

TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGUYỄN TẤT THÀNH  
KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH



**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP**

**ĐỀ TÀI:**

**PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG BÁN HÀNG VÀ ĐỀ XUẤT  
GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG BÁN  
HÀNG TẠI CÔNG TY TNHH SUMI&SUKI**

*Giảng viên hướng dẫn*

**ThS TĂNG THỊ BÍCH HIỀN**

*Sinh viên thực hiện*

**DOÃN THỊ HOÀNG MY**

**MSSV: 2000002280**

**Lớp: 20DQT2A**

**TP.HỒ CHÍ MINH – 2023**

TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGUYỄN TẤT THÀNH  
KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH



**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP**

**ĐỀ TÀI:**

**PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG BÁN HÀNG VÀ ĐỀ XUẤT  
GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG BÁN  
HÀNG TẠI CÔNG TY TNHH SUMI&SUKI**

*Giảng viên hướng dẫn*

**ThS TĂNG THỊ BÍCH HIỀN**

*Sinh viên thực hiện*

**DOÃN THỊ HOÀNG MY**

**MSSV: 2000002280**

**Lớp: 20DQT2A**

**TP.HỒ CHÍ MINH – 2023**

# NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN



Họ và tên người nhận xét: .....

Học vị: .....

## NỘI DUNG NHẬN XÉT

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**Tổng điểm:** .....

....., ngày..... tháng.....năm 2023

**GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN**

*(ký và ghi họ tên)*

.....

## **LỜI CẢM ƠN**

Trong suốt khoảng thời gian học tập và rèn luyện tại Trường Đại học Nguyễn Tất Thành cho đến nay, em đã nhận được rất nhiều sự quan tâm, giúp đỡ của quý Thầy Cô và bạn bè. Với lòng biết ơn sâu sắc em xin gửi lời cảm ơn đến Ban lãnh đạo cùng với quý Thầy Cô ở Khoa QTKD – NTTU đã truyền đạt vốn kiến thức quý báu cho em để em có thể hoàn thành bài khóa luận tốt nghiệp, đề tài “Phân tích thực trạng bán hàng và đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động bán hàng tại Công ty TNHH Sumi&Suki”.

Và đặc biệt, Khoa đã tổ chức cho chúng em được tiếp cận với các môn học mà theo em là rất hữu ích đối với sinh viên ngành QTKD nói chung cũng như tất cả các sinh viên thuộc khối ngành khác nói riêng. Em xin gửi lời cảm ơn chân thành nhất tới cô Tăng Thị Bích Hiền đã tận tâm hướng dẫn em hoàn thành tốt bài khóa luận tốt nghiệp này trong thời gian qua.

Không thể không nhắc tới sự chỉ đạo của Ban lãnh đạo Công ty TNHH Sumi&Suki, nhờ có sự giúp đỡ nhiệt tình của các anh chị ở Phòng Kinh doanh nói chung và các phòng ban khác nói riêng, đã tạo điều kiện thuận lợi nhất cho em trong suốt thời gian thực tập tại công ty.

Tuy nhiên với kinh nghiệm cùng kiến thức còn hạn chế, bài khóa luận này không thể tránh khỏi những thiếu sót. Em rất mong nhận được sự chỉ bảo và đóng góp ý kiến của các quý thầy cô.

Em xin chân thành cảm ơn!

Ngày ..... tháng ..... năm .....

**Sinh viên thực hiện**

*(ký và ghi họ tên)*

**Doãn Thị Hoàng My**

## **LỜI CAM ĐOAN**

Em xin cam đoan rằng khóa luận tốt nghiệp về “Phân tích thực trạng bán hàng và đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động bán hàng tại Công ty TNHH Sumi&Suki” là công trình nghiên cứu và tìm tòi của riêng em.

Các thông tin cũng như số liệu được thu thập và sử dụng trong bài Khóa luận tốt nghiệp này được thu thập từ nguồn thực tế tại Đơn vị thực tập, trên các sách báo khoa học chuyên ngành (có trích dẫn đầy đủ và theo đúng qui định). Nội dung trong bài khóa luận này do kinh nghiệm của bản thân được rút ra từ quá trình nghiên cứu và thực tập tại Công ty TNHH Sumi&Suki không sao chép từ các nguồn tài liệu, báo cáo khác. Nếu sai sót em xin hoàn toàn chịu trách nhiệm theo qui định của Nhà Trường.

Ngày ..... tháng ..... năm.....

**Sinh viên thực hiện**

*(ký và ghi họ tên)*

**Doãn Thị Hoàng My**

# LỜI MỞ ĐẦU

## 1. Lý do chọn đề tài

Với xu thế toàn cầu hóa đang diễn ra mạnh mẽ trên thị trường kinh tế hiện nay, đã tạo điều kiện cho chúng ta được tiếp cận với những dịch vụ và sản phẩm không ngừng đổi mới trong thời đại phát triển của khoa học công nghệ. Do đó, người tiêu dùng có cơ hội hơn để tìm kiếm những sản phẩm phù hợp với nhu cầu của mình, điều này mang lại cho hoạt động bán hàng có nhiều cơ hội phát triển nhưng cũng gặp không ít khó khăn.

Đối với mỗi công ty, bán hàng là hoạt động quan trọng nhất. Bán được hàng thì công ty mới lấy lại được vốn kinh doanh, có lãi và mở rộng thị trường kinh doanh. Ngoài ra, sự cạnh tranh giữa các công ty là không thể tránh khỏi và ngày càng trở nên gay gắt. Vì vậy, các công ty muốn tồn tại phải không ngừng nỗ lực phát triển vươn lên và giữ thương hiệu của công ty trên thị trường. Mỗi doanh nghiệp đều có những vũ khí riêng để cạnh tranh với đối thủ, có thể là dịch vụ chăm sóc khách hàng, doanh số bán hàng hoặc chất lượng dịch vụ... Hoạt động bán hàng được thực hiện theo chiến lược và kế hoạch của công ty vạch ra, sản phẩm của công ty được khách hàng chấp nhận, uy tín của đơn vị được giữ vững và củng cố trên thị trường. Bán hàng là hoạt động có mối quan hệ mật thiết với khách hàng, tạo dựng lòng tin và uy tín, tạo ra nhu cầu của người tiêu dùng.

Hiện nay các công ty sản xuất, kinh doanh đều mong muốn thu được lợi nhuận cao và tạo dấu ấn tốt trên thị trường. Trước tiên họ phải xây dựng được danh tiếng tốt trên thị trường bằng cách cải thiện chất lượng và mẫu mã sản phẩm. Bên cạnh đó, phải quản lý tốt mọi chi phí từ khâu mua hàng đến khâu bán hàng, tiết kiệm chi phí sẽ hạ giá thành sản phẩm, từ đó thu hút được khách hàng. Trên thực tế, các công ty muốn tồn tại và phát triển trong môi trường cạnh tranh gay gắt hiện nay cần phải có những biện pháp cụ thể có mục tiêu nhằm khuyến khích tiêu thụ hàng hóa và giữ vững vị thế của mình trên thị trường thông qua các mục tiêu đạt được như thị phần, doanh số hàng năm, lợi nhuận, tốc độ tăng trưởng... Để đạt được các mục tiêu trên, các nhà quản lý bán hàng nên thực hiện các hoạt động có

ý nghĩa nhất của tổ chức bán hàng để giúp nâng cao hiệu quả kinh doanh của công ty và đảm bảo sự phát triển bền vững của công ty về nguồn lực.

Nước ta là một nước nông nghiệp, trong đó sản phẩm gạo là một trong những loại lương thực quan trọng nhất của Việt Nam và đứng thứ 3 về xuất khẩu gạo toàn cầu sau Thái Lan và Ấn Độ. Sản xuất lúa gạo có vai trò đặc biệt quan trọng trong phát triển kinh tế nông nghiệp, nông thôn Việt Nam. Khoảng 80% trong tổng số 11 triệu hộ nông dân tham gia sản xuất lúa gạo, chủ yếu dựa vào phương pháp canh tác thủ công truyền thống. Do sản xuất lúa gạo là nguồn thu nhập và cung cấp lương thực chính của nông dân, nên chính sách phát triển kinh tế nông nghiệp, nông thôn gắn liền với phát triển ngành hàng lúa gạo. *(Nguồn: Báo Nhân Dân điện tử)*

Thị trường xuất khẩu gạo của Việt Nam đang đối mặt với cơ hội gia tăng khối lượng và giá trị xuất khẩu sau khi một số quốc gia tạm dừng xuất khẩu gạo; tuy nhiên, nước ta cũng phải đối mặt với nhiều khó khăn, thách thức trong việc bảo đảm an ninh lương thực và bình ổn giá cả trên thị trường trong nước. Ấn Độ - nhà xuất khẩu gạo hàng đầu thế giới cũng đã áp đặt lệnh cấm xuất khẩu gạo trắng không phải là gạo Basmati vào tháng trước. Chính phủ nước này cho biết mục đích của lệnh cấm này là giúp hạ giá gạo và đảm bảo nguồn cung trong nước.

Những ngày qua, tình hình thế giới khiến giá gạo xuất khẩu tiếp tục tăng. Số liệu từ Hiệp hội Lương thực Việt Nam cho thấy, giá gạo 5% tằm đạt mức 638 USD/tấn tại Việt Nam và 651 USD/tấn tại Thái Lan vào ngày 11/8. Thị trường gạo toàn cầu dự kiến sẽ tiếp tục biến động trong những tháng tới. *(Nguồn: Báo điện tử Đảng Cộng Sản Việt Nam)*

Xuất khẩu tăng khiến giá gạo trong nước tăng nhanh từng ngày (bình quân mỗi ngày tăng 100 - 200 đồng/kg). Hiện giá gạo nguyên liệu tại một số nơi đã tăng từ 1.000 - 1.500 đồng/kg so với ngày 20/7/2023 (Lệnh cấm xuất khẩu gạo của Ấn Độ có hiệu lực), thậm chí tăng hơn 2.000 đồng/kg nhưng doanh nghiệp khó mua vì lượng lúa trong dân không nhiều. Tình trạng này dẫn đến việc cạnh tranh mua bán khiến giá gạo liên tục tăng cao. Cò xuất hiện, thương lái gom lúa đáp ứng nhu cầu kinh doanh vì 70% doanh nghiệp không liên kết xây dựng vùng nguyên liệu với hợp tác xã. Giá gạo xuất khẩu tăng đẩy giá gạo tiêu dùng tại Cần Thơ và Hậu

Giang tăng 10% so với tháng trước. (Nguồn: Báo điện tử Đảng Cộng Sản Việt Nam)

Công ty TNHH Sumi&Suki với hơn 10 năm hình thành và phát triển, đã trở thành một trong những doanh nghiệp có vị thế vững chắc trên thị trường thông qua các sản phẩm gạo được người tiêu dùng đón nhận. Tuy nhiên, để cạnh tranh được với các đối thủ cùng ngành như: VinEco (Tập đoàn Vingroup), Gạo Hạt Ngọc Trời, Gạo AAN, Gạo Hoa Sen... thì công ty cũng gặp không ít khó khăn. Vì vậy, để tồn tại được trên thị trường hiện nay, công ty phải không ngừng đổi mới, cải thiện và phát triển hoạt động bán hàng hơn nữa. Các sản phẩm gạo của Công ty TNHH Sumi&Suki đã nhận được sự tin tưởng của nhiều người tiêu dùng cho đến nay và có doanh số bán hàng tăng lên trong nhiều năm qua. Từ những phân tích trên và thông qua quá trình thực tập tại công ty, em quyết định chọn đề tài “Phân tích thực trạng bán hàng và đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động bán hàng tại Công ty TNHH Sumi&Suki” để làm đề tài cho khóa luận tốt nghiệp của mình. Em mong muốn kết hợp những kiến thức đã được học trên trường cùng với sự tìm hiểu và nghiên cứu tình hình thực tế để đưa ra những giải pháp nhằm thúc đẩy hoạt động bán hàng gạo tại công ty ngày càng phát triển, đạt mức doanh thu cao hơn.

## **2. Mục tiêu nghiên cứu**

### **2.1. Mục tiêu nghiên cứu chung**

Nghiên cứu hoạt động bán hàng tại Công ty TNHH Sumi&Suki từ đó đánh giá thực trạng công ty để đưa ra những giải pháp hoàn thiện hoạt động bán hàng.

### **2.2. Mục tiêu nghiên cứu cụ thể**

- Tìm hiểu những lý luận chung về hoạt động bán hàng của công ty.
- Tìm hiểu và phân tích quy trình bán hàng của công ty
- Đề xuất các kiến nghị và giải pháp nâng cao hoạt động bán hàng gạo của Công ty TNHH Sumi&Suki để tăng doanh thu.

## **3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu**

### **3.1. Đối tượng nghiên cứu:**

Tình hình hoạt động bán hàng của Công ty TNHH Sumi&Suki qua các năm 2020 – 2022 thông qua các số liệu và tài liệu về tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty.

### **3.2. Phạm vi nghiên cứu**

- **Về mặt không gian:**

- Đề tài được thực hiện tại Công ty TNHH Sumi&Suki.

- **Về mặt thời gian:**

- Thông tin được thu thập trực tiếp tại công ty trong khoảng thời gian từ năm 2020 – 2022.

### **4. Phương pháp nghiên cứu**

#### **4.1. Phương pháp thu nhập số liệu và tổng hợp**

- Tổng hợp số liệu từ báo cáo hoạt động kinh doanh, báo cáo tài chính hằng năm của công ty cũng như các số liệu khác từ các phòng ban. Để từ đó nhận xét về tình hình hoạt động của công ty.

#### **4.2. Phương pháp so sánh**

- So sánh giữa lý thuyết và thực tế, so sánh quy trình bán hàng để thấy được sự khác biệt. Nhờ đó, đánh giá được ưu điểm và nhược điểm để tìm ra các giải pháp tối ưu.

#### **4.3. Phương pháp xử lý số liệu**

- Phân tích và tính toán doanh thu, chi phí, lợi nhuận liên quan đến hoạt động bán hàng của công ty.

### **5. Bố cục khóa luận**

Đề tài ngoài lời mở đầu và kết luận còn có 3 chương, bao gồm:

- Chương 1: Cơ sở lý luận về hoạt động bán hàng (Khái niệm về hoạt động bán hàng, khái niệm về quản trị bán hàng, quy trình hoạt động bán hàng, phương thức bán hàng, quy trình bán hàng, tuyển dụng và đào tạo, các yếu tố ảnh hưởng và các khái niệm khác).
- Chương 2: Thực trạng hoạt động bán hàng tại CTY TNHH Sumi&Suki (Giới thiệu về công ty, cơ cấu tổ chức, một số sản phẩm, một số khách hàng và phân tích kết quả SXKD, phân tích vi mô, vĩ mô, thực trạng bán hàng của công ty, dịch vụ CSKH, đội ngũ nhân viên, đánh giá ưu và nhược điểm).
- Chương 3: Giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động bán hàng tại Công ty TNHH Sumi&Suki (Hướng phát triển và các biện pháp nâng cao).