

TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGUYỄN TẤT THÀNH

KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH



KHOÁ LUẬN TỐT NGHIỆP

ĐỀ TÀI:

**PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG MARKETING
CỦA CÔNG TY TNHH Ô TÔ HYUNDAI MIỀN NAM.**

Giảng viên hướng dẫn:

ThS. NGUYỄN THỊ BÍCH LIÊN

Sinh viên thực hiện:

LÊ NGUYỄN THU NGÂN

MSSV: 2000003789

LỚP: 20DQT1B

NGÀNH: QUẢN TRỊ KINH DOANH

TP. HỒ CHÍ MINH – 2023

LỜI CẢM ƠN

Đầu tiên, em xin gửi lời cảm ơn đến toàn thể Quý thầy cô trường Đại học Nguyễn Tất Thành đã truyền đạt những kiến thức cho em trong suốt quá trình học. Em xin bày tỏ lòng biết ơn đến ThS. Nguyễn Thị Bích Liên. Cô là người đã truyền đạt những kiến thức quý báu cho em.

Em cũng xin trân trọng gửi lời cảm ơn đến Ban Giám đốc và các anh chị nhân viên công ty đã chỉ dẫn và giúp đỡ em.

Em đã cố gắng vận dụng những kiến thức đã học được để hoàn thành bài Khoá luận tốt nghiệp. Nhưng do kiến thức còn hạn chế, không có nhiều kinh nghiệm thực tiễn nên khó tránh khỏi những thiếu sót trong quá trình nghiên cứu và trình bày. Rất kính mong sự góp ý để bài Khoá luận của em được hoàn thiện hơn.

Em xin trân trọng cảm ơn!

LỜI CAM ĐOAN

Tôi cam đoan đề tài này là do tôi thực hiện, các số liệu mà tôi thu thập và kết quả phân tích trong đề tài là trung thực, đề tài không trùng với bất kỳ đề tài nghiên cứu khoa học nào.

Ngày tháng năm

Sinh viên thực hiện

(ký và ghi họ tên)

.....

PHẦN MỞ ĐẦU

1. LÝ DO CHỌN ĐỀ TÀI

Nền kinh tế thị trường hiện đại, kinh doanh ngày càng trở nên khó khăn hơn do khả năng cung cấp hàng hoá ra thị trường vì thế các công ty cần phải đa dạng và đòi hỏi chất lượng nhằm thoả mãn khách hàng. Sự cạnh tranh gay gắt trên thị trường nói chung và thị trường ô tô nói riêng, buộc các doanh nghiệp kinh doanh ô tô Việt Nam phải thay đổi tư duy kinh doanh, phải thường xuyên tiếp thu học hỏi các tư tưởng, lý thuyết về Marketing là một trong những công việc của người làm về Marketing mà không phải công ty nào cũng biết và triển khai một cách bài bản.

Để kinh doanh và cạnh tranh thì công ty nên cần hiểu biết, phân tích đầy đủ về thị trường, doanh nghiệp và đối thủ cạnh tranh... để đưa ra chiến lược rõ ràng, mục tiêu cụ thể và chính sách phù hợp, chuẩn bị sẵn sàng để phản ứng với những thay đổi bất ngờ trong thị trường.

Nước Việt Nam là một trong những thị trường hấp dẫn và tiềm năng đối với các hãng xe ô tô, đặc biệt là các hãng xe ô tô nước ngoài như HINO; SUZUKI; ISUZU; THACO; HYUNDAI;.... Các hãng xe liên tục đưa ra các dòng xe với những kiểu dáng khác nhau từ sang trọng đến bình dân đã làm cho lượng cầu đối với các hãng xe ngày càng tăng cao. Là đại lý kinh doanh của Hyundai, Hyundai miền Nam đã phải đối đầu nhiều các đối thủ cạnh tranh khác nhau với đủ loại hình sản phẩm cung đáp ứng như cầu của khách hàng. Chính vì vậy để có được sự tin tưởng từ khách hàng và thu hút được khách hàng thì Hyundai miền Nam cần xây dựng kế hoạch sao cho phù hợp. Để cạnh tranh đối thủ thì có nhiều cách cạnh tranh như bằng phương pháp chiết khấu, quà tặng ưu đãi, chương trình ưu đãi khác... Với mong muốn củng cố, áp dụng những lý thuyết Marketing để giúp doanh nghiệp đạt được mục tiêu, và em xin thực hiện đề tài Khóa luận tốt nghiệp “Phân tích thực trạng, hoạt động Marketing của công ty TNHH ô tô Hyundai miền Nam.”

2. MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU ĐỀ TÀI

- Đánh giá tình hình hoạt động kinh doanh của công ty TNHH Ô tô Hyundai miền Nam qua khoảng thời gian từ năm 2020 đến năm 2022.
- Phân tích thực trạng hoạt động Marketing của Công ty trong thời gian qua
- Phân tích môi trường Marketing của Công ty để xây dựng SWOT những điểm mạnh, điểm yếu trên cơ sở đó nâng cao hiệu quả công tác Marketing tại Công ty.

3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

- Thu thập số liệu thứ cấp về kết quả hoạt động kinh doanh của công ty qua 3 năm 2020 – 2022.
- Dùng phương pháp phân tích, so sánh số liệu giữa các năm với nhau để phân tích kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty.
- Thu thập những số liệu, các thông tin từ sách, báo, giáo trình và Internet. Tham khảo những ý kiến từ các anh chị trong Công ty để nắm rõ thông tin.

4. ĐỐI TƯỢNG NGHIÊN CỨU

Hoạt động Marketing của công ty TNHH ô tô Hyundai miền Nam.

5. PHẠM VI ĐỀ TÀI

- Phạm vi không gian: Công ty TNHH Ô Tô Hyundai Miền Nam. Địa chỉ: 88 Quốc lộ 1A, Phường An Phú Đông, Quận 12, Thành Phố Hồ Chí Minh
- Phạm vi thời gian: Các dữ liệu báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh, doanh thu, lợi nhuận, chi phí... tại Công ty TNHH Ô Tô Hyundai Miền Nam trong khoảng thời gian từ năm 2020 đến năm 2022
- Tập trung nghiên cứu khách hàng cá nhân mua sản phẩm xe tải và xe khách.

6. KẾT CẤU KHOÁ LUẬN

Ngoài các nội dung phụ thì nội dung chính của bài khoá luận như sau:

- Chương 1: Cơ sở lý luận về Marketing Mix
- Chương 2: Phân tích hoạt động Marketing Mix của Công ty TNHH Ô Tô Hyundai Miền Nam
- Chương 3: Đề xuất các giải pháp hoàn thiện hoạt động Marketing Mix tại Công ty TNHH Ô Tô Hyundai Miền Nam