

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC DÂN LẬP HẢI PHÒNG

ISO 9001:2015

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

NGÀNH: MARKETING

Sinh viên :Đào Thùy Dương
Giảng viên hướng dẫn: Ths Nguyễn Thị Ngọc Anh

HẢI PHÒNG – 2019

MỤC LỤC

PHẦN MỞ ĐẦU.....	6
CHƯƠNG 1 CƠ SỞ LÝ LUẬN MARKETING MIX TRONG DOANH NGHIỆP 8	
1.1. Khái niệm Marketing	8
1.1.1. Marketing là gì	8
1.1.2. Chức năng và vai trò của Marketing	8
1.2. Khái quát về Marketing hỗn hợp (Marketing – Mix)	9
1.2.1. Chính sách sản phẩm hàng hoá	9
1.2.2 Chính sách giá cả	16
1.2.3 Chính sách phân phối	21
1.2.4. Chính sách xúc tiến hỗn hợp	24
1.3. Một số đặc điểm kinh tế kỹ thuật ảnh hưởng tới hoạt động kinh doanh ...	26
1.3.1. Yếu tố khách quan.....	26
1.3.2. Yếu tố chủ quan	28
CHƯƠNG II. THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG MARKETING – MIX CỦA CÔNG TY.....	30
2.1. Lịch sử hình thành và phát triển Công ty Cổ Phần Đầu Tư và Phát Triển Hải Nam.....	30
2.1.1. Lịch sử hình thành công ty.....	30
2.1.2. Chức năng nhiệm vụ của Công ty Cổ Phần Đầu Tư và Phát Triển Hải Nam	31
2.1.3. Cơ cấu tổ chức của Công ty Cổ Phần Đầu Tư và Phát Triển Hải Nam	31
2.1.4. Tình hình nhân sự Công ty Cổ Phần Đầu Tư và Phát Triển Hải Nam.....	36
2.1.5. Tình hình doanh thu Công ty Cổ Phần Đầu Tư và Phát Triển Hải Nam ..	38
2.2. Thực trạng marketing mix của Công ty Cổ Phần Đầu Tư và Phát Triển Hải Nam	39
2.2.1.Mô tả sản phẩm chính của Công ty	39
2.2.2. Thực trạng Marketing hỗn hợp của Công ty Cổ Phần Đầu Tư và Phát Triển Hải Nam.....	40
2.2.2. Chiến lược giá	47
2.2.3. Chiến lược phân phối	51

2.2.4. Chiến lược chiêu thị	52
2.3. Nhân tố ảnh hưởng.....	55
2.3.1 Môi trường vĩ mô	55
2.3.2. Môi trường vi mô	56
2.4. Đánh giá thực trạng vận dụng marketing-mix trong hoạt động kinh doanh dịch vụ vận tải hàng hóa của Công ty trong những năm gần đây.....	58
2.4.1. Những mặt đạt được	58
2.4.2. Những tồn tại và nguyên nhân.....	59
CHƯƠNG 3 MỘT SỐ GIẢI PHÁP VẬN DỤNG MARKETING-MIX NHẪM PHÁT TRIỂN HOẠT ĐỘNG KINH DOANH DỊCH VỤ VẬN TẢI HÀNG HÓA CÔNG TY CỔ PHẦN ĐT PT HẢI NAM.....	62
3.1.Mục tiêu và phương hướng phát triển của Công ty Cổ Phần Đầu Tư và Phát Triển Hải Nam.....	62
3.2. Một số giải pháp vận dụng marketing-mix nhằm phát triển hoạt động kinh doanh dịch vụ vận tải hàng hóa của Công ty.....	63
3.2.1. Giải pháp về nhân sự	Error! Bookmark not defined.
3.2.2. Giải pháp về loại hình dịch vụ.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.3. Giải pháp về giá	Error! Bookmark not defined.
3.2.4. Giải pháp về phân phối.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.5. Giải pháp về xúc tiến hỗn hợp.....	Error! Bookmark not defined.
3.3. Kiến nghị đối với cơ quan chức năng.....	63
KẾT LUẬN.....	73
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO	74

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Từ lâu nay, xăng dầu được xác định là mặt hàng vật tư thiết yếu, mang tính chiến lược đối với sự phát triển của Đất nước, thuộc độc quyền của Nhà nước. Xăng dầu đóng vai trò chủ đạo, vị trí quan trọng đảm bảo sự phát triển kinh tế xã hội, đảm bảo an ninh quốc phòng, phục vụ đắc lực và có hiệu quả vào sự nghiệp công nghiệp hoá, hiện đại hoá Đất nước. Bên cạnh đó, xăng dầu không chỉ đáp ứng cho nhu cầu sinh hoạt của cuộc sống hàng ngày của con người mà nó còn là nguồn nhiên liệu quan trọng tác động rất lớn đối với những ngành sản xuất, dịch vụ, đặc biệt nó không thể thiếu được đối với lĩnh vực giao thông vận tải.

Hiện nay, trước xu thế hội nhập nền kinh tế thế giới để có thể tồn tại và phát triển trong một thế giới năng động, trước tình hình cạnh tranh gay gắt giữa các doanh nghiệp trên thương trường thì một trong những yếu tố có thể nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp đó là công cụ Marketing. Trong những năm qua, Công ty Cổ Phần Đầu Tư và Phát Triển Hải Nam cũng đã phần nào chú trọng đến công tác marketing của mình để khuyến khích khách hàng tiêu thụ các loại hàng hóa do Công ty cung cấp, giữ vững phát triển thêm thị trường của Công ty với mục tiêu chất lượng của mình là: “thoả mãn tốt nhất nhu cầu của khách hàng đáp ứng nhanh và đáp ứng vượt hơn sự mong đợi của khách hàng”. Tuy nhiên, công tác này tại công ty vẫn chưa mang tính chuyên nghiệp và bài bản.

Nhận thức được tầm quan trọng của Marketing đối với doanh nghiệp, cùng với thời gian thực tập tại Công ty Xăng dầu Bến Tre, em đã chọn đề tài: “Phân tích hoạt động Marketing – Mix tại Công ty Cổ Phần Đầu Tư và Phát Triển Hải Nam ” để làm đề tài luận văn tốt nghiệp của mình.

2. Mục tiêu nghiên cứu

- Đánh giá tình hình hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ Phần Đầu Tư và Phát Triển Hải Nam qua 3 năm 2016-2018
- Đánh giá lại thực trạng công tác Marketing của Công ty trong thời gian qua.
- Phân tích môi trường kinh doanh của Công ty để thấy được những cơ hội, đe dọa, những điểm mạnh, điểm yếu để từ đó đề xuất một số biện pháp 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 2016 – 2018.
- 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 số liệu, thông tin liên quan đến đề tài từ sách, báo, tạp chí, Internet.
- Tham khảo những ý kiến cũng như sự góp ý từ các cô chú, anh chị trong công ty để nắm rõ hơn những điều chưa rõ.

4. Phạm vi nghiên cứu

- Tập trung vào phân tích, đánh giá số liệu thu thập qua 3 năm 2016 – 2018
- Đề tài tập trung vào chiến lược sản phẩm, chiến lược giá, chiến lược phân phối và chiến lược chiêu thị để phân tích thực trạng hoạt động marketing và đề xuất những biện pháp để nâng cao hoạt động marketing tại công ty.
- Số liệu thứ cấp sử dụng trong luận văn được thu thập đến cuối năm 2018.

THÔNG TIN LIÊN HỆ:

*Để lại thắc mắc, nội dung bạn muốn tư vấn để Tổng đài [Luận văn 1080](https://luanvan1080.com) tư vấn cho bạn nhé!
 Liên hệ dịch vụ viết thuê luận văn: <https://luanvan1080.com/viet-thue-luan-van.html>
 Hoặc qua SĐT: 096.999.1080 hoặc email: luanvan1080@gmail.com để được giúp đỡ nhé!*