiến lược kinh doanh phù hợp trong kinh tế thị trường và hội nhập kinh tế quốc tế.



- Do yêu cầu đòi hỏi của sự nghiệp công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước, các DN SX-KD xi măng thuộc VICEM phải nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường.

Trong những năm qua, tiến trình đẩy mạnh công nghiệp hoá, hiện đại hoá ở nước ta hiện nay đang ra cả về chiều rộng lẫn chiều sâu. Việc tăng cường đẩy mạnh xây dựng cơ sở hạ tầng kinh tế xã hội, quá trình đô thị hoá diễn ra với tốc độ cao đã làm phát sinh nhu cầu về nguyên liệu xây dựng rất lớn trong đó có xi măng, một loại nguyên liệu chủ lực của ngành xây dựng mà cho đến nay vẫn chưa có loại nguyên liệu thay thế. Nắm bắt được nhu cầu này, các doanh nghiệp sản xuất xi măng trong nước, một mặt nâng cao và mở rộng công suất để gia tăng khối lượng sản phẩm, mặt khác tiếp tục đổi mới công nghệ để nâng cao chất lượng sản phẩm. Các doanh nghiệp đầu tư nước ngoài ngày càng tham gia mạnh mẽ vào lĩnh vực này. Về ngắn hạn, thị trường xi măng ở Việt Nam hiện còn rất nhiều tiềm năng chưa được khai thác hết. Do vậy để nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh, các doanh nghiệp SX-KD xi măng VICEM cần phải áp dụng nhiều biện pháp để nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường.

- Do yêu cầu của các DN SX-KD xi măng thuộc VICEM phải tận dụng cơ hội và vượt qua những thách thức trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế.

Trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, các doanh nghiệp sản xuất xi măng Việt Nam phải đối mặt với hai vấn đề. Đó là phải chấp nhận cạnh tranh theo cả chiều dọc và theo chiều ngang. Về chiều dọc, ngay bản thân các doanh nghiệp sản xuất và cung ứng xi măng thuộc VICEM cũng phải cạnh tranh với nhau. Đây là phản ứng tự nhiên nhằm phá vỡ thế độc quyền mà bất kỳ một doanh nghiệp nào có ý đồ muốn xác lập. Về chiều ngang, các doanh nghiệp thuộc VICEM phải cạnh tranh với các doanh nghiệp ngoài VICEM, trong đó có các công ty có vốn đầu tư nước ngoài có tiềm lực tài chính mạnh và công nghệ sản xuất hiện đại với chi phí sản xuất tối ưu. Thêm vào đó, chính sách tự do hoá thương mại đã làm cho xi măng của một số nước trong khu vực như Trung Quốc, Thái Lan v.v... tràn vào Việt Nam bằng đủ mọi con đường đã làm cho lĩnh vực sản xuất và kinh doanh mặt hàng này trở nên quyết liệt. Để tiếp tục tồn tại và phát triển, con đường duy nhất là phải nâng cao năng lực cạnh tranh.

## **1.1.4 Một số nét về khả năng cạnh tranh của công ty xi măng Hải Phòng**

### ***1.1.4.1 Về chất lượng sản phẩm***

Công ty xi măng Hải Phòng với thương hiệu “Con rồng xanh - Bền vững qua các thế kỉ” hơn 100 năm tồn tại và phát triển đã khẳng định được uy tín về chất lượng sản phẩm của mình trên thị trường. Với lợi thế gần nguồn nguyên liệu tốt nhất Việt Nam hiện nay - mỏ núi đá Tràng Kênh – Minh Đức, dây chuyền công nghệ hiện đại của Đan Mạch (sử dụng công nghệ theo phương pháp khô) vừa thân thiện với môi trường vừa nâng cao chất lượng sản phẩm.

### ***1.1.4.2 Về giá cả sản phẩm***

Xi măng là một mặt hàng nằm trong danh mục quản lý giá của Nhà nước nhằm bình ổn thị trường nên việc điều chỉnh giá là vấn đề nhạy cảm. Song dưới sức ép cạnh tranh khốc liệt của nền kinh tế thị trường, các doanh nghiệp phải tạo cho mình những vũ khí cạnh tranh và giá là một trong những vũ khí hiệu quả để nâng cao năng lực cạnh tranh ở thị trường Việt Nam.

Giá xi măng trong những năm gần đây có nhiều biến động do giá nguyên liệu đầu vào luôn thay đổi. Cụ thể đối với công ty xi măng Hải Phòng, năm vừa qua do giá xăng dầu tăng, giá thuốc nổ tăng, giá than và điện tăng 15%, tỷ giá đô la cũng biến động khó lường, nên giá bán sản phẩm cũng có xu hướng tăng tương ứng khoảng 4 - 5%. Tuy nhiên nhìn trên mặt bằng chung giá của công ty vẫn có sức cạnh tranh trên thị trường.

### ***1.1.4.3 Về thương hiệu sản phẩm***

Với niềm tự hào là nhà máy xi măng đầu tiên tại Việt Nam với hơn 100 năm tồn tại và phát triển, xi măng Hải Phòng đã có được chỗ đứng trong lòng người tiêu dùng. Sản phẩm của công ty được mọi người biết đến qua hình ảnh “Con Rồng Xanh” bền vững dẻo dai trong mọi hoàn cảnh. Thương hiệu được biết đến nhiều cũng là một lợi thế cạnh tranh của công ty. Hiện nay để quảng bá thương hiệu của mình công ty đã tài trợ cho đội bóng đá cảng với tên gọi “xi măng Hải Phòng” và đẩy mạnh quảng cáo để đưa hình ảnh công ty đến với người tiêu dùng rộng rãi hơn nữa.

***1.1.4.4 Về thị phần sản phẩm***

Sản phẩm của công ty chủ yếu được tiêu thụ tại thị trường miền Bắc và miền Trung, cụ thể tại thị trường miền Bắc chiếm khoảng 25%, miền Trung khoảng 3% và miền Nam khoảng 2%. Trong đó các thị trường Hải Phòng, Thái Bình, Nam Định... chiếm khoảng 70% ,các thị trường khác khoảng 30% và sản phẩm tiêu thụ chủ yếu là xi măng PCB30, PCB40.

Nhìn chung công ty đang có được chỗ đứng trên thị trường và là một doanh nghiệp tiềm năng. Công ty có thể đẩy mạnh chiến lược mở rộng thị phần xuống các tỉnh phía Nam tránh hiện tượng “thừa cục bộ ở miền Bắc, thiếu cục bộ ở miền Nam”.

## CHƯƠNG 2

### THỰC TRẠNG SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA CÔNG TY XI MĂNG HẢI PHÒNG

#### 2.1. Vài nét về quá trình hình thành và phát triển của Công ty xi măng Hải Phòng

Trước xu thế hội nhập và phát triển mạnh mẽ của đất nước trong các sân chơi lớn của nền kinh tế thế giới và khu vực như WTO, AFTA, ASEM, ASEAN..., các Doanh nghiệp Việt Nam đang có những bước đột phá lớn, góp phần vô cùng quan trọng thúc đẩy nền kinh tế. Trong đó phải kể đến các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh vật liệu xây dựng, đặc biệt là ngành sản xuất xi măng.

Công cuộc công nghiệp hoá hiện đại hoá đất nước gắn liền với sự phát triển nhanh chóng của các công trình xây dựng cơ sở hạ tầng kinh tế kỹ thuật như hệ thống giao thông, cảng biển, hàng không, điện, nước, các nhà máy xí nghiệp, cùng với tốc độ đô thị hoá rất nhanh đã khiến cho xi măng trở thành một sản phẩm vô cùng quan trọng trong đời sống kinh tế xã hội. Sản xuất xi măng trở thành lĩnh vực kinh doanh quan trọng đem lại hiệu quả kinh tế cao, có ý nghĩa chiến lược trong quá trình phát triển kinh tế xã hội của đất nước.

Những năm trở lại đây, sản xuất xi măng đã đạt được những thành tựu to lớn, có những bước tiến đáng kể cả về sản lượng và chất lượng, từng bước đáp ứng đầy đủ nhu cầu của thị trường.

Công ty xi măng Hải Phòng thuộc Tổng công ty công nghiệp xi măng Việt Nam (VICEM) với bề dày 110 năm phát triển đã phát huy tinh thần chủ động, sáng tạo đạt được những tiến bộ vượt bậc, giữ vững vai trò chủ đạo, ổn định giá cả thị trường, mở rộng mạng lưới cung cấp xi măng vừa phục vụ cho những công trình xây dựng lớn mang tầm chiến lược của quốc gia, vừa đáp ứng nhu cầu dân sinh. Với biểu tượng “Con Rồng Xanh”, xi măng Hải Phòng xứng đáng là chiếc nôi đầu tiên của ngành xi măng Việt Nam

## MỘT SỐ THÔNG TIN CƠ BẢN VỀ CÔNG TY

Tên giao dịch: CÔNG TY XI MĂNG HẢI PHÒNG

Địa chỉ: Tràng Kênh – Minh Đức - Thủy Nguyên - Hải Phòng

Mã số thuế: 0200155219

Ngành nghề kinh doanh: sản xuất cung ứng xi măng

### 2.1.1 Quá trình hình thành và phát triển

Tiền thân của công ty xi măng Hải Phòng là nhà máy xi măng Hải Phòng được khởi công xây dựng vào ngày 25/12/1899 trên vùng ngã ba sông Cấm và kênh đào Hạ lý Hải Phòng. Đây là nhà máy xi măng lớn đầu tiên tại Đông Dương được người Pháp khởi công xây dựng. Trong thời kỳ Pháp thuộc, xi măng Hải Phòng là cơ sở duy nhất ở Đông Dương sản xuất xi măng phục vụ chính cho chính sách khai thác thuộc địa của thực dân Pháp.

Đến năm 1955, Chính phủ cách mạng tiếp quản và đưa vào khai thác sử dụng, sản lượng cao nhất trong thời kỳ Pháp thuộc là 39 vạn tấn.

Đến năm 1961, Nhà máy khởi công xây dựng mới 2 dây chuyền lò quay.

Đến năm 1964, với toàn bộ dây chuyền 7 lò quay, nhà máy đã sản xuất được 592.055 tấn xi măng, là mức cao nhất trong những năm hòa bình ở miền Bắc. Với sự giúp đỡ của nước bạn Rumani, năm 1969 nhà máy sửa chữa và xây dựng được 3 lò nung mới. Thời kỳ này sản lượng cao nhất là 67 vạn tấn. Tháng 8 năm 1993 theo quyết định của Nhà nước sáp nhập nhà máy xi măng Hải Phòng với số vốn điều lệ là 76.911.593 triệu, với ngành nghề sản xuất, kinh doanh xi măng vận tải, sửa chữa, khai thác đá.

Năm 1997, do dây chuyền sản xuất xi măng đã quá lạc hậu, bụi xi măng làm ảnh hưởng đến môi trường thành phố, công ty xi măng Hải Phòng được Chính Phủ quyết định cho chuyển đổi sản xuất, đầu tư xây dựng nhà máy mới tại vùng đá Tràng Kênh - Minh Đức - Thủy Nguyên - HP.

Ngày 30/11/2005, lò nung clinker của nhà máy xi măng Hải Phòng được hoàn thành đưa vào sản xuất. Ngày 24/01/2006, lò nung nhà máy cũ dừng hoạt động.

Tiếp đó, ngày 12/05/2006, hệ thống nghiền đóng bao của nhà máy được khánh thành và đưa vào sản xuất, dây chuyền nhà máy mới đi vào hoạt động đồng bộ. Ngày 31/05/2006, hệ thống nghiền xi măng nhà máy cũ dừng hoạt động. Theo thông báo số 866/XMHP-KH ngày 27/05/2006, công ty xi măng Hải Phòng quyết định chấm dứt toàn bộ hoạt động sản xuất tại nhà máy cũ ở số 1 đường Hà Nội thành phố Hải Phòng, chuyển về hoạt động tại nhà máy mới nằm trên địa bàn thị trấn Minh Đức - Thủy Nguyên - Hải Phòng.

Hiện nay công ty đang triển khai thực hiện các phương án để mở rộng thị trường nhằm tiêu thụ hết công suất 1,8 triệu tấn/năm.

### **2.1.2 Chức năng, nhiệm vụ của công ty xi măng Hải Phòng.**

#### *Chức năng.*

Sản xuất, cung ứng xi măng đen Vicem PCB30, PCB40 biểu tượng “ Con Rồng xanh” cho các công trình xây dựng, các đại lý bán buôn, bán lẻ trên khu vực thành phố Hải Phòng và các tỉnh, thành phố lân cận.

Sản phẩm của công ty mang tính chất đặc trưng vì vậy công ty chủ yếu tập trung nâng cao dây chuyền công nghệ sản xuất, chất lượng sản phẩm đáp ứng nhu cầu của thị trường.

#### *Nhiệm vụ.*

Đảm bảo giá thành, chất lượng và số lượng sản phẩm cung cấp.

Không ngừng cải tiến, nâng cao chất lượng sản phẩm đáp ứng yêu cầu của khách hàng.

Không ngừng bồi dưỡng nâng cao trình độ nghiệp vụ, tay nghề cho cán bộ công nhân viên của công ty.

Mở rộng và phát triển kinh doanh, thực hiện đầy đủ các nghĩa vụ đối với Nhà nước.

Luôn trang bị đầy đủ bảo hộ lao động cho cán bộ công nhân viên, bảo đảm an toàn về hàng hóa, an toàn lao động trong sản xuất, vận chuyển, an toàn tính mạng cho người lao động với phương châm “ an toàn là trên hết”.

Đặc biệt chú trọng đầu tư trang thiết bị hiện đại đạt tiêu chuẩn ISO, đảm bảo mọi công tác phòng cháy chữa cháy, thực hiện an toàn lao động.

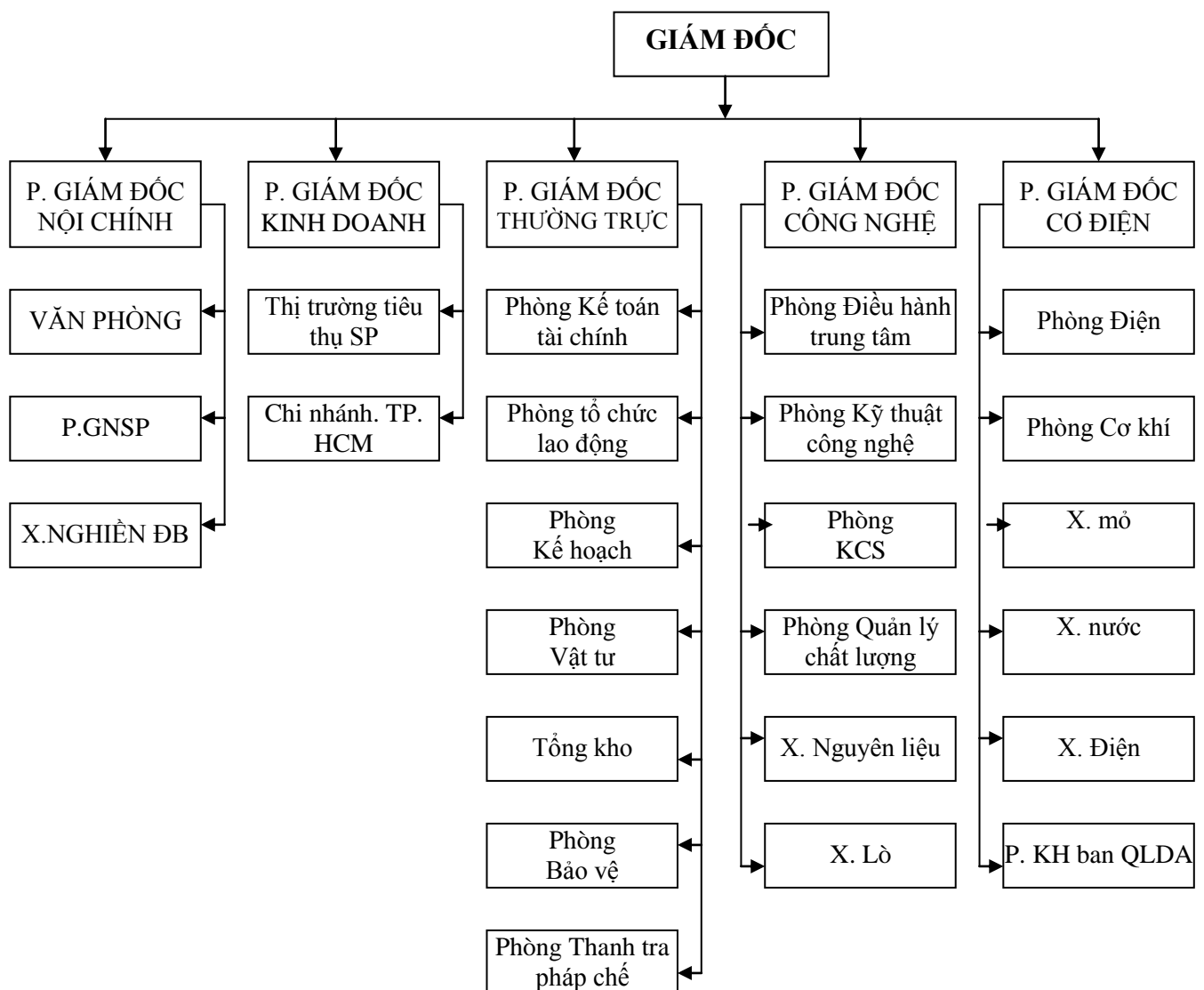
Chú trọng đầu tư những trang thiết bị an toàn, thân thiện với môi trường để bảo vệ môi trường đảm bảo đúng tiêu chuẩn quy định.

### 2.1.3. Cơ cấu tổ chức của công ty xi măng Hải Phòng.

#### *Sơ đồ bộ máy quản lý.*

Để đảm bảo cho hoạt động sản xuất kinh doanh có hiệu quả và quản lý tốt quá trình sản xuất kinh doanh, công ty xi măng Hải Phòng được xây dựng với bộ máy quản lý rất khoa học phù hợp với đặc điểm, chức năng và quy mô kinh doanh của công ty.

*Cơ cấu tổ chức của công ty được thể hiện bằng sơ đồ sau:*



***Chức năng và nhiệm vụ của các bộ phận.******Giám đốc công ty :***

Là người đại diện hợp pháp của công ty trước pháp luật. Là chủ tài khoản thứ nhất, là chủ đầu tư kiêm Trưởng ban quản lý dự án nhà máy xi măng Hải Phòng mới. Là người đại diện cho công ty xi măng Hải Phòng để giao dịch, đàm phán, giải quyết mọi vấn đề liên quan đến công ty.

Phụ trách chung về toàn bộ hoạt động của công ty và trực tiếp phụ trách các lĩnh vực tổ chức cán bộ, lao động tiền lương, tài chính, kế hoạch của công ty.

***Phó giám đốc cơ điện:***

Trực tiếp chỉ đạo khối sản xuất: phòng kỹ thuật cơ điện, phòng an toàn lao động và môi trường, phân xưởng cơ khí, phòng vật tư, phân xưởng điện tự động, phòng bảo vệ - quân sự, xưởng nước, tổng kho, ban xử lý tài sản.

***Phó giám đốc công nghệ:***

Trực tiếp chỉ đạo khối kỹ thuật và các phòng ban như phòng kỹ thuật công nghệ, phòng thí nghiệm KCS, phòng điều hành trung tâm, xưởng mỏ, xưởng lò, xưởng nguyên liệu.

***Phó giám đốc kinh doanh:***

Chịu trách nhiệm trong việc kinh doanh của công ty, chịu trách nhiệm quản lý các phòng ban như: phòng kế hoạch, trung tâm tiêu thụ, phòng giao nhận sản phẩm, xưởng nghiền đóng bao.

***Các phòng ban gồm***

Phòng kỹ thuật công nghệ: giúp giám đốc quản lý chuyên sâu về lĩnh vực công nghệ, tiến bộ kỹ thuật để tổ chức sản xuất các chủng loại xi măng.

Phòng thí nghiệm KCS: là phòng thí nghiệm để kiểm tra, đánh giá chất lượng sản xuất xi măng trên dây chuyền sản xuất của công ty. Quản lý chất lượng đầu vào, chất lượng các bán thành phẩm, các chủng loại xi măng xuất xưởng, giải quyết tranh chấp chất lượng hàng hoá.



Phòng điều hành trung tâm: quản lý tài sản lao động, phối hợp với các đơn vị liên quan tổ chức vận hành cục bộ riêng lẻ hay đồng bộ các thiết bị máy móc của từng công đoạn trong dây chuyền sản xuất chính.

Phòng tổ chức lao động: có chức năng tổ chức quản lý lao động, đào tạo pháp chế, tiền lương và các chế độ chính sách đối với người lao động nhằm phục vụ nhiệm vụ sản xuất kinh doanh đạt hiệu quả cao nhất.

Phòng kế toán thống kê tài chính: là phòng nghiệp vụ có chức năng quản lý tài chính và giám sát mọi hoạt động kinh tế, tài chính trong công ty, tổ chức chỉ đạo và thực hiện toàn bộ công tác kế toán, thống kê thông tin kinh tế và hạch toán kinh tế. Kiểm soát kinh tế nhà nước tại công ty thông qua công tác thông kê, kế toán các hoạt động kinh tế của các đơn vị giúp giám đốc chỉ đạo sản xuất kinh doanh đạt hiệu quả tốt nhất.

Văn phòng: là phòng tham mưu giúp giám đốc quản lý tổ chức thực hiện các lĩnh vực công tác văn thư - lưu trữ, hành chính, quản trị, văn hóa thông tin.

Phòng kỹ thuật cơ điện: giúp Giám đốc và Phó giám đốc cơ điện quản lý chuyên sâu về kỹ thuật cơ điện trong xây dựng lắp đặt mới, sửa chữa, bảo dưỡng, vận hành máy móc thiết bị cơ - điện nhằm đảm bảo các thiết bị cơ điện hoạt động bình thường, ổn định, chạy dài ngày phục vụ sản xuất kinh doanh của công ty đạt hiệu quả cao nhất.

Phòng an toàn lao động và môi trường: giúp Giám đốc về công tác an toàn vệ sinh lao động, phòng chống cháy nổ và môi trường.

Phòng vật tư: tham mưu cho Giám đốc về hoạt động mua sắm và tiếp nhận vật tư thiết bị, phụ tùng và nguyên nhiên vật liệu hàng hóa đầu vào phục vụ cho sản xuất kinh doanh của công ty.

Phòng bảo vệ quân sự: tham mưu cho Đảng bộ - Giám đốc công ty xây dựng các kế hoạch, phương án bảo vệ an ninh chính trị, trật tự trị an, bảo vệ tài sản của công ty, xây dựng và tổ chức hoạt động phong trào quần chúng bảo vệ an ninh tổ quốc.

Phòng giao nhận sản phẩm: tham mưu cho Giám đốc và chịu sự chỉ đạo điều hành trực tiếp của phó giám đốc kinh doanh về công tác giao nhận sản phẩm. Quản lý xuất xi măng bao, xi măng bột, clinker cho khách hàng. Tiếp nhận bán thành phẩm công ty mua về để sản xuất ra sản phẩm phục vụ nhu cầu khách hàng.

Phòng kế hoạch: tổng hợp tham mưu cho lãnh đạo công ty trong việc xây dựng kế hoạch sản xuất kinh doanh dài hạn, trung hạn và ngắn hạn. Đôn đốc và giám sát việc thực hiện kế hoạch sản xuất kinh doanh đạt hiệu quả cao nhất.

Trung tâm tiêu thụ: là phòng nghiệp vụ tham mưu cho giám đốc và chịu sự điều hành trực tiếp của phó giám đốc kinh doanh về công tác kinh doanh tiêu thụ sản phẩm.

Ban quản lý dự án: là đơn vị tham mưu cho công tác kế hoạch, báo cáo thống kê, các thủ tục đầu tư xây dựng và tham mưu thực hiện toàn bộ công tác kỹ thuật thi công trên công trường, chịu trách nhiệm về chất lượng các công trình xây dựng của công ty xi măng Hải Phòng mới theo quy định hiện hành của Nhà nước.

- 4 phân xưởng chính:

+ Phân xưởng nguyên liệu: quản lý toàn bộ tài sản, vật tư, lao động tổ chức vận hành các thiết bị từ trạm đá vôi, đá sét, hệ thống thiết bị vận chuyển đến kho đồng nhất, hệ thống cấp phụ gia điều chỉnh nguyên vật liệu. Đồng thời phối hợp với phòng điều hành trung tâm tổ chức hệ thống vận hành thiết bị nguyên liệu và đồng nhất bột liệu trong phạm vi xưởng quản lý đảm bảo các thiết bị hoạt động liên tục, đồng bộ, an toàn nhằm đáp ứng yêu cầu sản xuất clinker với hiệu quả cao nhất.

+ Phân xưởng mỏ: khai thác, bốc xúc và vận chuyển cung cấp đá vôi cho trạm đập đá của xưởng nguyên liệu. Quản lý vận hành, sửa chữa, bảo dưỡng các loại máy xúc, máy gạt, máy khoan đảm bảo thiết bị hoạt động ổn định đạt năng suất cao.

+ Phân xưởng lò: quản lý thiết bị tại công đoạn lò, tham gia sản xuất ra sản phẩm clinker theo kế hoạch của công ty giao, đảm bảo chất lượng theo tiêu chuẩn kỹ thuật.

+ Phân xưởng nghiền đóng bao: quản lý toàn bộ tài sản, lao động để phối hợp với phòng điều hành trung tâm tổ chức vận hành hệ thống thiết bị từ khâu vận chuyển clinker, thạch cao, phụ gia tới thiết bị nghiền, vận chuyển xi măng bột vào két chứa đồng, đóng bao xi măng đồng thời phối hợp với phòng kinh doanh để tổ chức xuất hàng ra bán.

- 3 phân xưởng phụ trợ:

+ Phân xưởng cơ khí: có chức năng gia công, chế tạo, sửa chữa phục hồi các máy móc thiết bị thuộc lĩnh vực cơ khí nhằm đảm bảo các thiết bị hoạt động ổn định, an toàn đạt hiệu quả cao nhất.

+ Phân xưởng điện tự động hóa: quản lý toàn bộ tài sản và tổ chức vận hành, sửa chữa các thiết bị thuộc hệ thống cung cấp điện, hệ thống máy lạnh và hệ thống đo lường điều khiển đảm bảo cung cấp điện cho các thiết bị hoạt động đồng bộ, an toàn với năng suất chất lượng và hiệu quả cao.

+ Phân xưởng nước sửa chữa công trình: quản lý toàn bộ tài sản, hệ thống cấp nước phục vụ sản xuất kinh doanh và sinh hoạt của cán bộ công nhân viên trong nội bộ công ty. Tổ chức sửa chữa nhỏ vật kiến trúc trong công ty, sửa chữa lò nung clinker và thực hiện công tác vệ sinh công nghiệp mặt bằng toàn công ty.

- Tổng kho: quản lý, cấp phát, thu hồi vật tư, bảo quản thiết bị, phụ tùng, nguyên vật liệu và các mặt hàng khác phục vụ cho sản xuất kinh doanh của công ty.

### **Hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty.**

Công ty xi măng Hải Phòng với nhãn hiệu “ Con Rồng xanh” là một trong những doanh nghiệp nhà nước chuyên sản xuất và cung ứng xi măng cho thị trường Hải Phòng và các tỉnh, thành phố lân cận. Công ty đang triển khai thực hiện các phương án để mở rộng thị trường nhằm tiêu thụ hết công suất hơn 1,8 triệu tấn/năm.

Trong quá trình hoạt động sản xuất kinh doanh công ty luôn chú trọng đến vấn đề đầu tư dây chuyền công nghệ sản xuất, máy móc thiết bị hiện đại, thân thiện với môi trường.

Luôn nâng cao bồi dưỡng tay nghề cho cán bộ công nhân viên, luôn ý thức trách nhiệm đảm bảo an toàn trong sản xuất nhằm nâng cao hiệu quả công việc. Hiện nay, với đội ngũ cán bộ nhân viên khoảng trên 1200 người làm việc tại các khu vực chính: nhà máy xi măng tại Minh Đức - Thủy Nguyên - Hải Phòng, trung tâm tiêu thụ tại Hải Phòng, chi nhánh công ty xi măng Hải Phòng tại thành phố Hồ Chí Minh, chi nhánh tại Thái Bình, Câu lạc bộ bóng đá xi măng Hải Phòng. Công ty đã tạo một môi trường làm việc an toàn, hấp dẫn, tạo cơ hội phát triển nghề nghiệp cho từng cá nhân và đóng góp tích cực vào các hoạt động vì sự phát triển cộng đồng.

Sản phẩm của công ty mang tính chất đặc trưng vì vậy công ty luôn tập trung vào nâng cao chất lượng sản phẩm, tiết kiệm chi phí để có giá bán cạnh tranh trên thị trường nhằm đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

#### **2.1.4 Những thuận lợi và khó khăn của công ty xi măng Hải Phòng.**

##### **2.1.4.1 Thuận lợi:**

- Công ty xi măng Hải Phòng hoạt động trong ngành nghề sản xuất xi măng từ rất lâu đời, với bề dày 110 năm hình thành và phát triển, với biểu tượng “ Con Rồng xanh”, xi măng Hải Phòng đã tạo được chỗ đứng vững chắc trên thị trường và trong lòng người tiêu dùng.

- Công ty xi măng Hải Phòng có vị trí gần nguồn nguyên liệu đá vôi Tràng Kênh - Minh Đức vì vậy thuận tiện cho việc vận chuyển nguyên liệu, giúp tiết kiệm được chi phí, giảm giá thành sản phẩm.

- Bộ máy của công ty được tổ chức chặt chẽ, khoa học, hợp lý

- Đội ngũ cán bộ công nhân viên lành nghề, giàu kinh nghiệm, có năng lực, có tinh thần đoàn kết, sáng tạo, ý thức xây dựng công ty ngày càng phát triển vững mạnh.

- Thương hiệu xi măng Hải Phòng được nhiều người biết đến, đặc biệt hình ảnh xi măng Hải Phòng được quảng cáo thông qua Câu lạc bộ bóng đá xi măng Hải Phòng và chương trình truyền hình Hải Phòng

### **2.1.4.2. Khó khăn.**

- Không còn chiếm vị thế độc tôn như những năm đầu thành lập. Hiện nay, công ty xi măng Hải Phòng đang phải đối mặt với rất nhiều đối thủ cạnh tranh trên thị trường không chỉ những công ty cùng thuộc tổng công ty xi măng Việt Nam mà còn cả những công ty liên doanh, liên kết với nước ngoài: xi măng Bim Sơn, xi măng Hoàng Thạch, xi măng Cẩm Phả...

- Đặc biệt là sự cạnh tranh ngày càng gay gắt của công ty xi măng Chinfon trên cùng 1 địa bàn Hải Phòng.

- Trước sự gia tăng nhanh chóng của các nhà máy sản xuất xi măng, sự biến động của những thị trường nguyên liệu đầu vào, cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu 2008-2009 vẫn còn những dư âm chưa thể khắc phục và Việt Nam cũng bị ảnh hưởng khá lớn nên cũng gây không ít khó khăn cho hoạt động sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp trong cả nước trong đó có công ty xi măng Hải Phòng.

Cuối năm 2009, việc vận chuyển bằng đường thủy từ Hải Phòng đi Phú Thọ, Vĩnh Phúc bị trì hoãn do các sông cạn nước đã làm giảm lượng tiêu thụ xi măng Hải Phòng tại các tỉnh phía Bắc. Do Hiệp hội vận tải biển ra yêu sách đình công đòi tăng giá cước vận tải, khiến nhà phân phối khó tìm được tàu vận chuyển, ảnh hưởng đáng kể đến tiêu thụ tại miền Trung và miền Nam

## **2.2. CÁC HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA CÔNG TY XI MĂNG HẢI PHÒNG**

### **2.2.1. Hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty xi măng Hải Phòng.**

#### **2.2.1.1. Sản phẩm.**

Trong quá trình đô thị hóa với tốc độ ngày càng nhanh hiện nay, nhu cầu xây dựng cơ sở hạ tầng ngày càng cao, vì vậy xi măng đã trở thành một sản phẩm thiết yếu trong ngành xây dựng.

Trong suốt 110 năm tồn tại và phát triển, công ty xi măng Hải Phòng luôn xác định sản phẩm chính của mình là sản phẩm xi măng thông dụng PC30, PC40, xi măng hỗn hợp PCB30, xi măng đặc biệt: xi măng Portland bền Sulfat, xi măng Portland ít tỏa nhiệt... với nhãn hiệu “ Con Rồng xanh”.

### 2.2.1.2. Quy trình công nghệ sản xuất .

*Các thiết bị công nghệ chính:*

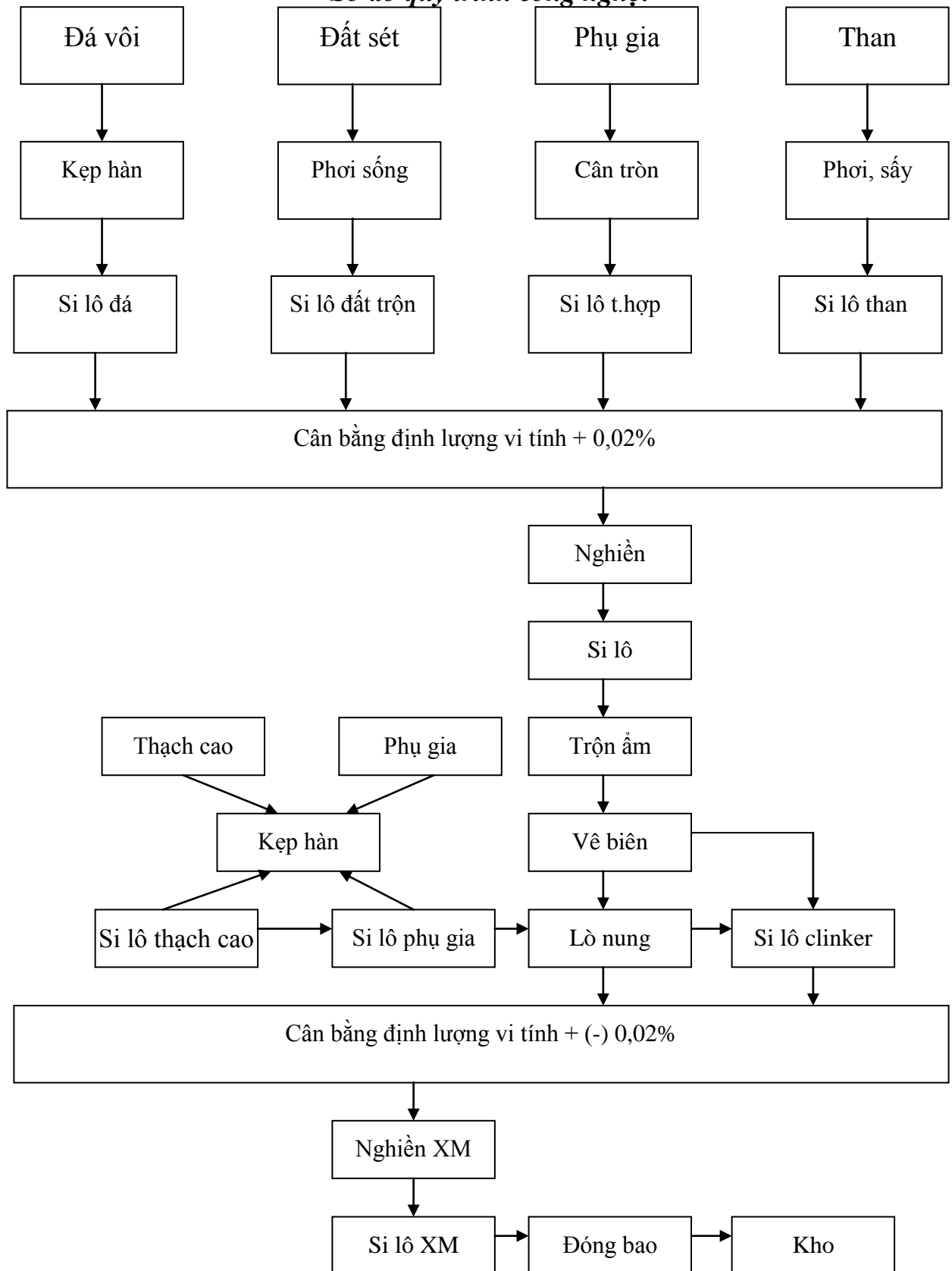
- 1 Máy nghiền:
- 2 Nghiền phụ gia: năng suất 30 tấn/giờ
- 3 nghiền xi măng: - Nghiền đứng: năng suất 240 tấn/ giờ
- 4 Nghiền bi : năng suất 200 tấn/giờ
- 5 Nghiền than : Năng suất 25 tấn/giờ
- 6 Lò nung: Năng suất 3300 tấn/ ngày

*Quy trình sản xuất như sau:*

Đá vôi được khai thác từ núi đá Trảng Kênh có kích thước 250 -> 300 mm chuyển tới xưởng mỏ đưa vào máy đập búa nghiền thành cỡ hạt 20 -> 25 mm, sau đó chuyển đến két chứa cùng với đất sét và quặng sắt trộn với quỳ khô nghiền nhỏ, điều chế ra bột liệu. Sản phẩm bột liệu thu hồi từ tổ hợp cyclone và lọc tĩnh điện. Sau đó bột liệu được chuyển tới Silô đưa vào lò nung. Lò nung có hình ống làm bằng tôn, dây chuyền chịu nhiệt được đặt nằm ngang theo một độ chệch nhất định. Trong thân lò được xây một lớp gạch chịu lửa và các thiết bị trao đổi nhiệt. Clinker thu được sau quá trình nung luyện đưa vào máy làm nguội. Clinker được chuyển sang phân xưởng nghiền và đóng bao. Tại đây, clinker trộn với thạch cao để nghiền ra xi măng bột PCB30, PCB40. Xi măng bột được chuyển sang công đoạn sau đóng bao để sản xuất ra xi măng bao PCB30, PCB40.

Quy trình sản xuất xi măng trên gọi là quy trình sản xuất theo phương pháp khô.

*Sơ đồ quy trình công nghệ:*



## 2.3. THỰC TRẠNG TÌNH HÌNH SẢN XUẤT KINH DOANH CỦA CÔNG TY XI MĂNG HẢI PHÒNG

*Bảng cân đối kế toán công ty xi măng Hải Phòng giai đoạn 2008-2009*

*Đơn vị tính: VNĐ*

Chỉ tiêu	2008	2009	Chênh lệch	
			Số tiền	%
A- TÀI SẢN NGẮN HẠN	638,401,341,838	573,146,368,572	-65254973266	-10.22
I. Tiền và các khoản tương đương tiền	50,314,833,677	54,531,757,708	4216924031	8.38
1. Tiền	50,314,833,677	54,531,757,708	4216924031	8.38
2. Các khoản tương đương tiền	0	0	0	0.00
II. Các khoản đầu tư tài chính ngắn hạn	267,000,000,000	55,000,000,000	-212000000000	-79.40
1. Đầu tư ngắn hạn	267,000,000,000	55,000,000,000	-212000000000	-79.40
2. Dự phòng giảm giá chứng khoán đầu tư ngắn hạn	0	0	0	0.00
III. Các khoản phải thu ngắn hạn	89,319,486,717	134,259,736,962	44940250245	50.31
1. Phải thu khách hàng	61,524,529,493	85,200,537,650	23676008157	38.48
2. Trả trước cho người bán	22,675,311,980	43,341,577,788	20666265808	91.14
3. Phải thu nội bộ ngắn hạn	0	0	0	0.00
4. Phải thu theo tiến độ kế hoạch hợp đồng XD	0	0	0	0.00
5. Các khoản phải thu khác	5,673,132,653	6,271,108,933	597976280	10.54
6. Dự phòng các khoản nợ khó đòi	(553,487,409)	(553,487,409)	0	0.00
IV. Hàng tồn kho	219,732,993,907	281,027,389,341	61294395434	27.89
1. Hàng tồn kho	219,863,312,997	281,157,708,431	61294395434	27.88
2. Dự phòng giảm giá hàng tồn kho	(130,319,090)	(130,319,090)	0	0.00
V. Tài sản ngắn hạn khác	12,034,027,537	48,327,484,561	36293457024	301.59



1. Chi phí trả trước ngắn hạn	0	25,478,079,205	25478079205	0.00
2. Thuế GTGT được khấu trừ	5,634,498,512	6,733,182,355	1098683843	19.50
3. Thuế và các khoản phải thu Nhà nước	2,025,754,493	2,507,177,943	481423450	23.77
4. Tài sản ngắn hạn khác	4,373,774,532	13,609,045,058	9235270526	211.15
<b>B - TÀI SẢN DÀI HẠN</b>	<b>2,526,999,252,061</b>	<b>2,460,534,930,140</b>	<b>-66464321921</b>	<b>-2.63</b>
<b>I. Các khoản phải thu dài hạn</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0.00</b>
1. Phải thu dài hạn của khách hàng	0	0	0	0.00
2. Vốn kinh doanh ở các đơn vị trực thuộc	0	0	0	0.00
3. Phải thu dài hạn nội bộ	0	0	0	0.00
4. Phải thu dài hạn khác	0	0	0	0.00
5. Dự phòng phải thu dài hạn khó đòi	0	0	0	0.00
<b>II. Tài sản cố định</b>	<b>2,470,135,145,719</b>	<b>2,405,721,154,139</b>	<b>-64413991580</b>	<b>-2.61</b>
1. TSCĐ hữu hình	2,461,315,618,905	2,395,193,456,410	-66122162495	-2.69
- Nguyên giá	2,868,731,096,719	2,865,594,514,237	-3136582482	-0.11
- Giá trị hao mòn lũy kế	(407,415,477,814)	(470,401,057,827)	-62985580013	15.46
2. Tài sản cố định thuê tài chính	0	0	0	0.00
- Nguyên giá	0	0	0	0.00
- Giá trị hao mòn lũy kế	0	0	0	0.00
3. TSCĐ vô hình	183,191,327	199,032,992	15841665	8.65
- Nguyên giá	706,805,818	765,805,818	59000000	8.35
- Giá trị hao mòn lũy kế	(523,614,491)	(566,772,826)	-43158335	8.24
Chi phí XDCB dở dang	8,636,335,487	10,328,664,737	1692329250	19.60
<b>III. Bất động sản đầu tư</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0.00</b>
- Nguyên giá	0	0	0	0.00
- Giá trị hao mòn lũy kế	0	0	0	0.00
<b>IV. Các khoản đầu tư tài chính dài hạn</b>	<b>28,844,700,000</b>	<b>28,844,700,000</b>	<b>0</b>	<b>0.00</b>
1. Đầu tư vào công ty con	23,844,700,000	23,844,700,000	0	0.00
2. Đầu tư vào công ty liên kết, liên doanh	0	0	0	0.00
3. Đầu tư dài hạn khác	5,000,000,000	5,000,000,000	0	0.00

4. Dự phòng giảm giá đầu tư tài chính dài hạn	0	0	0	0.00
V. Tài sản dài hạn khác	28,019,406,342	25,969,076,001	-2050330341	-7.32
1. Chi phí trả trước dài hạn	27,974,406,342	25,913,451,001	-2060955341	-7.37
2. Tài sản thuế thu nhập hoãn lại	0	0	0	0.00
3. Tài sản dài hạn khác	45,000,000	55,625,000	10625000	23.61
<b>TỔNG CỘNG TÀI SẢN</b>	<b>3,165,400,593,899</b>	<b>3,033,681,298,712</b>	<b>-131719295187</b>	<b>-4.16</b>
<b>NGUỒN VỐN</b>			0	0.00
<b>A. NỢ PHẢI TRẢ</b>	<b>2,196,756,852,026</b>	<b>2,020,602,574,689</b>	<b>-176154277337</b>	<b>-8.02</b>
I. Nợ ngắn hạn	467,704,511,854	233,869,680,300	-233834831554	-50.00
1. Vay và nợ ngắn hạn	213,697,108,434	7,623,186,928	-206073921506	-96.43
2. Phải trả người bán	113,425,871,867	165,570,608,585	52144736718	45.97
3. Người mua trả tiền trước	1,769,811,315	3,033,123,232	1263311917	71.38
4. Thuế và các khoản phải nộp Nhà nước	8,675,337,667	2,859,324,983	-5816012684	-67.04
5. Phải trả người lao động	45,516,520,967	13,815,221,545	-31701299422	-69.65
6. Chi phí phải trả	23,073,312,432	18,092,445,009	-4980867423	-21.59
7. Phải trả nội bộ	4,637,820,441	7,641,544,344	3003723903	64.77
8. Phải trả theo tiến độ kế hoạch hợp đồng XD	0	0	0	0.00
9. Các khoản phải trả, phải nộp ngắn hạn khác	56,908,728,731	15,234,225,674	-41674503057	-73.23
10. Dự phòng phải trả ngắn hạn	0	0	0	0.00
II. Nợ dài hạn	1,729,052,340,172	1,786,732,894,389	57680554217	3.34
1. Phải trả dài hạn người bán	0	0	0	0.00
2. Phải trả dài hạn nội bộ	0	0	0	0.00
3. Phải trả dài hạn khác	10,000,000	10,000,000	0	0.00
4. Vay và nợ dài hạn	1,728,210,951,657	1,785,891,505,874	57680554217	3.34
5. Thuế thu nhập hoãn lại phải trả	0	0	0	0.00
6. Dự phòng trợ cấp mất việc làm	831,388,515	831,388,515	0	0.00
7. Dự phòng phải trả dài hạn	0	0	0	0.00

B. VỐN CHỦ SỞ HỮU	968,643,741,873	1,013,078,724,023	44434982150	4.59
I. Vốn chủ sở hữu	969,464,569,524	1,013,899,551,674	44434982150	4.58
1. Vốn đầu tư của chủ sở hữu	1,044,946,322,719	1,044,946,322,719	0	0.00
2. Thặng dư vốn cổ phần	0	0	0	0.00
3. Vốn khác của chủ sở hữu	0	0	0	0.00
4. Cổ phiếu quỹ	0	0	0	0.00
5. Chênh lệch đánh giá lại tài sản	0	0	0	0.00
6. Chênh lệch tỷ giá hối đoái	(72,830,680,886)	(72,830,680,886)	0	0.00
7. Quỹ đầu tư phát triển	8,374,317	8,374,317	0	0.00
8. Quỹ dự phòng tài chính	0	0	0	0.00
9. Quỹ khác thuộc vốn chủ sở hữu	0	0	0	0.00
10. Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	(14,290,762,898)	19,833,656,422	34124419320	- 238.79
11. Nguồn vốn đầu tư XDCB	11,631,316,272	21,941,879,102	10310562830	88.64
II. Nguồn kinh phí và quỹ khác	(820,827,651)	(820,827,651)	0	0.00
1. Quỹ khen thưởng và phúc lợi	(1,909,948,063)	(1,909,948,063)	0	0.00
2. Nguồn kinh phí	0	0	0	0.00
3. Nguồn kinh phí đã hình thành TSCĐ	1,089,120,412	1,089,120,412	0	0.00
TỔNG CỘNG NGUỒN VỐN	3,165,400,593,899	3,033,681,298,712	-131719295187	-4.16

### 2.3.1 Phân tích tài sản và nguồn vốn của công ty xi măng Hải Phòng thông qua Bảng cân đối kế toán

#### 2.3.1.1. Đánh giá tình hình tài sản của công ty xi măng Hải Phòng

Qua bảng cân đối kế toán ta thấy sau 1 năm hoạt động, tổng tài sản của công ty ở thời điểm năm 2009 là 3.033.681.298.712 (đồng) so với năm 2008 là 3.165.400.593.899 (đồng) đã giảm hơn 131(tỷ đồng) tương ứng với 4,16%, điều này cho thấy quy mô tài sản của công ty đã giảm nhưng giảm không đáng kể.

a. Tài sản ngắn hạn.

Năm 2008 tài sản ngắn hạn của công ty đạt 638.401.341.838 (đồng), năm 2009 đạt 573.146.368.572 (đồng) đã giảm 10,22% so với năm 2008 tương ứng với hơn 65 (tỷ đồng). Tài sản ngắn hạn giảm như vậy là do trong năm 2009 các khoản đầu tư tài chính ngắn hạn của công ty đạt 55.000.000.000 (đồng) giảm đi một lượng khá lớn so với năm 2008 là 212.000.000.000(đồng) tương ứng với 79,4%.

+ Các khoản phải thu ngắn hạn trong năm 2009 của công ty là 134.259.736.962 (đồng) so với năm 2008 là 89.319.486.717 (đồng) đã tăng 44.940.250.245 (đồng) tương ứng với 50,31%. Điều này chứng tỏ công ty chưa thực hiện tốt công tác thu hồi công nợ, công ty để cho khách hàng chiếm dụng vốn quá nhiều. Đây là biểu hiện không tốt trong vấn đề thanh toán của công ty, nếu không đôn đốc khách hàng thanh toán đúng hạn thì sẽ dẫn tới vốn của công ty bị thiếu hụt và có thể gây một số hậu quả không tốt trong thanh toán, ảnh hưởng tới tình hình tài chính của công ty.

+ Tiền và các khoản tương đương tiền năm 2009 đã tăng hơn 4.216(triệu đồng) so với năm 2008. Bên cạnh đó giá trị hàng tồn kho cũng tăng 61.294.395.434 (đồng) tương ứng với 27,89%. Điều đó chứng tỏ công ty vẫn chưa điều chỉnh được lượng hàng cung ứng ra thị trường.

b. Tài sản dài hạn.

Năm 2009, tài sản dài hạn của công ty 2.460.534.930.140 (đồng) so với năm 2008 là 2.526.999.252.061(đồng) đã giảm hơn 66(tỷ đồng) tương ứng với 2,63%.

**2.3.1.2. Đánh giá tình hình nguồn vốn.**

Tổng nguồn vốn năm 2009 giảm đi so với năm 2008 là 131.719.295.187 (đồng) tương ứng với 4,16%. Trong đó nợ phải trả đã giảm đi 176.154.277.337 (đồng). Nhìn vào bảng cân đối kế toán ta thấy giảm nhiều nhất ở phần vay và nợ ngắn hạn, giảm đi so với năm 2008 là 206.073.921.506(đồng) tương ứng với 96,43%. Cùng với đó là thuế và các khoản phải nộp Nhà nước, phải trả người lao động, các khoản phải trả phải nộp ngắn hạn khác đều giảm.

Xét về nguồn vốn chủ sở hữu, năm 2008 là 968.643.741.873(đồng) nhưng đến năm 2009 là 1.013.078.724.023(đồng), đã tăng lên 44.434.982.150(đồng) tương ứng với 4,59%. Điều này cho thấy công tác huy động vốn tự bổ sung của công ty có hiệu quả, công ty đã huy động tốt các nguồn vốn nội bộ.

### 2.3.2. Phân tích hiệu quả hoạt động kinh doanh của công ty qua bảng kết quả hoạt động kinh doanh

#### *Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh*

Chỉ tiêu	Năm 2008	Năm 2009	Chênh lệch	
			Số tiền	%
1.Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ	577,255,340,327	584,405,090,145	7,149,749,818	1.24
2.Các khoản giảm trừ doanh thu	1,137,107,825	0	(1,137,107,825)	-100.00
3.Doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ	576,118,232,502	584,405,090,145	8,286,857,643	1.44
4.Giá vốn hàng bán	415,598,775,938	426,119,019,357	10,520,243,419	2.53
5.Lợi nhuận gộp về bán hàng và cung cấp dịch vụ	160,519,456,564	158,286,070,788	(2,233,385,776)	-1.39
6.Doanh thu hoạt động tài chính	12,744,996,507	4,160,631,743	(8,584,364,764)	-67.35
7.Chi phí tài chính	81,791,174,403	53,234,453,904	(28,556,720,499)	-34.91
8.Chi phí bán hàng	27,687,265,029	45,243,501,525	17,556,236,496	63.41
9.Chi phí quản lý doanh nghiệp	20,449,665,461	26,094,162,391	5,644,496,930	27.60
10.Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh	43,336,348,178	37,874,584,711	(5,461,763,467)	-12.60
11.Thu nhập khác	47,897,634	911,173,155	863,275,521	1802.33
12.Chi phí khác	1,014,353,688	424,045,509	(590,308,179)	-58.20
13.Lợi nhuận khác	(966,456,054)	487,127,646	1,453,583,700	-150.40
14.Tổng lợi nhuận kế toán trước thuế	42,369,892,124	38,361,712,357	(4,008,179,767)	-9.46
15.Thuế thu nhập doanh nghiệp		4,238,343,037	4,238,343,037	
16.Chi phí thuế TNDN hoãn lại	0		0	
17.Lợi nhuận sau thuế TNDN	42,369,892,124	34,123,369,320	(8,246,522,804)	-19.46

(Nguồn: phòng kế toán công ty xi măng Hải Phòng)

Qua báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh trên ta thấy kết quả hoạt động kinh doanh của công ty năm 2009 đã giảm đi so với năm 2008, tuy nhiên mức giảm không lớn lắm, giảm hơn 8 tỷ đồng tương ứng với 19,46%. Do công ty xi măng Hải Phòng mới được xây dựng lại và chính thức hoạt động vào cuối năm 2006, theo luật thuế TNDN thì công ty xi măng Hải Phòng được miễn thuế TNDN đến hết năm 2008 và phải nộp 50% thuế suất thuế TNDN bắt đầu từ năm 2009. Ngoài ra, cũng do công ty mới hoạt động trở lại nên để đẩy mạnh tiêu thụ, công ty phải tốn rất nhiều chi phí như : chi phí bán hàng năm 2009 là 45.243.501.525(đồng) so với năm 2008 là 27.687.265.029 (đồng) đã tăng lên 17.556.236.496(đồng) tương ứng với 63,41%, chi phí quản lý doanh nghiệp cũng tăng 5.644.496.930(đồng) tương ứng với 27,6%. Vì vậy, mặc dù tổng doanh thu bán hàng của công ty năm 2009 cao hơn năm 2008 là 7.149.749.818 (đồng) nhưng tổng lợi nhuận sau thuế TNDN của công ty vẫn giảm so với năm 2008 là 8.246.522.804(đồng). Tuy nhiên, nhìn vào bảng BCKQKD trên cũng có thể nói là công ty kinh doanh có hiệu quả. Công ty cần tiết kiệm hơn các khoản chi phí và đẩy mạnh sản xuất tiêu thụ ở các năm tiếp theo để đạt hiệu quả cao hơn.

### **2.3.3. Phân tích các hệ số tài chính đặc trưng để đánh giá tình hình tài chính công ty xi măng Hải Phòng.**

#### **2.3.3.1. Phân tích các hệ số về khả năng thanh toán**

##### **a. Hệ số thanh toán tổng quát.**

Hệ số thanh toán tổng quát là mối quan hệ giữa tổng TS mà hiện nay công ty đang quản lý và sử dụng với tổng số nợ phải trả.

$$\text{Hệ số thanh toán tổng quát} = \frac{\text{Tổng TS}}{\text{Nợ phải trả}}$$

Xét hệ số thanh toán tổng quát của công ty xi măng Hải Phòng trong 2 năm 2008, 2009 qua bảng sau:

**Bảng 4: Hệ số thanh toán tổng quát của công ty xi măng Hải Phòng trong 2 năm 2008, 2009**

Chỉ tiêu	2008	2009	Chênh lệch
Tổng TS (đồng)	3,165,400,593,899	3,033,681,298,712	-131,719,295,187
Nợ phải trả (đồng)	2,196,756,852,026	2,020,602,574,689	-176,154,277,337
Hệ số thanh toán tổng quát (lần)	1.4	1.5	0.06

Qua bảng trên ta thấy, khả năng thanh toán tổng quát của công ty xi măng Hải Phòng trong 2 năm 2008, 2009 đều lớn hơn 1, chứng tỏ công ty có đủ khả năng thanh toán. Tất cả các khoản huy động từ bên ngoài đều có tài sản để đảm bảo. Trong năm 2008, ta thấy cứ 1 đồng vay nợ thì có 1,4 đồng tài sản đảm bảo để trả nợ, còn năm 2009 cứ 1 đồng đi vay thì có 1,5 đồng tài sản để trả nợ. Hệ số này ở năm 2009 cao hơn năm 2008 là 0,06 lần là do tốc độ giảm của nợ phải trả lớn hơn tốc độ giảm của tổng tài sản.

#### b- Hệ số khả năng thanh toán nợ ngắn hạn

Hệ số khả năng thanh toán nợ ngắn hạn là mối quan hệ giữa tài sản ngắn hạn và các khoản nợ ngắn hạn. Hệ số thanh toán ngắn hạn thể hiện mức độ đảm bảo của TSLĐ và đầu tư ngắn hạn với nợ ngắn hạn. Hệ số thanh toán ngắn hạn càng cao thì khả năng thanh toán của công ty càng tốt như vậy sẽ càng tạo được sự tin tưởng cho khách hàng và ngược lại.

Hệ số thanh toán nợ ngắn hạn được tính bằng công thức sau:

$$\text{Hệ số thanh toán nợ ngắn hạn} = \frac{\text{TSLĐ và đầu tư ngắn hạn}}{\text{Nợ ngắn hạn}}$$

Đánh giá khả năng thanh toán ngắn hạn của công ty xi măng Hải Phòng qua bảng sau:

**Bảng 5: Hệ số thanh toán ngắn hạn của công ty trong 2 năm 2008, 2009**

Chỉ tiêu	2008	2009	Chênh lệch
TSLĐ (đồng)	638,401,341,838	573,146,368,572	-65,254,973,266
Nợ ngắn hạn (đồng)	467,704,511,854	233,869,680,300	-233,834,831,554
Hệ số thanh toán ngắn hạn(lần)	1.36	2.45	1.09

Qua bảng trên ta thấy, năm 2008 cứ 1 đồng nợ ngắn hạn thì có 1,36 đồng tài sản lưu động đảm bảo, sang năm 2009 cứ 1 đồng nợ ngắn hạn thì có 2,45 đồng vốn lưu động đảm bảo. Điều này cho thấy khả năng thanh toán nợ ngắn hạn của công ty trong năm 2009 rất lớn, công ty chỉ cần giải phóng  $1/2,45 = 40,8\%$  TSLĐ là có khả năng thanh toán nợ ngắn hạn.

#### c. Hệ số khả năng thanh toán nhanh

Hệ số thanh toán nhanh cho biết năng lực và mức độ thanh toán nhanh của công ty là như thế nào.

TSLĐ – Hàng tồn kho

Hệ số thanh toán nhanh =  $\frac{\text{_____}}{\text{Nợ ngắn hạn}}$

Xét hệ số thanh toán nhanh của công ty xi măng Hải Phòng qua 2 năm 2008, 2009 trong bảng sau:



**Bảng 6: Hệ số thanh toán nhanh của công ty qua 2 năm 2008, 2009**

Chỉ tiêu	Năm 2008	Năm 2009	Chênh lệch
TSLĐ (đồng)	638,401,341,838	573,146,368,572	-65,254,973,266
Hàng tồn kho (đồng)	219,732,993,907	281,027,389,341	61,294,395,434
Nợ ngắn hạn (đồng)	467,704,511,854	233,869,680,300	-233,834,831,554
Hệ số thanh toán nhanh (lần)	0.9	1.2	0.4

Trong năm 2008, công ty có 0,9 đồng để đảm bảo thanh toán nhanh cho 1 đồng nợ, đến năm 2009 thì cứ 1 đồng nợ thì có 1,2 đồng tiền đảm bảo chứng tỏ khả năng thanh toán nhanh của công ty đã được cải thiện đáng kể.

### 2.3.3.2. Phân tích các hệ số phản ánh cơ cấu nguồn vốn và cơ cấu tài sản

#### a. Cơ cấu nguồn vốn

- Hệ số nợ: cho biết trong một đồng vốn kinh doanh có bao nhiêu đồng vay nợ từ bên ngoài.

$$\text{Hệ số nợ} = \frac{\text{Nợ phải trả}}{\text{Tổng vốn}} = 1 - \text{Hệ số vốn chủ sở hữu}$$

- Hệ số vốn chủ sở hữu: đo lường sự góp vốn của chủ sở hữu trong tổng nguồn vốn hiện nay của công ty.

$$\text{Hệ số vốn CSH} = \frac{\text{Vốn CSH}}{\text{Tổng vốn}} = 1 - \text{Hệ số nợ}$$

Đánh giá hệ số nợ, hệ số vốn CSH của công ty xi măng Hải Phòng thông qua bảng sau:

**Bảng 7: Hệ số nợ và hệ số vốn chủ sở hữu của công ty qua 2 năm 2008, 2009.**

Chỉ tiêu	2008	2009	Chênh lệch
Nợ phải trả (đồng)	2,196,756,852,026	2,020,602,574,689	-176,154,277,337
Vốn CSH (đồng)	968,643,741,873	1,013,078,724,023	44,434,982,150
Tổng vốn (đồng)	3,165,400,593,899	3,033,681,298,712	-131,719,295,187
Hệ số nợ (%)	69.40	66.61	-2.793
Hệ số vốn CSH (%)	30.60	33.39	2.793

Qua bảng trên ta thấy hệ số nợ của công ty trong 2 năm 2008, 2009 tương đối cao, năm 2009 đạt 66,61% thấp hơn năm 2008 là 2,793% do tổng nguồn vốn của công ty đã giảm, các khoản nợ phải trả cũng giảm theo.

Tuy hệ số vốn CSH của công ty vẫn còn khá nhỏ nhưng đã bắt đầu tăng vào năm 2009 so với năm 2008 là 2,793%. Tuy mức tăng không lớn nhưng đã cho thấy mức độ tài trợ của công ty với nguồn vốn kinh doanh bắt đầu tăng.

b. Cơ cấu tài sản.

- Tỷ suất đầu tư vào tài sản dài hạn

$$\text{Tỷ suất đầu tư vào TSDH} = \frac{\text{TSCĐ và đầu tư dài hạn}}{\text{Tổng TS}}$$

$$= 1 - \text{tỷ suất đầu tư vào TSN}$$

Tỷ suất đầu tư vào tài sản ngắn hạn

$$\text{Tỷ suất đầu tư vào TSNH} = \frac{\text{TSLĐ và đầu tư ngắn hạn}}{\text{Tổng TS}}$$

$$= 1 - \text{tỷ suất đầu tư vào TSDH}$$

Cơ cấu tài sản

$$\text{Cơ cấu tài sản} = \frac{\text{TSLĐ và đầu tư ngắn hạn}}{\text{TSCĐ và đầu tư dài hạn}}$$

Xét cơ cấu tài sản của công ty xi măng Hải Phòng qua 2 năm 2008, 2009 qua bảng sau:

**Bảng 8: Cơ cấu tài sản của công ty trong 2 năm 2008, 2009**

Chỉ tiêu	2008	2009	Chênh lệch
TSCĐ và đầu tư DH (đồng)	2,526,999,252,061	2,460,534,930,140	-66,464,321,921
TSLĐ và đầu tư NH (đồng)	638,401,341,838	573,146,368,572	-65,254,973,266
Tổng tài sản (đồng)	3,165,400,593,899	3,033,681,298,712	-131,719,295,187
Tỷ suất đầu tư vào TSDH(%)	79.83	81.11	1.28
Tỷ suất đầu tư vào TSNH(%)	20.17	18.89	-1.28
Cơ cấu tài sản	0.25	0.23	-0.02

Qua 2 tỷ số đầu tư vào tài sản ngắn hạn và tài sản dài hạn cho ta thấy sự thay đổi trong tài sản của công ty. Tỷ suất đầu tư vào TSDH năm 2009 cao hơn so với năm 2008 là 1,28%, bên cạnh đó thì tỷ suất đầu tư vào TSNH của năm 2009 so với năm 2008 đã giảm 1,28%. Điều này cũng hợp lý bởi vì công ty là doanh nghiệp sản xuất công nghiệp nên tỷ trọng đầu tư vào tài sản dài hạn lớn hơn .

### c- Tỷ suất tự tài trợ TSCĐ

Tỷ suất tự tài trợ TSCĐ cho thấy số vốn tự có của doanh nghiệp dùng để trang bị TSCĐ là bao nhiêu, phản ánh mối quan hệ giữa nguồn vốn CSH với giá trị TSCĐ và đầu tư dài hạn.

Vốn CSH

Tỷ suất tự tài trợ TSCĐ = \_\_\_\_\_

TSCĐ và đầu tư DH

Đánh giá tỷ suất tự tài trợ của công ty xi măng Hải Phòng qua 2 năm 2008, 2009 qua bảng sau:

**Bảng 9: Tỷ suất tự tài trợ của công ty qua 2 năm 2008, 2009**

Chỉ tiêu	2008	2009	Chênh lệch
Vốn CSH (đồng)	968,643,741,873	1,013,078,724,023	44,434,982,150
TSCĐ và ĐTDH (đồng)	2,526,999,252,061	2,460,534,930,140	-66,464,321,921
Tỷ suất tự tài trợ TSCĐ (%)	38.33	41.17	2.84

Tỷ suất tự tài trợ TSCĐ năm 2009 cao hơn năm 2008 là 2,84% do nguồn vốn CSH tăng hơn 44(tỷ đồng) trong khi TSCĐ bị giảm đi 66(tỷ đồng). Điều đó chứng tỏ công ty có khả năng tài chính vững vàng và lành mạnh.

### 2.3.3.3. Phân tích các chỉ số về hoạt động.

#### a. Số vòng quay hàng tồn kho.

Số vòng quay hàng tồn kho là số lần hàng hoá tồn kho bình quân luân chuyển trong kỳ.

$$\text{Số vòng quay hàng tồn kho} = \frac{\text{Doanh thu thuần}}{\text{Hàng tồn kho bình quân}}$$

Xét số vòng quay hàng tồn kho của công ty xi măng Hải Phòng:

$$584.405.090.145$$

$$\text{Số vòng quay hàng tồn kho} = \frac{584.405.090.145}{(219.732.993.907 + 281.027.389.341)/2} = 2,3$$

Số vòng quay hàng tồn kho phản ánh trong kỳ công ty xi măng Hải Phòng bình quân có 2,3 lần xuất nhập kho.

#### b. Vòng quay các khoản phải thu.

Vòng quay các khoản phải thu phản ánh tốc độ chuyển đổi các khoản phải thu thành tiền mặt của doanh nghiệp và được xác định như sau:

Doanh thu thuần

Vòng quay các khoản phải thu = \_\_\_\_\_

Khoản phải thu bình quân

Xét số vòng quay các khoản phải thu của công ty xi măng Hải Phòng:

584.405.090.145

\_\_\_\_\_ = 5,23 (vòng)

 $(89.319.486.717 + 134.259.736.962)/2$ 

Con số này phản ánh trong năm 2009 công ty có 5,23 lần thu được các khoản nợ thương mại. Điều này chứng tỏ tốc độ thu hồi các khoản phải thu là chưa được tốt.

c- Kỳ thu tiền bình quân: phản ánh số ngày cần thiết để thu được các khoản phải thu.

khoản phải thu bình quân

Kỳ thu tiền bình quân = \_\_\_\_\_ \* 360

Doanh thu thuần

Kỳ thu tiền bình quân của công ty xi măng Hải Phòng được tính như sau:

 $(89.319.486.717 + 134.259.736.962)/2$ 

Kỳ thu tiền bình quân = \_\_\_\_\_ \* 360

584.405.090.145

= 68,8 (ngày)

Kỳ thu tiền bình quân của công ty là 68,8 (ngày). Tức là bình quân khoảng 68,9 ngày công ty mới thu hồi được nợ.

Số vòng quay các khoản phải thu hoặc kỳ thu tiền bình quân cao hay thấp phụ thuộc vào chính sách bán chịu của công ty. Nếu số vòng quay quá thấp thì hiệu quả sử dụng vốn kém do vốn bị chiếm dụng nhiều, nhưng nếu số vòng quay các khoản phải thu quá cao thì sẽ giảm sức cạnh tranh dẫn đến giảm doanh thu.

#### d. Vòng quay vốn lưu động.

Vòng quay vốn lưu động phản ánh trong kỳ vốn lưu động luân chuyển được mấy vòng.

$$\text{Vòng quay vốn lưu động} = \frac{\text{Doanh thu thuần}}{\text{Vốn lưu động bình quân}}$$

Xét vòng quay vốn lưu động của công ty xi măng Hải Phòng:

$$\text{Vòng quay vốn lưu động} = \frac{584.405.090.145}{(638.401.341.838 + 573.146.368.572)/2} = 0,96 \text{ (vòng)}$$

Vòng quay vốn lưu động của công ty đạt 0,96 vòng. Điều này có nghĩa là cứ đầu tư bình quân một đồng vốn vào vốn lưu động bình quân trong kỳ sẽ tạo ra 0,96 đồng doanh thu.

#### e. Vòng quay toàn bộ vốn.

Chỉ tiêu này phản ánh vốn của công ty trong một kỳ quay được bao nhiêu vòng. Qua chỉ tiêu này có thể đánh giá được khả năng sử dụng tài sản của công ty hoặc doanh thu thuần được sinh ra từ tài sản mà công ty đã đầu tư.

$$\text{Vòng quay toàn bộ vốn} = \frac{\text{Doanh thu thuần}}{\text{Vốn kinh doanh bình quân}}$$

Vòng quay toàn bộ vốn của công ty xi măng Hải Phòng được tính như sau:

$$584.405.090.145$$

$$\text{Vòng quay toàn bộ vốn} = \frac{584.405.090.145}{(3.165.400.593.899 + 3.033.681.298.712)/2} = 0,189$$

Ta thấy vòng quay toàn bộ vốn của công ty là 0,189 vòng phản ánh hiệu quả kinh doanh của công ty là chưa tốt.

#### 2.3.3.4. Phân tích các chỉ tiêu sinh lời.

##### a. Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu

Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu phản ánh 1 đồng doanh thu mà công ty thực hiện trong kỳ có mấy đồng lợi nhuận.

$$\text{Tỷ suất LN trước(hoặc sau thuế)trên doanh thu} = \frac{\text{LN trước(hoặc sau)thuế}}{\text{Doanh thu thuần}}$$

*Đánh giá tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu của công ty qua bảng sau:*

Chỉ tiêu	2008	2009
LN trước thuế (đồng)	42,369,892,124	38,361,712,357
LN sau thuế (đồng)	42,369,892,124	34,123,369,320
DT thuần (đồng)	576,118,232,502	584,405,090,145
Tỷ suất LN trước thuế (%)	7.35	6.56
Tỷ suất LN sau thuế (%)	7.35	5.84

Như vậy, tỷ suất lợi nhuận trước thuế trên doanh thu của năm 2009 đã giảm 0,79 % so với năm 2008, tỷ suất lợi nhuận sau thuế trên doanh thu của năm 2009 đã giảm 1,51%. Điều này cho thấy cứ trong 100 đồng doanh thu ở năm 2008 thì có 7,35 đồng lợi nhuận trước thuế( hoặc sau thuế) còn ở năm 2009 thì thấp hơn, chỉ có 6,56 đồng lợi nhuận trước thuế( hoặc 5,84 đồng lợi nhuận sau thuế). Đây là biểu hiện không được tốt nhưng do công ty mới bắt đầu đi vào hoạt động trở lại từ cuối năm 2006 nên tỷ suất này không phản ánh hết năng lực của công ty. Công ty cần chú trọng hơn đến hoạt động kinh doanh của mình để đạt hiệu quả cao hơn trong những năm tiếp theo.

**b. Tỷ suất sinh lời trên tổng tài sản**

Tỷ suất sinh lời trên tổng tài sản đo lường khả năng tạo thu nhập của tài sản sau thuế và lãi vay.

$$\text{ROA} = \frac{\text{LNTT( hoặc LNST)}}{\text{Tổng TS bình quân}}$$

Tỷ suất sinh lời trên tổng tài sản của công ty xi măng Hải Phòng được tính như sau:

$$\text{ROA} = \frac{38.361.712.357}{(3.033.681.298.712 + 3.165.400.593.899)/2} = 0,0124$$

Tỷ suất sinh lợi trên tổng tài sản của công ty đạt 1,24%. Tức là mỗi một đồng giá trị tài sản của công ty tạo ra 0.0124 đồng lợi nhuận. Tỷ số này cho thấy hiệu quả hoạt động đầu tư của công ty là chưa cao.

c. Tỷ suất sinh lời trên vốn chủ sở hữu: dùng đo lường mức độ thu nhập của các khoản đầu tư của cổ đông.

$$\text{ROE} = \frac{\text{LNTT (hoặc LNST)}}{\text{Vốn CSH bình quân}}$$

Tỷ suất sinh lời trên vốn CSH của công ty xi măng Hải Phòng được tính như sau:

$$\text{ROE} = \frac{38.361.712.357}{(1.013.078.724.023 + 968.643.741.873)/2} = 0.039$$



Tỷ suất sinh lời trên vốn CSH của công ty đạt 3,9%. Tỷ số cho thấy công ty có số vốn khá lớn. Để tạo ra 0,039 đồng lợi nhuận cho công ty thì cần 1 đồng vốn chủ sở hữu.

Kết luận: Qua phân tích 4 nhóm chỉ tiêu tài chính : khả năng thanh toán, cơ cấu nguồn vốn và tài sản, các tỷ số hoạt động, các chỉ tiêu sinh lời ta đã đánh giá được phân nào về tình hình tài chính của công ty xi măng Hải Phòng.

Về khả năng thanh toán: nhìn chung là khả năng thanh toán của năm 2009 cao hơn năm 2008, công ty đã tạo được lòng tin cho các nhà đầu tư và chủ nợ.

- Về cơ cấu nguồn vốn và tài sản: Thông qua việc phân tích các chỉ tiêu trong cơ cấu nguồn vốn và tài sản có thể đánh giá khả năng tài chính của công ty và tương đối vững vàng và lành mạnh.

- Về các chỉ số hoạt động: Cho thấy tình hình hoạt động của công ty hiện nay vẫn đang đi vào quỹ đạo.

- Về các chỉ tiêu sinh lời: các chỉ tiêu sinh lời của công ty trong năm 2009 tuy không cao nhưng vẫn ở mức dương chứng tỏ công ty vẫn hoạt động có hiệu quả dù khủng hoảng kinh tế toàn cầu gây nhiều áp lực.

- Về công tác marketing: Công ty luôn coi khách hàng là trọng tâm, luôn luôn quan tâm đến nhu cầu của khách hàng vì vậy doanh số bán hàng của công ty ngày một tăng lên. Bên cạnh đó, công ty đặc biệt chú trọng đến công tác bán hàng, công ty luôn cam kết mang đến cho khách hàng những sản phẩm có chất lượng tốt nhất, giá cả hợp lý nhất. Công ty luôn đẩy mạnh công tác quảng cáo, đưa nhãn hiệu “ Con Rồng xanh” đến với mọi để mọi người dân đều biết đến thông qua câu lạc bộ bóng đá xi măng Hải Phòng, đẩy mạnh quảng cáo trên truyền hình... Tuy nhiên, khoản đầu tư vào công tác marketing này còn khá tốn kém, công ty cần có biện pháp điều chỉnh hợp lý hơn.

- Về công tác nhân sự: công ty luôn trú trọng tới việc đào tạo và đào tạo lại cán bộ công nhân viên trong công ty, bồi dưỡng năng lực của bộ máy lãnh đạo, bộ máy quản lý. Công ty luôn tạo ra môi trường làm việc tốt, thoải mái, luôn có những

chế độ ưu tiên, khen thưởng hợp lý nhằm thu hút nhân tài đến với công ty. Công ty luôn quan tâm tới đời sống của cán bộ công nhân viên, luôn thăm hỏi, động viên người lao động, tạo sự gắn bó hơn nữa của họ đối với công ty.

- Về vấn đề tài chính: Qua việc phân tích tình hình tài chính của công ty xi măng Hải Phòng, em thấy công ty đã làm khá tốt về mặt tài chính, công ty luôn hoàn thành các chỉ tiêu, kế hoạch được giao, đảm bảo các chỉ tiêu tài chính đã đặt ra... Công ty xi măng Hải Phòng hiện nay là doanh nghiệp đang trên đà phát triển và có nhiều triển vọng khẳng định được vị trí và uy tín trên thị trường. Tuy nhiên, bên cạnh đó số vòng quay các khoản phải thu còn nhỏ, hoạt động thu hồi công nợ vẫn chưa có hiệu quả, vòng quay hàng tồn kho còn thấp, gây ứ đọng vốn..., công ty cần chú trọng đưa ra những giải pháp tích cực để hoạt động kinh doanh có hiệu quả hơn, mở rộng thị trường cho công ty.

## CHƯƠNG 3

# MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA CÔNG TY XI MĂNG HẢI PHÒNG

### 3.1. Thực trạng hoạt động của ngành công nghiệp xi măng

Nền kinh tế thế giới trong những năm qua (2000 - 2007) bước vào giai đoạn phát triển ổn định và có thiên hướng chú ý vào nền kinh tế Châu Á. Tiêu dùng xi măng trong những năm trở lại đây không ngừng tăng trưởng và là động lực quan trọng thúc đẩy ngành công nghiệp xi măng phát triển tại một số nước đang phát triển như: Trung Quốc, Thái Lan, Ấn Độ, Indonesia... (trên thế giới hiện nay có khoảng hơn 160 nước sản xuất xi măng, tuy nhiên các nước có ngành công nghiệp xi măng chiếm sản lượng lớn của thế giới thuộc về Trung Quốc, Ấn Độ và một số nước như khu vực Đông Nam Á là Thái Lan và Indonesia)

Theo dự báo nhu cầu sử dụng xi măng từ nay đến năm 2020: Tăng trưởng hàng năm khoảng 3,6% năm. Nhu cầu sử dụng xi măng có sự chênh lệch lớn giữa các khu vực trên thế giới: (nhu cầu các nước đang phát triển 4,3% năm, riêng châu Á bình quân 5%/năm, các nước phát triển xấp xỉ 1%/năm. Ngoài ra tình trạng dư thừa công suất của các nhà máy là phổ biến ở Đông Âu, Đông Nam Á (Thái Lan, ngược lại ở Bắc Mỹ).

Các nước tiêu thụ lớn xi măng trong những năm qua phải kể đến: Trung Quốc, Ấn Độ, Mỹ, Nhật bản, Hàn Quốc, Nga, Tây Ban Nha, Italia, Braxin, Iran, Mêxicô, Thổ Nhĩ Kỳ, Việt Nam, Ai Cập, Pháp, Đức. Xi măng là một trong những ngành công nghiệp được hình thành sớm nhất ở nước ta (cùng với các ngành than, dệt, đường sắt).

Ngày 25/12/1889 khởi công xây dựng nhà máy xi măng đầu tiên của ngành Xi măng Việt Nam tại Hải Phòng.

Đến nay đã có khoảng 90 Công ty, đơn vị tham gia trực tiếp sản xuất và phục vụ sản xuất xi măng trong cả nước, trong đó: khoảng 33 thành viên thuộc

tổng công ty xi măng Việt Nam, 5 công ty liên doanh, và hơn 50 công ty nhỏ và các trạm nghiền khác.

Tuy nhiên sản lượng xi măng sản xuất trong những năm qua không đáp ứng được nhu cầu tiêu thụ trong nước

Năm	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
SL	7,6	9,53	11,1	12,7	14,64	16,8	18,4	20	21,7	23,6	26,9
TT	9,3	10,1	11,1	13,62	16,48	20,5	24,38	26,5	28,2	32,1	35,8
NK	1,46	0,5	0,3	0,2	1,33	3,75	5,98	6,0	6,5	8,5	8,9

*Nguồn: VLXD đương đại (Đơn vị: triệu tấn)*

Trong những năm qua ngành xi măng đóng góp một phần không nhỏ vào tốc độ tăng trưởng kinh tế Việt Nam, trung bình từ 10% - 12% GDP. Vì thế Chính phủ xác định sản xuất xi măng là ngành phát triển chiến lược nhằm hỗ trợ phát triển kinh tế.

Hiện nay trên sản phẩm xi măng trên thị trường có nhiều loại, tuy nhiên, sản phẩm thông dụng trên thị trường Việt Nam gồm hai loại sản phẩm chính:

**Xi măng Portland** chỉ gồm thành phần chính là clinker và phụ gia thạch cao. Ví dụ: PC 30, PC 40, PC 50.

**Xi măng Portland hỗn hợp** vẫn với thành phần chính là clinker và thạch cao, ngoài ra còn một số thành phần phụ gia khác như đá pudôlan, xỉ lò. Ở thị trường các loại xi măng này có tên gọi như PCB 30, PCB 40.

### 3.1.1 Năng lực sản xuất của các doanh nghiệp trong ngành

Trong những năm gần đây, một số nhà máy sản xuất xi măng lớn tập trung nhiều vào thị trường trong nước do thị trường này đang tăng trưởng mạnh mẽ. Ngành công nghiệp xi măng Việt Nam hiện nay đã có khoảng 14 nhà máy xi măng lò quay với tổng công suất thiết kế là 21,5 triệu tấn/năm, 55 cơ sở xi măng lò đứng,

lò quay chuyên đổi tổng công suất thiết kế 6 triệu tấn/năm, khoảng 18 triệu tấn xi măng được sản xuất từ nguồn clinker trong nước (ứng với 14,41 triệu tấn clinker).

Hầu hết các nhà máy sản xuất xi măng sử dụng phương pháp kỹ thuật khô, ngoại trừ những nhà máy có lò trộn xi măng đứng với thiết bị và kỹ thuật lạc hậu, thì những nhà máy còn lại có năng suất trộn xi măng từ 1,4 triệu đến 2,3 triệu tấn mỗi năm với thiết bị và trình độ kỹ thuật tương đương với những nhà máy khác ở Đông Nam Á

Việt Nam đang có khoảng 31 dự án xi măng lò quay với tổng công suất thiết kế là 39 triệu tấn được phân bố ở nhiều vùng trên cả nước. (Đa số tập trung ở miền Bắc, miền Trung và chỉ có 4/31 nằm ở miền Nam).

Hiện nay các nhà máy xi măng phân bố không đều giữa các khu vực. Hầu hết các nhà máy tập trung nhiều tại miền Bắc nơi có vùng nguyên liệu đầu vào lớn, trong khi đó các nhà máy lớn phía Nam rất hạn chế. Do đó nguồn cung xi măng ở phía Bắc thì dư thừa trong khi miền Nam lại thiếu hụt.

### **3.1.2 Những yếu tố ảnh hưởng tới năng lực sản xuất của doanh nghiệp**

Các DN miền Bắc có vị trí địa lý thuận lợi cho việc khai thác nguyên vật liệu đầu vào, do đó chủ động được về năng lực sản xuất. Doanh nghiệp miền Nam thì ngược lại.

Giá than đá, thạch cao và clinker những nguyên liệu đầu vào chính dùng cho sản xuất xi măng vẫn tăng đều qua các năm. Mà những nguyên liệu đầu vào này Việt Nam phải nhập khẩu với khối lượng rất lớn. Ngoài ra giá gas, dầu hiện nay biến động ảnh hưởng tới cước phí vận chuyển tăng. Ảnh hưởng tiêu cực đến sản xuất và kết quả hoạt động của ngành.

Trình độ công nghệ của ngành lạc hậu cũ kỹ thừa hưởng của Nga, Pháp, Trung Quốc những năm 50 của thế kỷ trước vẫn còn được sử dụng. (Không riêng gì VN, Trung Quốc cũng đang lâm vào tình trạng này). Hiện nay với các dự án dây chuyền, nhà máy xi măng lớn đang triển khai hy vọng sẽ thay thế công nghệ cũ, giúp năng lực sản xuất được tăng lên gấp nhiều lần

Tuy nhiên vốn đầu tư ban đầu vào máy móc thiết bị ngành xi măng là rất lớn. Đó là sức ép đối với các doanh nghiệp sản xuất trong ngành khi muốn gia tăng công suất, đổi mới công nghệ.

### 3.1.3 Thị trường, thị phần và các yếu tố ảnh hưởng

Hiện nay trên thị trường giá bán xi măng của các doanh nghiệp Miền Bắc thường thấp hơn giá bán xi măng của các doanh nghiệp Miền Nam khoảng 200.000 đồng/ tấn tùy từng loại dao động xung quanh mức chênh lệch này. (tính đến cuối tháng 4 đầu tháng 5/2008). Sở dĩ có mức khác biệt này là do các doanh nghiệp phân bố không đều giữa các miền, giá đầu vào của nguyên vật liệu, cước phí vận chuyển, tổng nhu cầu xi măng tại miền Nam chiếm tới 40% tổng nhu cầu trong khi các doanh nghiệp miền Nam chỉ đáp ứng được 50% tổng nhu cầu đó.

Mặt khác, xi măng hiện thời vẫn là sản phẩm có vị trí quan trọng trong nền kinh tế nên Chính phủ vẫn nắm quyền kiểm soát giá cả, giá cả bị chặn đầu ra nhưng giá nguyên liệu đầu vào không ngừng có xu hướng tăng lên. Đó là khó khăn rất lớn cho doanh nghiệp sản xuất trong ngành.

Thị phần tiêu thụ lớn nhất thuộc về Tổng công ty Xi măng Việt Nam chiếm khoảng 40% toàn thị trường – Thị phần tiêu thụ xi măng trong 04 tháng đầu năm 2008 con số này là 41,1%. Các doanh nghiệp lớn trong ngành đều thuộc Tổng công ty xi măng Việt Nam như: Hà Tiên 1, 2, Xi măng Hoàng Thạch, Xi măng Hải Phòng... hơn 33 đơn vị gồm công ty con, công ty cổ phần - tổng công ty nắm quyền chi phối, công ty liên doanh liên kết.

Thị phần của các doanh nghiệp xi măng nhỏ chiếm 31% toàn thị trường. Trong 04 tháng đầu năm 2008 con số này là 28,9%. Các xí nghiệp này thường là vốn nhỏ, khả năng cạnh tranh kém.

Thị phần của các doanh nghiệp liên doanh là 29% .

### 3.1.4. Chiến lược ngành và Dự báo tăng trưởng

Tiết kiệm chi phí do giá nguyên vật liệu đầu vào ngày càng đắt đỏ, phân đấu đủ năng lực cạnh tranh với xi măng nhập khẩu khi không còn được bảo hộ về thuế quan (chất lượng sản phẩm, giá)

Phân đấu tự sản xuất clinker, không phải nhập khẩu (hiện tại các DN VN nhập khẩu chủ yếu clinker, thạch cao từ Thái Lan, và Indonesia).

Đáp ứng nhu cầu sử dụng trong nước và xuất khẩu sang các nước khác.

Trở thành nước có công suất và sản lượng xi măng lớn nhất trong khối các nước ASEAN.

### **Ngắn hạn:**

Trong ngắn hạn các công ty trong ngành công nghiệp xi măng khó có thể đạt được các mục tiêu về doanh thu và lợi nhuận của năm 2008 do giá nguyên liệu đầu vào tăng cao, đặc biệt là clinker nhập khẩu (rất khó khăn cho các công ty phía Nam do không tự sản xuất được clinker):

Giá nguyên vật liệu đầu vào (Clinker, than đá) tăng cao làm ảnh hưởng tới giá thành sản phẩm tăng cao

Giá bán của xi măng bị nhà nước khống chế nên không thể điều tiết theo giá cả thị trường

Trong thời kỳ lạm phát tăng cao chính phủ có chính sách thắt chặt quản lý đầu tư, người tiêu dùng cũng hạn chế thực hiện các công trình dân dụng.

Các ngân hàng thương mại hạn chế cho vay nên các dự án lớn của các Công ty dừng lại

*Dự báo các chỉ tiêu kinh tế ngành xi măng giai đoạn 2007-2010:*

Chỉ tiêu		ĐVT	2007	2008	2009	2010
1	<b>Nhu cầu xi măng</b>	<b>Triệu tấn</b>	36.1	40.1	44.5	49.4
2	Tăng trưởng tiêu thụ xi măng	%/năm	11.0	11.0	11.0	11.0
3	Năng lực sản xuất trong nước	Triệu tấn	26.9	34.2	44.8	51.8
4	Thừa (+), thiếu (-)	Triệu tấn	-9.2	-5.8	0.4	2.4

*(Nguồn: Quyết định số 108/2005/QĐ-TTg ngày 16/05/2005 của Chính phủ v/v phê duyệt quy hoạch phát triển ngành xi măng đến năm 2010 và định hướng đến năm 2020)*

### **Trung và dài hạn**

Ngành xi măng và các ngành nguyên vật liệu xây dựng khác sẽ hưởng lợi từ sự phát triển của lĩnh vực xây dựng, bất động sản và cơ sở hạ tầng

Triển vọng tăng trưởng hàng năm của nhu cầu xi măng trong giai đoạn 2008-2010 là 11%, giai đoạn 2011 -2016 vào khoảng 9%/năm và giai đoạn 2016 -2020

là 4,5%/năm. Nhu cầu xi măng được ước lượng sẽ đạt 76 triệu tấn vào năm 2015, hơn gấp 2 lần nhu cầu năm 2007 đã đạt mức 35,8 triệu tấn

Tuy nhiên theo dự báo hiện nay có rất nhiều các dự án sắp đi vào giai đoạn hoạt động. Mặc dù nhu cầu sử dụng lớn, nhưng với công suất dự kiến đến cuối năm 2009 ngành xi măng không những đáp ứng đủ nhu cầu của thị trường mà còn phải tính tới việc xuất khẩu. Điều đó đòi hỏi các công ty trong ngành phải có hướng đi rõ ràng trong sản xuất kinh doanh, có lộ trình cụ thể nhằm đạt được những mục tiêu đề ra. Nếu các doanh nghiệp không có kế hoạch sớm lộ trình xuất khẩu sẽ dẫn tới tình trạng “thừa” xi măng, gây lãng phí trong khai thác công suất máy móc, giảm lợi nhuận kinh doanh.

Một nhân tố ảnh hưởng khác đó là nước ta có vị trí địa lý sát với quốc gia sản xuất xi măng lớn nhất thế giới là Trung Quốc, do đó phải cụ thể hóa thị trường xuất khẩu khi nhu cầu trong nước đã tạm thời ổn định.

Doanh thu và lợi nhuận các năm sẽ không có sự đột phá lớn do đặc thù của ngành sản xuất đều có kế hoạch dài hơi, công suất máy móc không thể thay thế một sớm một chiều

Để hội nhập, hiện nay Tổng công ty xi măng đã có những dự án ứng dụng công nghệ thông tin, hy vọng khi các dự án đi vào ứng dụng tạo ra bước đột phá lớn cho ngành.

### **3.2 Một số biện pháp nâng cao năng lực cạnh tranh của công ty xi măng Hải Phòng**

Sang năm 2010, sự phục hồi kinh tế trong và ngoài nước sẽ kích thích đầu tư phát triển, kích cầu đầu tư xây dựng; thị trường bất động sản đang âm dần trở lại; các dự án nhà ở xã hội, bao gồm nhà ở cho công nhân và nhà ở cho những người có thu nhập thấp, các dự án đô thị tại các thành phố lớn sẽ tập trung triển khai. Điều đó sẽ dẫn tới nhu cầu tiêu thụ xi măng tiếp tục tăng so với năm 2009 (giá trị sản xuất công nghiệp tháng 1/2010 tăng 28,4% so với tháng 1/2009).

Theo ước tính, lượng xi măng tiêu thụ trong năm 2010 của Việt Nam đạt khoảng 50-51 triệu tấn, tăng khoảng trên 11% so với năm 2009. Trong quý 1/2010,



với những yếu tố tích cực của thị trường xây dựng (các công trình cũ đẩy nhanh tiến độ hoàn thiện, các công trình khởi công mới, nhu cầu sửa chữa ước tính lượng tiêu thụ xi măng đạt khoảng 9,8 triệu tấn, tăng nhẹ so với quý 1/2009. Còn theo đánh giá của Trung tâm Thông tin Thương mại và Công nghiệp của Bộ Công Thương, sang quý 2/2010, là thời gian cao điểm của mùa xây dựng, nhu cầu sử dụng xi măng sẽ tăng mạnh. Dự báo, lượng xi măng tiêu thụ trong quý 2/2010 đạt khoảng 11 triệu tấn, tăng 12,2% so với quý 1/2010.

Do đó để nâng cao năng lực sản xuất, công ty cần phát huy hết tất cả các điểm mạnh của mình, tận dụng những thời cơ và lợi thế trên mọi mặt.

### **3.2.1 Giải pháp hoàn thiện và đổi mới công nghệ để nâng cao chất lượng sản phẩm**

Hiện nay, đất nước ngày càng phát triển, đời sống của nhân dân ngày càng được nâng cao, yêu cầu của khách hàng về sản phẩm cũng tăng lên rõ rệt. Để phục vụ một cách tốt nhất nhu cầu xây dựng của khách hàng, đòi hỏi các công ty sản xuất xi măng phải không ngừng cải tiến, nâng cao chất lượng sản phẩm, đáp ứng kịp thời nhu cầu của khách hàng.

Công ty xi măng Hải Phòng luôn duy trì niềm tin trong lòng khách hàng và tạo dựng chỗ đứng vững chắc trên thị trường vì vậy công ty phải chú trọng ngay từ khâu lựa chọn nguyên vật liệu đầu vào, thường xuyên kiểm tra bảo dưỡng máy móc thiết bị, dây chuyền sản xuất để đảm bảo chất lượng sản phẩm, đảm bảo độ kết dính tốt, sản phẩm dẻo dai, bền vững...

Công ty xi măng Hải Phòng hiện nay đang áp dụng quy trình sản xuất theo phương pháp khô, vừa đảm bảo về chất lượng sản phẩm và vấn đề bảo vệ môi trường. Tuy nhiên công ty vẫn đang nỗ lực hoàn thiện và nâng cao dây chuyền công nghệ, cụ thể:

Về sản xuất, đẩy mạnh việc áp dụng các tiến bộ khoa học công nghệ để phát huy đạt và vượt công suất thiết kế; triển khai các đề tài nghiên cứu tận dụng nhiệt thải lò nung để sản xuất điện, tận dụng nguồn phế thải của các ngành công nghiệp khác làm nguyên liệu cho ngành Xi măng, nhằm tiết kiệm chi phí sản xuất,

giảm giá thành sản phẩm, nâng cao hiệu quả đầu tư và bảo đảm môi trường, tăng sức cạnh tranh đối với sản phẩm cùng loại của các nước trong khu vực.

Để đạt được mục tiêu này có một số nhóm giải pháp sau: Đẩy mạnh áp dụng các tiến bộ khoa học công nghệ, tăng số ngày chạy lò lên 320 - 330 ngày/năm, giảm thời gian dừng lò để sửa chữa nhằm đạt và vượt công suất thiết kế; nâng cao chất lượng và mức xi măng, sản xuất clinker chất lượng cao PC50, PC60, tăng tỷ lệ pha phụ gia puzolan, tro xỉ nhiệt điện, xỉ hạt lò cao để giảm tỷ lệ clinker, giảm lượng khí thải CO<sub>2</sub>, NO<sub>x</sub>, SO<sub>2</sub>. Triển khai việc xây dựng các trạm sử dụng nhiệt thải lò nung để sản xuất điện, phấn đấu tự cung cấp đến 30% nhu cầu sử dụng điện của nhà máy và giảm lượng phát thải ô nhiễm môi trường.

Về tiêu thụ, tiến hành cải cách hoàn thiện mạng lưới kinh doanh xi măng; cần nghiên cứu tính toán giá bán hợp lý, tạo điều kiện cho các trạm nghiên cứu phía Nam có thể mua clinker từ phía Bắc vào thay thế cho việc nhập khẩu từ các nước Đông Nam Á.

Về vận chuyển, hiện nay chi phí vận chuyển clinker, xi măng từ miền Bắc vào miền Nam còn cao và có giá rất khác nhau giữa các Cty (giá vận chuyển các tháng 8, 9, 10 của các nhà máy sản xuất ở phía Bắc dao động từ 330 - 395 nghìn đồng/tấn, trong khi đó chi phí vận chuyển của Cty Xi măng Nghi Sơn 160 - 175 nghìn đồng/tấn). Vì vậy, các đơn vị cần nghiên cứu phương án vận tải clinker, xi măng từ Bắc vào Nam một cách hợp lý để giảm chi phí giá thành.

Theo Thứ trưởng Bộ Xây dựng Nguyễn Trần Nam, cuối năm 2009, năng lực sản xuất xi măng trong nước hoàn toàn đáp ứng đủ nhu cầu tiêu thụ và sang năm 2010 khả năng sản xuất sẽ cao hơn nhu cầu tiêu thụ khoảng 5 - 7 triệu tấn, do vậy TCty Công nghiệp Xi măng Việt Nam, các đơn vị liên doanh và các cơ sở sản xuất xi măng lớn khác cần xúc tiến sớm việc tìm kiếm thị trường xuất khẩu để đảm bảo sản xuất ổn định.

Mặt khác, Bộ Xây dựng sẽ trình Thủ tướng Chính phủ chương trình kích cầu xi măng bằng việc đầu tư hệ thống giao thông đường bộ bằng bê tông xi măng, nhằm giảm bớt sự phá hoại của lũ lụt, lũ quét, nâng cao tuổi thọ công trình, đồng thời đẩy mạnh việc phát triển vật liệu xây không nung thay thế một phần gạch nung. Do đó việc cải thiện và nâng cao công nghệ để tăng khả năng cạnh tranh là

một trong những biện pháp công ty cần chú ý đặc biệt là khi các dây chuyền II và III của công ty xi măng Chinfon đã đi vào hoạt động.

Hiện nay với những lợi thế sẵn có của mình, cụ thể: dây chuyền công nghệ hiện đại mới đi vào hoạt động được vài năm, vị trí địa lí thuận lợi gần nguồn nguyên liệu đá vôi tốt nhất cả nước... nên có thể khẳng định chất lượng sản phẩm của công ty hoàn toàn có khả năng cạnh tranh trên thị trường.

### **3.2.2 Giải pháp tiết kiệm chi phí để hạ giá thành sản phẩm**

Trong bối cảnh thị trường xi măng trong nước cung vượt cầu thì yếu tố nâng cao tính cạnh tranh của sản phẩm phải đặt lên hàng đầu. Doanh nghiệp phải chủ động tiết kiệm chi phí, nâng cao chất lượng, giảm giá thành sản phẩm, tăng sức cạnh tranh đối với sản phẩm cùng loại của các nước trong khu vực như:

- Đẩy mạnh áp dụng các tiến bộ khoa học kỹ thuật
- Tăng số ngày chạy lò lên 320 - 330 ngày/năm
- Giảm thời gian dừng lò để sửa chữa nhằm đạt và vượt công suất thiết kế; nâng cao chất lượng và mác xi măng, sản xuất clinker chất lượng cao PC50, PC60
- Tăng tỷ lệ pha phụ gia puzolan, tro xỉ nhiệt điện, xỉ hạt lò cao để giảm tỷ lệ clinker
- Giảm lượng khí thải CO<sub>2</sub>, NO<sub>x</sub>, SO<sub>2</sub>.
- Triển khai việc xây dựng các trạm sử dụng nhiệt thải lò nung để sản xuất điện, phấn đấu tự cung cấp đến 30% nhu cầu sử dụng điện của nhà máy và giảm lượng phát thải ô nhiễm môi trường.
- Tận dụng, tái chế phế thải làm nhiên liệu cho ngành xi măng, nhằm tiết kiệm chi phí sản xuất.

Thực tế cho thấy giá than đá, thạch cao và clinker những nguyên liệu đầu vào chính dùng cho sản xuất xi măng vẫn tăng đều qua các năm. Mà những nguyên liệu đầu vào này Việt Nam phải nhập khẩu với khối lượng rất lớn.

Ngoài ra giá gas, dầu hiện nay biến động ảnh hưởng tới cước phí vận chuyển tăng. Ảnh hưởng tiêu cực đến sản xuất và kết quả hoạt động của ngành, cụ thể đối với công ty xi măng Hải Phòng năm vừa qua cũng phải hứng chịu những cơn bão giá:

- Giá điện tăng 15%
- Giá than tăng 1.5 lần
- Tỷ giá đô la biến động khó lường khiến giá các mặt hàng nhập khẩu như dầu, thuốc nổ cũng tăng đáng kể ảnh hưởng trực tiếp đến giá thành của doanh nghiệp.

Do đó để tiết kiệm chi phí công ty cần đề ra những biện pháp cụ thể:

Tận dụng, tái chế phế thải làm nhiên liệu cho ngành xi măng, nhằm tiết kiệm chi phí sản xuất.

Giảm thời gian dừng lò để sửa chữa nhằm đạt và vượt công suất thiết kế; nâng cao chất lượng và mác xi măng.

Để hạn chế việc hao hụt nguyên vật liệu công ty cần chú ý những biện pháp sau:

- Tổ chức chặt chẽ từ khâu nhập xuất bảo quản các nguyên vật liệu đầu vào như than, đá vôi...giảm định mức tiêu hao xuống còn khoảng 0.15T.
- Ổn định phối liệu đầu vào để nâng cao chất lượng Clinker tạo điều kiện tăng tỷ lệ phụ gia từ 17% lên khoảng 19%.
- Tăng cường quản lý công tác vận hành các thiết bị chính, giữ máy chạy ổn định lâu dài.

Nhân lực là nguồn chất xám quan trọng trong bất kỳ 1 doanh nghiệp nào, đặc biệt là khi Việt Nam là thành viên của tổ chức thương mại thế giới WTO môi trường kinh doanh năng động nhưng cũng đầy cạnh tranh thách thức. Vì vậy , một biện

pháp chiến lược là đầu tư phát triển con người thông qua tuyển dụng huấn luyện và đào tạo.

Bảng cơ cấu lao động theo nhóm tuổi

Chia theo nhóm tuổi lao động	Số lượng ( người)	Tỷ lệ(%)
Dưới 30	158	12,3
Từ 31 đến 40	444	34,4
Từ 41 đến 50	583	45,2
Từ 51 đến 55	94	7,3
Trên 56 tuổi	10	0,8

Qua bảng trên, trên ta thấy số lượng lao động trong độ tuổi từ 41 đến 50 là cao nhất, chiếm tới 45,2%, ở độ tuổi từ 31 đến 40 chiếm 34,4%, độ tuổi dưới 30 chiếm 12,3%, độ tuổi từ 51 đến 55 chiếm 7,3%, độ tuổi trên 56 chiếm ít nhất , chỉ có 0,7%. Điều đó chứng tỏ lực lượng lao động của công ty tương đối trẻ và đã có kinh nghiệm trong công việc. Đây cũng có thể coi là một lợi thế đối với công ty bởi lẽ công ty đã có bề dày 110 năm hình thành và phát triển, đã đào tạo được đội ngũ công nhân khá lành nghề với nhiều kinh nghiệm trong công việc.

Hiện nay, công ty xi măng Hải Phòng đang trẻ hóa đội ngũ cán bộ công nhân viên do một lượng nhân viên đã đến tuổi nghỉ hưu và do yêu cầu của hoạt động sản xuất kinh doanh cần tuyển dụng thêm lao động.

Điều này yêu cầu công ty phải xây dựng kế hoạch tuyển dụng thật cẩn thận, tỉ mỉ, giúp công ty có kế hoạch cụ thể về việc sử dụng lao động trong hiện tại và tương lai để đem lại hiệu quả cao nhất, tạo sự chủ động trong kinh doanh của công ty.

Sự cạnh tranh khốc liệt của kinh tế thị trường và tình trạng khủng hoảng kinh tế nghiêm trọng toàn cầu trong những năm gần đây khiến cho nhu cầu lao động chất lượng cao của công ty gia tăng. Công ty rất cần những người tài giỏi, có

năng lực tâm huyết, sáng tạo, thích ứng được với môi trường làm việc công nghiệp để cùng công ty dựng xây và phát triển.

Vì là doanh nghiệp nhà nước nên việc tính lương cũng có những đặc thù riêng, đội ngũ lao động đến tuổi nghỉ hưu cũng tương đối, số lao động trong công ty đông... Do đó công ty nên có những chính sách nhân sự hợp lý để giảm chi phí:

- Sử dụng đúng người đúng việc
- Có những chính sách động viên người lao động lớn tuổi không còn đủ sức khỏe nghỉ hưu để giảm áp lực về chi phí
- Cử những người trẻ tuổi có triển vọng đi học bồi dưỡng tay nghề...

Giá cả là một trong những chiến lược quan trọng trong marketing, xây dựng và quản lý chiến lược giá đúng đắn là điều kiện quan trọng đảm bảo doanh nghiệp có thể xâm nhập, chiếm lĩnh được thị trường và hoạt động kinh doanh có hiệu quả cao nhất.

Giá thành luôn là vấn đề quan tâm hàng đầu của khách hàng, cũng chính là mối quan tâm lớn của doanh nghiệp. Chiến lược giá cả đối với các sản phẩm là việc quy định mức giá bán hoặc những mức giá bán với từng loại sản phẩm hoặc với từng đối tượng khách hàng.

Mặc dù trên thị trường hiện nay cạnh tranh về giá cả đã phần nào nhường vị trí hàng đầu cho cạnh tranh về chất lượng hàng hóa và điều kiện dịch vụ, nhưng giá cả vẫn giữ vai trò quan trọng đối với công ty xi măng Hải Phòng nói riêng và các doanh nghiệp, công ty khác nói riêng.

Vì xi măng là một mặt hàng nằm trong tầm kiểm soát giá của nhà nước để bình ổn thị trường nên việc điều chỉnh giá cả phải phù hợp đúng quy định. Tuy nhiên công ty vẫn có những chính sách giá cả cạnh tranh nhất.

Hiện nay giá bán của công ty được tính cụ thể:

Giá bán quy định theo thời điểm, cho từng tuyến vận tải, trong khung giá do Tổng công ty xi măng Việt Nam quy định, bao gồm:

- Giá bán cho nhà phân phối nhận và vận chuyển bằng ô tô
- Giá bán cho nhà phân phối nhận và vận chuyển đường thủy và đường sắt.
  - Giá bán cuối nguồn được tính toán và quy định theo nguyên tắc cộng tới đủ các chi phí bán hàng.
  - Giá bán lẻ cho người tiêu dùng do nhà Phân phối thỏa thuận với người sử dụng theo hướng: xã hội hóa khâu lưu thông, do quan hệ cung cầu của xã hội tự điều tiết.

### 3.2.3 Giải pháp giữ vững và mở rộng thị phần

Thị trường vật liệu xây dựng là một thị trường sớm được xác lập và có tiềm năng phát triển cao. Đặc biệt là trong công cuộc công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước, việc đô thị hoá, cải thiện nâng cấp cơ sở hạ tầng và xây dựng các công trình dân dụng ngày càng tăng khiến cho thị trường vật liệu xây dựng nói chung và thị trường tiêu thụ xi măng nói riêng ngày càng nhộn nhịp. Nhưng điều dễ nhận biết và cần được quan tâm là thị trường luôn biến động và chịu tác động của sự phát triển các ngành kinh tế và đời sống xã hội. Nhận biết được điều đó công ty xi măng Hải Phòng đã đi sâu vào nghiên cứu quy mô thị trường, cơ cấu thị trường và sự vận động của thị trường để đẩy mạnh việc tiêu thụ.

Trong điều kiện ngày nay, hầu hết các nhà sản xuất không bán hàng trực tiếp cho toàn bộ khách hàng của mình mà xen giữa họ và người tiêu dùng cuối cùng là các trung gian mar. Và tập hợp các trung gian mar và những người tiêu dùng cuối cùng đó tạo ra hệ thống phân phối của DN. Chính vì vậy những quyết định về phân phối đóng vai trò hết sức quan trọng đối với công ty xi măng Hải Phòng nói riêng và các công ty khác nói chung. Vấn đề là phải chọn cấu trúc kênh thế nào cho phù hợp với đặc tính sản phẩm của công ty mình đồng thời đẩy nhanh tốc độ tiêu thụ hàng hóa một cách hiệu quả nhất?

Hiện tại, cấu trúc kênh phân phối của công ty như sau:

Công ty sử dụng các kênh phân phối như sau:

Kênh phân phối trực tiếp: bán cho khách hàng thường là các doanh nghiệp có nhu cầu sử dụng với số lượng lớn theo hình thức bán buôn hoặc bán lẻ tại các chi nhánh hoặc đại lý của công ty

Kênh phân phối gián tiếp: công ty bán cho các trung gian để họ bán cho những người tiêu dùng cuối cùng.

Công ty xi măng Hải Phòng đã nghiên cứu , xây dựng các kênh phân phối để phù hợp nhất với các đặc tính của sản phẩm, đa dạng các phương thức bán hàng, đảm bảo lưu thông hàng hóa trên khắp các quận ,huyện trên địa bàn trên địa bàn Hải Phòng và khu vực lân cận.

Trong cơ chế thị trường cạnh tranh khốc liệt, công ty đã mở rộng mạng lưới tiêu thụ, các điểm giao hàng, đại lý bán buôn, bán lẻ để đáp ứng nhanh nhất nhu cầu của thị trường về chất lượng, số lượng. giá cả hợp lý, giao dịch, thuận tiện, vận chuyển bốc dỡ an toàn. Với những nỗ lực trên, công ty xi măng Hải Phòng đã ổn định được phần nào số lượng hàng hóa bán ra, giữ được thị phần của công ty trên thị trường trước sự cạnh tranh của các công đơn vị sản xuất kinh doanh xi măng khác.

Công ty xi măng Hải Phòng xúc tiến bán hàng, quảng bá thương hiệu qua các kênh sau:

- Gửi sản phẩm tham gia các Hội chợ, Triển lãm.
- Quảng cáo thương hiệu qua Truyền thanh, Truyền hình, Báo viết của Trung ương và Địa phương, các Tạp chí chuyên ngành.
- Quảng cáo qua các bảng quảng cáo khổ lớn tại các đầu mối giao thông, cửa ngõ các thành phố lớn, bên cạnh các đường Quốc lộ có nhiều phương tiện đi lại.
- Quảng bá sản phẩm qua các hoạt động xã hội: Thẻ dực thể thao, văn nghệ, hoạt động từ thiện...
- Thông qua các Nhà phân phối tiếp xúc với các hộ tiêu thụ lớn, nắm bắt và ứng phó với các diễn biến tình hình trên thị trường.



Trong những năm gần đây nền kinh tế nước ta tăng trưởng với tốc độ cao, sự phát triển của các ngành nghề ngày càng gia tăng, nhà máy xí nghiệp ngày càng mọc lên nhiều, cơ sở hạ tầng ngày càng khang trang, nhu cầu xây dựng của người dân ngày càng cao. Vì vậy xi măng cũng được sử dụng nhiều hơn trong đời sống xã hội. Do đó lượng khách hàng của công ty ngày càng nhiều, thị trường ngày càng được mở rộng ra khắp các tỉnh, thành phố khác trong cả nước. Đối tượng khách hàng của công ty cũng có nhiều loại như các doanh nghiệp tư nhân, các công ty xây dựng, công ty trách nhiệm hữu hạn, các đại lý, cửa hàng kinh doanh vật liệu xây dựng...

Công ty luôn coi khách hàng là một bộ phận quan trọng, không thể tách rời khỏi môi trường kinh doanh của công ty, là đối tượng phục vụ chính và là yếu tố quan trọng nhất quyết định tới sự sống còn của công ty. Do vậy công ty luôn hướng mọi sự nỗ lực của mình vào khách hàng, hiểu được khách hàng cần gì, muốn gì để có phương thức phục vụ tốt nhất. Sự trung thành và tín nhiệm của khách hàng là tài sản vô giá trong hoạt động kinh doanh của công ty. Sự trung thành và tín nhiệm đạt được là do công ty biết thỏa mãn tốt hơn những nhu cầu và nguyện vọng của khách hàng so với đối thủ cạnh tranh.

Hiện nay, thị trường tiêu thụ chính của công ty là Hải Phòng, Thái Bình với lượng tiêu thụ khoảng 70%, còn lại 30% là các thị trường khác. Trong đó sản phẩm PCB40 được tiêu thụ chủ yếu.

Ngoài thị trường tiêu thụ chủ yếu là Hải Phòng, Thái Bình, công ty luôn quan tâm nghiên cứu đến việc thâm nhập vào thị trường các tỉnh, thành phố khác thông qua các chi nhánh, nhà phân phối, đại lý của công ty.

Có thể thấy mỗi loại hình doanh nghiệp đều có mạng lưới và phương thức kinh doanh riêng, nhưng thực tiễn thời gian qua cho thấy mạng lưới kinh doanh xi măng theo phương thức bán hàng thông qua các nhà phân phối chính, các Cty thương mại và các đại lý là tương đối hiệu quả.

Phương thức này giảm chi phí lưu thông, chi phí bán hàng. Tuy nhiên, cần tăng cường công tác kiểm tra về thực hiện cam kết trách nhiệm giữa các khâu trong hệ thống. Với định hướng phát triển:

- Mở rộng quy mô sản xuất, đa dạng hoá sản phẩm
- Không ngừng phát huy cải tiến kỹ thuật nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm, năng suất thiết bị, giảm chi phí, nâng cao trình độ cho CBCN.
- Duy trì sản lượng tiêu thụ ở thị trường truyền thống, đồng thời mở rộng tiêu thụ ở các địa bàn mới; Xuất khẩu xi măng ra nước ngoài.
- Chuẩn bị các điều kiện để cổ phần hoá Công ty
- Luôn là Công ty dẫn đầu về mọi mặt trong Tổng công ty xi măng Việt Nam

Công ty cần đẩy mạnh những biện pháp mở rộng thị trường tiêu thụ đồng thời cũng phải tìm mọi cách để giữ vững thị trường hiện có.

Công ty có thể đề ra những biện pháp giữ vững thị phần mình đang nắm giữ và mở rộng thị trường tiêu thụ bằng cách:

- Đổi mới phương thức bán hàng để nâng cao hiệu quả tiêu thụ.
- Tăng cường công tác kiểm tra về thực hiện cam kết trách nhiệm giữa các khâu trong hệ thống.
- Áp dụng những thành tựu trong sản xuất và công nghệ khoa học để nâng cao chất lượng sản phẩm.
- Đẩy mạnh công tác nghiên cứu thị trường, tìm kiếm những thị trường tiềm năng trong và ngoài nước....

Ngoài ra, cần nghiên cứu giảm chi phí vận chuyển clinker từ Bắc vào Nam để có giá bán hợp lý, mới cạnh tranh được clinker nhập khẩu từ các nước Đông Nam Á.

Công ty cũng cần tăng cường xây dựng và quảng bá thương hiệu sản phẩm, điều này đặc biệt quan trọng đối với những nhà máy mới đưa vào sản xuất.

Cùng với việc đẩy mạnh tiêu thụ trong nước, cần xúc tiến tìm kiếm thị trường xuất khẩu clinker, lưu ý thị trường Nga, các nước Đông Âu như Ba Lan, Ucraina và Châu Phi, nhất là những thị trường mà ảnh hưởng của sự suy thoái kinh tế ít rõ nét.

Tăng cường kiểm tra, chống xi măng Trung Quốc nhập lậu qua đường biên giới.

Nhu cầu tiêu thụ xi măng các tỉnh phía Nam những năm gần đây khoảng 38-40% nhu cầu xi măng cả nước. Dự tính năm 2009 khoảng 17,5 - 18 triệu tấn, trong khi khả năng đáp ứng công suất tại chỗ của 4 nhà máy xi măng lò quay và 1 nhà máy xi măng lò đứng ở miền Nam khoảng 5,5 triệu tấn (XM Bình Phước dự kiến hoạt động tháng 6/2009). Như vậy cần phải vận chuyển từ Bắc vào Nam khoảng 12 - 12,5 triệu tấn. Đây là khối lượng vận chuyển rất lớn, đòi hỏi phải có sự chuẩn bị để chủ động về nguồn cung cấp xi măng, clinker, phương tiện kho bãi; đồng thời phải có phương án bốc, dỡ đáp ứng nhu cầu từng tháng, từng mùa vụ trong các điều kiện thời tiết.

## KẾT LUẬN

Trong những năm gần đây, công ty xi măng Hải Phòng đã có rất nhiều cố gắng và nỗ lực phấn đấu không ngừng nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh. Kết quả đạt được là công ty luôn đảm bảo hoạt động kinh doanh có lợi nhuận dương, tạo công ăn việc làm và ổn định đời sống cho cán bộ công nhân viên trong công ty.

Tuy nhiên, trong xu thế hội nhập và tự do hoá thương mại, ngành sản xuất xi măng ngày càng phải đối mặt với sự cạnh tranh gay gắt. Điều đó buộc các doanh nghiệp trong ngành phải vươn lên, công ty xi măng Hải Phòng không phải là một ngoại lệ. Vì vậy, công ty xi măng Hải Phòng đã đang phải áp dụng nhiều biện pháp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh để tiếp tục phát triển.

Trong thời gian đi nghiên cứu thực tế ở nhà máy xi măng Hải Phòng, tìm hiểu quá trình sản xuất và tiêu thụ xi măng của nhà máy, vận dụng những kiến thức đã học được, luận văn đã phân tích và đưa ra một số giải pháp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của Công ty Xi măng Hải Phòng trong bối cảnh kinh tế thị trường và hội nhập kinh tế quốc tế. Những giải pháp đề xuất dựa trên các cơ sở thực tiễn như năng lực sản xuất hiện tại của Công ty, tình hình sản xuất và cung ứng sản phẩm xi măng trên thị trường, các yếu tố ngoại lai tác động đến việc sản xuất và tiêu thụ sản phẩm của Công ty. Đặc biệt, báo cáo cố gắng đưa ra một số dự báo về tình hình sản xuất và cung ứng xi măng trong ngắn hạn và trung hạn trên thị trường Việt Nam, làm căn cứ để doanh nghiệp có thể tham khảo xây dựng chiến lược sản xuất kinh doanh.

Do thời gian nghiên cứu có hạn nên báo cáo của tác giả chắc chắn còn rất nhiều thiếu sót. Vì vậy, rất mong nhận được những ý kiến đóng góp của các thầy, các cô và tập thể ban lãnh đạo công ty để bài viết được hoàn thiện hơn. Cuối cùng, xin trân trọng cảm ơn sự giúp đỡ của tập thể cán bộ công nhân viên trong công ty, các thầy cô trong bộ môn Quản trị kinh doanh trường Đại học Dân Lập Hải Phòng và đặc biệt là sự hướng dẫn tận tình của thầy giáo Nguyễn Xuân Quang đã giúp em hoàn thành bài báo cáo này.

*Em xin chân thành cảm ơn !*

## DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Marketing dưới góc độ quản trị doanh nghiệp, PGS, TS Tăng Văn Bền chủ biên, Nhà xuất bản Thống kê, Hà Nội, 1997.
2. Giáo trình quản trị tài chính doanh nghiệp hiện đại của Nguyễn Ngọc Thơ.
3. Quản trị nhân sự của trường Đại học Kinh Tế Quốc Dân.
4. Quản trị Marketing của Đại học Kinh Tế Quốc Dân.
5. Quản trị doanh nghiệp của Đại học Kinh Tế Quốc Dân.
6. Một số tài liệu tham khảo khác.