

MỤC LỤC

NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN	i
LỜI CẢM ƠN	ii
MỤC LỤC	iii
DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT	v
DANH MỤC CÁC BẢNG BIỂU	vi
DANH MỤC CÁC HÌNH VẼ, SƠ ĐỒ	vii
MỞ ĐẦU	viii
1. Lý do chọn đề tài	viii
2. Mục tiêu nghiên cứu.....	ix
3. Câu hỏi nghiên cứu	ix
4. Đối tượng nghiên cứu.....	ix
5. Phạm vi nghiên cứu.....	ix
6. Phương pháp nghiên cứu.....	x
7. Kết cấu của chuyên đề khóa luận	x
CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ KÊNH PHÂN PHỐI	1
1.1. Tổng quan về kênh phân phối.....	1
1.1.1. Khái niệm phân phối và kênh phân phối	1
1.1.2. Vai trò của kênh phân phối	2
1.1.3. Bản chất của kênh phân phối	3
1.2. Nội dung của kênh phân phối	4
1.2.1. Cấu trúc kênh phân phối	4
1.2.2. Các hình thức tổ chức mạng lưới kênh phân phối	7
1.2.3. Hoạt động của kênh phân phối.....	9
1.2.4. Quản lý kênh phân phối	10
1.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động của kênh phân phối	13
1.3.1. Nhân tố vi mô.....	13
1.3.2. Nhân tố vĩ mô.....	13
CHƯƠNG 2. PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG KÊNH PHÂN PHỐI SẢN PHẨM CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI KOMPA	15

2.1. Tổng quan về Công ty TNHH Thương mại Kompa	15
2.1.1. Thông tin chung về công ty.....	15
2.1.2. Lịch sử hình thành và phát triển.....	15
2.1.3. Chức năng, nhiệm vụ và lĩnh vực hoạt động	16
2.1.4. Cơ cấu tổ chức.....	18
2.1.5. Tình hình hoạt động kinh doanh của công ty từ năm 2020 – 2022 ...	19
2.2. Phân tích thực trạng hoạt động kênh phân phối sản phẩm tại Công ty TNHH Thương mại Kompa	21
2.2.1. Tổng quan về thị trường và sản phẩm của công ty	21
2.2.2. Cấu trúc kênh phân phối của công ty	26
2.2.3. Hoạt động của kênh phân phối.....	30
2.2.4. Quản lý kênh phân phối	34
2.2.5. Kết quả phân phối sản phẩm	39
2.3. Đánh giá chung về hoạt động kênh phân phối sản phẩm tại Công ty TNHH Thương mại Kompa	41
2.3.1. Ưu điểm.....	41
2.3.2. Hạn chế.....	42
CHƯƠNG 3. GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN KÊNH PHÂN PHỐI SẢN PHẨM TẠI CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI KOMPA.....	43
3.1. Định hướng phát triển của Công ty TNHH Thương mại Kompa.....	43
3.2. Lợi thế cạnh tranh của kênh phân phối sản phẩm Công ty TNHH Thương mại Kompa	44
3.3. Giải pháp hoàn thiện kênh phân phối sản phẩm tại Công ty TNHH Thương mại Kompa	45
3.3.1. Hoàn thiện tiêu chuẩn tuyển chọn thành viên trong kênh phân phối. 45	
3.3.2. Xây dựng chương trình khuyến khích hợp tác.....	49
3.3.3. Phát triển kênh phân phối trực tuyến	51
KẾT LUẬN	54
TÀI LIỆU THAM KHẢO	55