**TÓM TẮT ĐỀ ÁN**

Trong nền kinh tế thị trường, cạnh tranh là một quy luật khách quan của nền sản xuất hàng hóa, là một nội dung quan trọng trong cơ chế vận động của thị trường. Khi nền kinh tế ngày càng phát triển, số lượng hàng hóa dịch vụ bán ra càng nhiều thì việc cạnh tranh lại ngày càng trở lên gay gắt hơn. Cạnh tranh diễn ra mọi lúc, mọi nơi, không phụ thuộc vào ý kiến chủ quan của riêng ai, nên cạnh tranh trở thành quy luật quan trọng thúc đẩy sự phát triển, nỗ lực của các doanh nghiệp. Cạnh tranh trong kinh doanh có thể thắng lợi hoặc thất bại. Thắng lợi trong cạnh tranh chính là thành công trong kinh doanh, nhưng để thắng lợi trong kinh doanh là vấn đề được quan tâm hơn cả vì nó không những ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp mà nó còn liên quan đến sự sống còn của doanh nghiệp. Toàn cầu hóa và hội nhập kinh tế quốc tế đang mở ra rất nhiều cơ hội nhưng cũng không ít những thách thức. Trước tình thế đó, việc nâng cao khả năng cạnh tranh là điều tất yếu để các doanh nghiệp Việt Nam tồn tại và phát triển.

Việt Nam bước vào giai đoạn “già hóa dân số” từ năm 2011 (01/4/2011) khi có tỷ lệ người từ 60 tuổi trở lên là 10,1% và người từ 65 tuổi trở lên là 7,2%. Do đó, xu hướng già hóa dân số được coi là vấn đề ưu tiên trong Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội Việt Nam. Đặc biệt, Chiến lược quốc gia về an sinh xã hội giai đoạn đã nhấn mạnh nhu cầu xây dựng các cơ chế an sinh xã hội toàn diện, chăm sóc sức khỏe và trợ giúp xã hội cho người cao tuổi, nhằm giải quyết tốt hơn các khó khăn về kinh tế - xã hội và sức khỏe cho người cao tuổi.

Công ty cổ phần Diana Unicharm thuộc tập toàn Unicharm Nhật Bản đã và đang dẫn đầu trong các ngành hàng sản xuất sản phẩm chăm sóc phụ nữ, trẻ em và người cao tuổi tại Việt Nam. Sản phẩm Tã người lớn đang đóng góp tỷ trọng tăng trưởng nhanh chóng trên 25% tổng doanh thu các ngành hàng của công ty, được đánh giá phân khúc thị trường vẫn còn nhiều tiểm năng phát triển. Vì vậy, ngành hàng Tã người lớn đang được coi là một trong các ngành hàng chiến lược, mũi nhọn tương lai của Diana Unicharm trong ngắn hạn và dài hạn. Thực tế cho thấy, trong những năm gần đây, các sản phẩm tã người lớn của Diana Unicharm luôn khẳng định được vị trí đứng đầu trên thị trường, đang và đã nhận được sự ủng hộ từ người tiêu dùng Việt Nam.

Tuy nhiên, trong bối cảnh khủng hoảng nền kinh tế toàn cầu và cạnh tranh khốc liệt hơn từ các tập đoàn đa quốc gia trong và ngoài nước, ngành hàng Tã người lớn của Diana Unicharm có sự suy giảm về thị phần và đang phải đối mặt với nguy cơ mất vị trí dẫn đầu trong tương lai gần bởi các đối thủ cạnh tranh trực tiếp trong ngành, phân khúc Tã giá rẻ tới từ Trung Quốc. Trước những thách thức đó, yêu cầu đặt ra cho Diana Unicharm là cần xác định nhiệm vụ xuyên suốt, quan trọng để tránh bị mất thị phần vào tay các đối thủ và sử dụng các nguồn lực đầu tư cho ngành hàng Tã người lớn một cách có hiệu quả. Xuất phát từ thực tế trên, việc tìm ra giải pháp để nâng cao khả năng cạnh tranh của sản phẩm Tã người lớn của công ty cổ phần Diana Unicharm là yêu cầu thiết thực và cấp thiết.

Với vai trò hiện tại là thư ký Giám đốc bán hàng tại phòng bán hàng của Diana Unicharm, tôi hy vọng thông qua những nghiên cứu về lý luận và thực tiễn để đánh giá hiệu quả tình hình hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, đánh giá những điểm mạnh, điểm yếu của công ty so với đối thủ cạnh tranh, từ đó đưa ra những giải pháp cụ thể cải thiện và giữ vững vị trí dẫn đầu của các sản phẩm Tã người lớn. Vì vậy, tôi đã chọn đề tài nghiên cứu: *“****Khả năng cạnh tranh sản phẩm Tã người lớn của Công ty Cổ phần Diana Unicharm”*** để làm đề án thạc sĩ với mục đích góp phần giúp công ty hoàn thiện những định hướng phát triển trong tương lai.