

TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGUYỄN TẤT THÀNH  
KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH



**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP**

**ĐỀ TÀI:**

**GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG  
MARKETING 4P TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN TẬP ĐOÀN  
HOA SEN – CHI NHÁNH THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH**

*Giảng viên hướng dẫn:*

**TS. NGUYỄN ĐÌNH KHIÊM**

*Sinh viên thực hiện:*

**HUỲNH HẢI TƯỜNG DÂN**

**MSSV: 2000002942**

**Lớp: 20DQT1D**

**TP. Hồ Chí Minh – 09/2023**

TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGUYỄN TẤT THÀNH  
KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH



**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP**

**ĐỀ TÀI:**

**GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ VỀ HOẠT ĐỘNG  
MARKETING 4P TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN TẬP ĐOÀN  
HOA SEN – CHI NHÁNH THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH**

*Giảng viên hướng dẫn:*

**TS. NGUYỄN ĐÌNH KHIÊM**

*Sinh viên thực hiện:*

**HUỲNH HẢI TƯỜNG DÂN**

**MSSV: 2000002942**

**Lớp: 20DQT1D**

**TP. Hồ Chí Minh – 09/2023**



## LỜI CẢM ƠN

---

Để hoàn thành bài khóa luận này, em xin gửi lời cảm ơn đến Quý Thầy Cô ở Khoa Quản trị kinh doanh, trường Đại học Nguyễn Tất Thành đã tạo cơ hội cho em được học tập, rèn luyện và tích lũy kiến thức, kỹ năng để thực hiện tốt khóa luận này.

Em xin gửi lời cảm ơn đến Giảng viên hướng dẫn thầy Nguyễn Đình Khiêm – người đã tận tình chỉ dẫn, theo dõi và đưa ra những lời khuyên bổ ích giúp em giải quyết được các vấn đề gặp phải trong suốt quá trình nghiên cứu và hoàn thành đề tài một cách tốt nhất.

Em xin chân thành cảm ơn các anh chị khóa trước, bạn bè, gia đình đã luôn quan tâm, nhiệt tình giúp đỡ, động viên em trong suốt quá trình học tập và hoàn thành bài khóa luận này.

Em xin bày tỏ lòng biết ơn đến Ban Giám đốc CTCP Tập đoàn Hoa Sen, các phòng ban, các anh/chị tại chi nhánh TP. HCM đã quan tâm giúp đỡ em, tạo điều kiện cho em học hỏi những kỹ năng cần thiết khi đi làm tại một Công ty và hỗ trợ em trong suốt quá trình thực tập và quá trình làm bài vừa qua.

Vì kiến thức chuyên môn còn hạn chế và bản thân em còn thiếu sót rất nhiều kinh nghiệm thực tiễn nên nội dung bài khóa luận không thể tránh khỏi những thiếu sót. Em rất mong nhận được sự góp ý, chỉ dạy thêm từ Quý Thầy Cô để em rút kinh nghiệm và hoàn thành tốt hơn.

Cuối cùng, em xin chúc Quý Thầy Cô dồi dào sức khỏe và đạt được nhiều thành công trong công việc. Em xin chân thành cảm ơn!

TP. HCM, ngày ..... tháng ..... năm 2023

**Sinh viên thực hiện**

*(ký và ghi họ tên)*

HUỲNH HẢI TƯỜNG DÂN

## LỜI CAM ĐOAN

---

Em cam đoan rằng đề tài này là do chính em thực hiện, các số liệu thu thập và kết quả phân tích trong đề tài là trung thực.

TP. HCM, ngày ..... tháng ..... năm 2023

**Sinh viên thực hiện**

*(ký và ghi họ tên)*

HUỲNH HẢI TƯỜNG DÂN

# PHẦN MỞ ĐẦU

## 1. Lý do chọn đề tài

Việt Nam đang trong giai đoạn hội nhập vào nền kinh tế khu vực và thế giới, điều này đã tạo cho các doanh nghiệp tại Việt Nam có nhiều hướng thuận lợi để phát triển. Trong môi trường kinh doanh luôn biến động, bên cạnh những cơ hội phát triển nó cũng gây áp lực buộc các doanh nghiệp muốn tồn tại, phát triển thì phải có những mục tiêu và chiến lược phù hợp với thực tiễn. Hiện nay, hoạt động Marketing là hoạt động quan trọng đối với mọi doanh nghiệp, dù đó là doanh nghiệp sản xuất hay doanh nghiệp thương mại. Doanh nghiệp sản xuất ra hàng hóa mà không bán được giống như các doanh nghiệp thương mại nhập hàng hóa về mà không thể bán được thì đều dẫn đến việc kinh doanh không có lợi nhuận, có thể dẫn tới phá sản. Cuộc sống của người dân Việt Nam ngày một nâng cao, đòi hỏi nhu cầu về mọi mặt của con người ngày càng cao. Do vậy, Marketing trở thành hoạt động chiếm vị trí đặc biệt, là điều kiện tiên quyết cho sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp.

Tôn Hoa Sen là một trong các công ty hàng đầu thực hiện các chiến lược Marketing với quy mô lớn, tăng sức nhận diện thương hiệu với các chương trình như tri ân khách hàng, tổ chức sự kiện và tài trợ rất nhiều cho các hoạt động xã hội ở Việt Nam. Nhận thấy vai trò quan trọng của Marketing trong bối cảnh thị trường hiện tại, cùng với việc tìm hiểu tại CTCP Tập đoàn Hoa Sen nên em đã chọn đề tài: “Giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động Marketing 4P của CTCP Tập đoàn Hoa Sen – Chi nhánh Thành phố Hồ Chí Minh” để có cái nhìn khái quát hơn về doanh nghiệp, hiểu rõ hơn về các hoạt động Marketing của doanh nghiệp và để hoàn thành tốt bài khóa luận của bản thân.

## 2. Mục tiêu nghiên cứu

- Giới thiệu tổng quát về CTCP Tập đoàn Hoa Sen – Chi nhánh TP. HCM.
- Phân tích thực trạng hoạt động Marketing 4P tại Công ty. Phân tích ưu điểm, nhược điểm, hạn chế cũng như kết quả đạt được trong hoạt động Marketing 4P tại Công ty.
- Đề xuất một số giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động Marketing 4P ở Công ty.

### **3. Câu hỏi nghiên cứu**

Giải pháp nâng cao hiệu quả cho hoạt động Marketing 4P của CTCP Tập đoàn Hoa Sen – Chi nhánh TP. HCM.

### **4. Đối tượng nghiên cứu**

- Nghiên cứu sự thành lập và phát triển của CTCP Tập đoàn Hoa Sen;
- Nghiên cứu hoạt động của Marketing 4P tại CTCP Tập đoàn Hoa Sen.

### **5. Phạm vi nghiên cứu**

- Phạm vi về nội dung: Tìm hiểu về các hoạt động Marketing 4P tại CTCP Tập đoàn Hoa Sen – chi nhánh TP. HCM.
- Phạm vi về không gian: CTCP Tập đoàn Hoa Sen - chi nhánh TP. HCM.

Địa chỉ: 2A60 Tỉnh Lộ 10, Ấp 2, xã Phạm Văn Hai, huyện Bình Chánh, TP. HCM.

- Phạm vi về thời gian: Các số liệu phục vụ cho bài báo cáo bắt đầu từ năm 2019 – 2021.

### **6. Phương pháp nghiên cứu**

- Phương pháp thu thập thông tin: Thu thập thông tin từ các nguồn như: báo, sách, Internet,...
- Phương pháp quan sát: Tự thu thập số liệu qua quan sát, theo dõi, nghe, nhìn, từ đó có những số liệu để làm bài báo cáo.
- Phương pháp phân tích và tổng hợp: Phân tích là đánh giá tổng hợp, kết hợp với hệ thống hóa để nhận định về tình hình hoạt động chung và từ đó nêu ra được điểm mạnh, điểm yếu trong công tác bán hàng của công ty, từ đó đánh giá được khả năng cạnh tranh của công ty và định hướng phát triển trong tương lai. Tổng hợp là phương pháp thống nhất toàn bộ các yếu tố thành một kết luận đầy đủ, hoàn thiện.

### **7. Bố cục của khóa luận**

Đề tài: “Giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động Marketing 4P tại CTCP Tập đoàn Hoa Sen – chi nhánh TP. HCM” gồm 03 phần:

Phần mở đầu

Phần nội dung:

- Chương 1: Cơ sở lý luận về Marketing.
- Chương 2: Phân tích thực trạng vấn đề nghiên cứu của doanh nghiệp.

- Chương 3: Đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả Marketing 4P.

Phần kết luận