

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGUYỄN TẤT THÀNH**  
**KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH**



**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP**

**ĐỀ TÀI:**

**HOÀN THIỆN KÊNH PHÂN PHỐI SẢN PHẨM CÔNG TY  
TNHH THƯƠNG MẠI KOMPA**

*Giảng viên hướng dẫn*

**ThS: LÊ NGỌC HẢI**

*Sinh viên thực hiện*

**NGUYỄN MINH CHIẾN**

*Mã số SV: 2000000503*

*Lớp: 20DMK1A*

**TP.HCM - 2023**

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGUYỄN TẤT THÀNH**  
**KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH**



**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP**

**ĐỀ TÀI:**

**HOÀN THIỆN KÊNH PHÂN PHỐI SẢN PHẨM CÔNG TY  
TNHH THƯƠNG MẠI KOMPA**

*Giảng viên hướng dẫn*

**ThS: LÊ NGỌC HẢI**

*Sinh viên thực hiện*

**NGUYỄN MINH CHIẾN**

*Mã số SV: 2000000503*

*Lớp: 20DMK1A*

**TP.HCM - 2023**



## LỜI CẢM ƠN

Với tình cảm chân thành, em trân trọng gửi lời cảm ơn tới tất cả các thầy, cô tại Trường Đại học Nguyễn Tất Thành đã giảng dạy, hướng dẫn tận tình, trách nhiệm đồng thời tạo mọi điều kiện tốt nhất cho tác giả trong quá trình học tập, nghiên cứu và hoàn thiện khóa luận.

Đặc biệt tác giả xin được bày tỏ lòng kính trọng và sự biết ơn sâu sắc tới giảng viên hướng dẫn Thầy LÊ NGỌC HẢI, người đã tận tình chỉ bảo và hướng dẫn tác giả trong suốt quá trình nghiên cứu để hoàn thiện khóa luận này.

Bên cạnh đó tác giả cũng xin cảm ơn ban lãnh đạo Công ty TNHH Thương mại Kompa, các phòng ban chức năng thuộc Công ty đã tạo điều kiện, cung cấp số liệu để em có thể hoàn thành khóa luận một cách tốt nhất.

Với tất cả tâm huyết và sự cố gắng trong quá trình nghiên cứu đề tài, song do trình độ, sự hiểu biết và thời gian nghiên cứu còn hạn chế nên khóa luận khó tránh khỏi những thiếu sót, tồn tại. Em kính mong nhận được sự góp ý, chỉ bảo của các thầy, cô cùng ý kiến đóng góp để khóa luận được hoàn thiện hơn.

Một lần nữa xin được trân trọng cảm ơn!

Ngày ..... tháng ..... năm .....

**Sinh viên thực hiện**

*(ký và ghi họ tên)*

# MỞ ĐẦU

## 1. Lý do chọn đề tài

Một chiến lược marketing tốt sẽ giúp doanh nghiệp tăng nhanh chóng lượng tiêu thụ, mở rộng thị trường, tăng khả năng cạnh tranh cũng như uy tín của doanh nghiệp. Kênh phân phối đóng vai trò rất quan trọng, làm nhiệm vụ đưa sản phẩm từ nơi sản xuất đến tay người tiêu dùng cuối cùng sao cho thoả mãn được nhu cầu của khách hàng. Thông qua kênh phân phối nhà sản xuất khai thác tối ưu những ưu điểm của chuyên môn hóa trong việc chăm sóc khách hàng, quản lý khách hàng tiếp cận được thị trường tốt hơn, có được những thông tin về thị trường chính xác, kịp thời giúp cho việc ra quyết định hành động của công ty tốt hơn.

Hệ thống kênh phân phối hiệu quả sẽ giúp doanh nghiệp nhanh chóng tăng doanh thu, mở rộng thị phần, tăng khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp. Nếu hệ thống phân phối hoặc hệ thống kênh phân phối hoạt động kém hiệu quả thì doanh nghiệp sẽ khó tồn tại và phát triển. Từ đó hệ thống phân phối trở thành phương tiện cạnh tranh hữu hiệu được các doanh nghiệp quan tâm, hệ thống kênh phân phối là cầu nối giữa doanh nghiệp và người tiêu dùng, không có hệ thống kênh phân phối thì doanh nghiệp khó tồn tại và phát triển được vì không phải lúc nào doanh nghiệp cũng có thể đưa hàng hóa đến tận tay người tiêu dùng cuối cùng.

Công ty TNHH Thương mại Kompa được thành lập từ năm 2016 cho đến nay. Thị trường trọng điểm của công ty hiện nay chủ yếu tại khu vực TP.HCM, để mở rộng quy mô sản xuất kinh doanh công ty cần mở rộng địa bàn kinh doanh. Vì vậy, giai đoạn này công ty đang tập trung tìm hiểu thị trường và hoàn thiện kênh phân phối sản phẩm của công ty ra các khu vực lân cận TP.HCM và một số thành phố lớn khác, đặc biệt công ty có định hướng phát triển vào thị trường Hà Nội. Vì vậy, sau thời gian thực tập và tìm hiểu về kênh phân phối và những vấn đề kênh phân phối của Công ty TNHH Thương mại Kompa đang gặp phải như xung đột giữa các thành viên trong kênh, khó khăn trong công tác thu hút và tuyển chọn thành viên kênh, tác giả đã lựa chọn đề tài cho khóa luận tốt nghiệp là: “Hoàn thiện kênh phân phối sản phẩm Công ty TNHH Thương mại Kompa”.

## **2. Mục tiêu nghiên cứu**

**Mục tiêu chung:** Phân tích thực trạng kênh phân phối sản phẩm tại Công ty TNHH Thương mại Kompa và đề xuất một số giải pháp nhằm hoàn thiện kênh phân phối sản phẩm của công ty.

### **Mục tiêu cụ thể:**

Hệ thống hóa cơ sở lý luận về kênh phân phối để làm cơ sở tìm hiểu và phân tích thực trạng kênh phân phối sản phẩm tại Công ty TNHH Thương mại Kompa.

Phân tích thực trạng kênh phân phối sản phẩm tại Công ty TNHH Thương mại Kompa và đánh giá chung về ưu điểm và hạn chế tồn tại trong kênh phân phối sản phẩm của công ty.

Đề xuất giải pháp hoàn thiện kênh phân phối sản phẩm cho Công ty TNHH Thương mại Kompa dựa trên các hạn chế còn tồn tại.

## **3. Câu hỏi nghiên cứu**

Cơ sở lý thuyết nào được sử dụng để tìm hiểu và phân tích thực trạng kênh phân phối sản phẩm tại Công ty TNHH Thương mại Kompa?

Thực trạng hoạt động kênh phân phối sản phẩm Công ty TNHH Thương mại Kompa được thực hiện như thế nào và có những ưu điểm và hạn chế gì?

Làm thế nào để hoàn thiện kênh phân phối sản phẩm tại Công ty TNHH Thương mại Kompa?

## **4. Đối tượng nghiên cứu**

Đối tượng nghiên cứu của đề tài là kênh phân phối sản phẩm của Công ty TNHH Thương mại Kompa.

## **5. Phạm vi nghiên cứu**

Phạm vi không gian: Khóa luận được tìm hiểu và phân tích trong phạm vi Công ty TNHH Thương mại Kompa.

Phạm vi thời gian: Khóa luận được thực hiện từ 26/06/2023 đến 21/08/2023. Dữ liệu về hoạt động kinh doanh và hoạt động kênh phân phối sản phẩm của Công ty TNHH Thương mại Kompa được thu thập từ năm 2020 – 2022.

## **6. Phương pháp nghiên cứu**

**Phương pháp thu thập dữ liệu:** Dữ liệu thứ cấp trong báo cáo được thu thập từ các phòng ban trong Công ty TNHH Thương mại Kompa.

### **Phương pháp phân tích dữ liệu:**

- Phương pháp thống kê: Tổng hợp số liệu của công ty có liên quan đến hoạt động kênh phân phối.
- Phương pháp phân tích: Phân tích các báo cáo liên quan đến tình hình hoạt động của công ty và hoạt động trong kênh phân phối của công ty.
- Phương pháp so sánh: Sử dụng so sánh để đối chiếu giữa các kỳ và năm hoạt động của công ty.

## **7. Kết cấu của chuyên đề khóa luận**

Báo cáo bao gồm 3 chương như sau:

Chương 1: Cơ sở lý luận về kênh phân phối

Chương 2: Phân tích thực trạng hoạt động kênh phân phối sản phẩm Công ty TNHH Thương mại Kompa

Chương 3: Giải pháp hoàn thiện kênh phân phối sản phẩm tại Công ty TNHH Thương mại Kompa