

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC NAM CẦN THƠ**



NGUYỄN THANH NHÀN

**PHÂN TÍCH HOẠT ĐỘNG MARKETING MIX
TRONG KINH DOANH XUẤT KHẨU CỦA
CÔNG TY TNHH CHẾ BIẾN DỪA SÁP CÀU KÈ
(VICOSAP) TỪ NĂM 2021-2024**

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Ngành: Marketing

Mã số ngành: 7340115

Cần Thơ, tháng 05 - năm 2025

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC NAM CẦN THƠ**

**NGUYỄN THANH NHÀN
MSSV: 213515
Lớp: DH21MAR02**

**PHÂN TÍCH HOẠT ĐỘNG MARKETING MIX
TRONG KINH DOANH XUẤT KHẨU CỦA
CÔNG TY TNHH CHẾ BIẾN DỪA SÁP CÀU KÈ
(VICOSAP) TỪ NĂM 2021-2024**

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP
Ngành: Marketing
Mã số ngành: 7340115

**GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN
NGUYỄN THỊ HỒNG NHƯ**

Cần Thơ, tháng 05 - Năm 2025

CHẤP THUẬN CỦA HỘI ĐỒNG

Khóa luận “Phân tích hoạt động Marketing mix trong kinh doanh xuất khẩu của công ty TNHH Chế Biến Dừa Sáp Cầu Kè (Vicosap) từ năm 2021 – 2024”, do sinh viên Nguyễn Thanh Nhân thực hiện dưới sự hướng dẫn của ThS. Nguyễn Thị Hồng Như. Khóa luận đã báo cáo và được Hội đồng chấm khóa luận thông qua ngày.../.../2025.

Ủy viên

(Ký tên)

Thư ký

(Ký tên)

Phản biện 1

(Ký tên)

Phản biện 2

(Ký tên)

Cán bộ hướng dẫn

(Ký tên)

Chủ tịch Hội đồng

(Ký tên)

LỜI CẢM ƠN

Tác giả xin gửi lời cảm ơn sâu sắc đến Quý Thầy/Cô thuộc Khoa Quản trị Kinh doanh – Marketing, Trường Đại học Nam Cần Thơ, vì đã tận tình giảng dạy và truyền đạt những kiến thức chuyên môn quý báu, tạo nền tảng vững chắc cho việc hoàn thành báo cáo thực tập này.

Đồng thời, tác giả đặc biệt tri ân Cô Nguyễn Thị Hồng Như vì sự hướng dẫn tận tâm và những hỗ trợ quý giá trong suốt quá trình thực tập, giúp tác giả hoàn thiện bài báo cáo một cách hiệu quả và tốt nhất.

Những kiến thức tiếp thu được trong quá trình học tập kết hợp với kinh nghiệm thực tiễn từ thời gian thực tập không chỉ là cơ sở quan trọng để hoàn thành báo cáo khóa luận tốt nghiệp, mà còn là hành trang ý nghĩa, giúp tác giả tự tin chinh phục những bước tiến trong sự nghiệp và cuộc sống.

Xin chân thành cảm ơn!

Cần Thơ, ngày ... tháng ... năm 2025

Người thực hiện

NGUYỄN THANH NHÀN

TRANG CAM KẾT

Tôi xin cam kết rằng khóa luận tốt nghiệp này được thực hiện dựa trên kết quả nghiên cứu của chính tác giả. Toàn bộ nội dung và kết quả nghiên cứu trong báo cáo là hoàn toàn trung thực, chưa từng được sử dụng cho bất kỳ hoạt động nghiên cứu hay công trình nào khác ở cùng cấp.

Tác giả chịu hoàn toàn trách nhiệm về tính trung thực và nguyên bản của báo cáo này.

Cần Thơ, ngày ... tháng ... năm 2025

Người thực hiện

NGUYỄN THANH NHÀN

MỤC LỤC

Trang

CHẤP THUẬN CỦA HỘI ĐỒNG	i
LỜI CẢM ƠN	ii
TRANG CAM KẾT	iii
MỤC LỤC	iv
DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT	viii
DANH MỤC BIỂU BẢNG	ix
DOANH MỤC HÌNH.....	xi
CHƯƠNG 1 MỞ ĐẦU	1
1.1 LÝ DO CHỌN ĐỀ TÀI.....	1
1.2 MỤC TIÊU CỦA ĐỀ TÀI	3
1.2.1 Mục tiêu chung.....	3
1.2.2 Mục tiêu cụ thể.....	3
1.3 PHẠM VI NGHIÊN CỨU	3
1.4 LƯỢC KHẢO NHỮNG TÀI LIỆU CÓ LIÊN QUAN	3
1.4.1 Nghiên cứu nước ngoài	3
1.4.2 Nghiên cứu trong nước	4
1.4.3 Tóm tắt các nghiên cứu liên quan	5
1.5 CẤU TRÚC CỦA BÁO CÁO	7
1.6 Ý NGHĨA CỦA ĐỀ TÀI.....	7
1.6.1 Ý nghĩa thực tiễn.....	7
1.6.2 Ý nghĩa khoa học	8
CHƯƠNG 2 TỔNG QUAN VỀ CÔNG TY TNHH CHẾ BIẾN DỪA SÁP CẦU KÈ (VICOSAP)	9
2.1 GIỚI THIỆU VỀ CÔNG TY TNHH CHẾ BIẾN DỪA SÁP CẦU KÈ	9
2.1.1 Tổng quát về công ty TNHH Chế Biến Dừa Sáp Cầu Kè	9
2.1.2 Quá trình hình thành và phát triển của công ty	10
2.1.2.1 Lịch sử hình thành.....	10
2.1.2.2 Các cột mốc thành tựu đáng nhớ.....	11
2.1.3 Cơ sở vật chất.....	15
2.1.4 Cơ cấu tổ chức.....	15

2.1.5 Quy trình làm việc của các bộ phận và phòng ban	15
2.2 CÁC SẢN PHẨM CHÍNH CỦA CÔNG TY TNHH CHẾ BIẾN DỪA SÁP	
CÀU KÈ:	16
2.2.1 Dừa sáp sợi.....	16
2.2.2 Dừa sáp sấy dẻo	17
2.2.3 Dừa sáp sấy khô	18
2.2.4 Sữa chua dừa sáp sấy	19
2.2.5 Kẹo dừa sáp nguyên chất	20
CHƯƠNG 3 CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU	22
3.1 CƠ SỞ LÝ LUẬN.....	22
3.1.1 Tổng quan về Marketing	22
3.1.1.1 Khái niệm của Marketing.....	22
3.1.1.2 Vai trò và mục tiêu của Marketing.....	22
3.1.2 Tổng quan về Marketing - mix	23
3.1.2.1 Khái niệm Marketing-mix.....	23
3.1.2.2 Vai trò và mục tiêu của Marketing mix	25
3.1.3 Các công cụ để nghiên cứu và xây dựng marketing mix	25
3.1.4 Tổng quan về xuất nhập khẩu	26
3.1.4.1 Khái niệm xuất nhập khẩu	26
3.1.4.2 Vai trò và mục tiêu của xuất nhập khẩu.....	27
3.1.4.3 Sự cần thiết và vai trò của hoạt động xuất khẩu đối với nước ta	28
3.1.5 Giả thuyết nghiên cứu	29
3.1.6 Mô hình nghiên cứu đề xuất.....	30
3.2 PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU	31
3.2.1 Quy trình nghiên cứu	31
3.2.2 Thiết kế bảng câu hỏi	32
3.2.3 Xây dựng thang đo	33
3.2.3.1 Thang đo Product	33
3.2.3.2 Thang đo Price	33
3.2.3.3 Thang đo Place.....	34
3.2.3.4 Thang đo Promotion.....	35
3.2.3.5 Thang đo hiệu quả hoạt động Marketing mix trong xuất khẩu.....	35
3.2.4 Phương pháp chọn mẫu.....	36

3.2.5 Phương pháp thu thập số liệu.....	36
3.2.6 Phương pháp phân tích số liệu	36
CHƯƠNG 4 KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ PHÂN TÍCH	40
4.1 PHÂN TÍCH TÌNH HÌNH KINH DOANH CỦA CÔNG TY TNHH CHẾ BIẾN DỪA SÁP CẦU KÈ (2022 – 2024)	40
4.2 PHÂN TÍCH HOẠT ĐỘNG MARKETING MIX TRONG XUẤT KHẨU CỦA CÔNG TY TNHH CHẾ BIẾN DỪA SÁP CẦU KÈ (2022-2024)	43
4.2.1 Chiến lược sản phẩm (Product).....	43
4.2.2 Chiến lược giá (Price)	46
4.2.3 Chiến lược phân phối (Place).....	49
4.2.4 Chiến lược xúc tiến (Promotion).....	51
4.3 PHÂN TÍCH CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG MARKETING MIX TRONG XUẤT KHẨU CỦA VICOSAP	53
4.3.1 Kết quả thống kê khảo sát	53
4.3.1.1 Giới tính	53
4.3.1.2 Nhóm khách hàng	53
4.3.1.3 Độ tuổi.....	54
4.3.2 Kiểm định độ tin cậy của thang đo	55
4.3.2.1 Thang đo biến độc lập	55
4.3.2.2 Thang đo biến phụ thuộc.....	57
4.3.3 Phân tích EFA	58
4.3.3.1 Phân tích EFA lần 1	58
4.3.3.1 Phân tích EFA lần 2	60
4.3.4 Phân tích tương quan.....	63
4.3.5 Phân tích hồi quy tuyến tính bội	64
CHƯƠNG 5 HÀM Ý QUẢN TRỊ.....	69
5.1 PHÂN TÍCH SWOT	69
5.1.1 Điểm mạnh	71
5.1.2 Điểm yếu	71
5.1.3 Cơ hội.....	71
5.1.4 Thách thức.....	72
5.1.5 Những thuận lợi, khó khăn trong quá trình hoạt động của công ty TNHH Chế biến Dừa Sáp Cầu Kè	72

5.1.5.1 Thuận lợi	72
5.1.5.2 Khó khăn	73
5.2 HÀM Ý QUẢN TRỊ CHO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG MARKETING MIX TRONG KINH DOANH XUẤT KHẨU CỦA CÔNG TY	74
5.2.1 Sản phẩm	74
5.2.2 Xúc tiến	74
5.2.3 Giá	75
5.2.4 Phân phối.....	76
CHƯƠNG 6 KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ.....	77
6.1 KẾT LUẬN	77
6.2. KIẾN NGHỊ.....	78
6.2.1 Đối với công ty.....	78
6.2.2 Đối với cơ quan quản lý nhà Nước và chính quyền địa phương	79
6.2.3 Đối với các cơ sở đào tạo, viện nghiên cứu và chuyên gia tư vấn.....	79
6.3 NHỮNG HẠN CHẾ VÀ HƯỚNG ĐỀ TÀI NGHIÊN CỨU TIẾP THEO..	79
6.3.1 Những hạn chế	79
6.3.2 Hướng đề tài nghiên cứu tiếp theo	80
TÀI LIỆU THAM KHẢO	81
PHỤ LỤC 1: HÌNH ẢNH VÀ THÔNG TIN THÔ	83
PHỤ LỤC 2: BẢNG CÂU HỎI KHẢO SÁT	88
PHỤ LỤC 3: DỮ LIỆU CHẠY SPSS.....	91

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

Stt	Viết tắt	Viết đầy đủ
1	BCCP	Bưu chính chuyển phát
2	B2B	Business To Business
3	CP	Cổ phần
4	ĐBSCL	Đồng bằng sông Cửu Long
5	DNNVV	Doanh nghiệp nhỏ và vừa
6	HQHD	Hiệu quả hoạt động
7	NN	Nhà Nước
8	OCOP	One Commune One Product
9	TNHH	Trách nhiệm hữu hạn
10	XK	Xuất khẩu
11	NN	Nhà Nước
12	SWOT	Strengths (Điểm mạnh), Weaknesses (Điểm yếu), Opportunities (Cơ hội) và Threats (Thách thức) - là một mô hình nổi tiếng trong phân tích kinh doanh
13	SPSS	Phần mềm xử lý thống kê dùng trong các ngành khoa học xã hội (Statistical Package for Social Sciences)

DANH MỤC BIỂU BẢNG

	<i>Trang</i>
Bảng 1.1: Tổng kết một số bảng liên quan	5
Bảng 3.1: Thang đo Product	33
Bảng 3.2: Thang đo Price	34
Bảng 3.3: Thang đo Place	34
Bảng 3.4: Thang đo Promotion	35
Bảng 3.5: Thang đo hiệu quả hoạt động Marketing mix trong xuất khẩu	35
Bảng 4.1: Doanh thu xuất khẩu, nội địa và tổng giai đoạn 2022–2024	40
Bảng 4.2: Tỷ trọng chênh lệch trong gia đoạn 2022-2024	40
Bảng 4.3: Tổng hợp chi phí hoạt động của Công ty TNHH Chế biến Dừa Sáp Cầu Kè giai đoạn 2022–2024	42
Bảng 4.4: Doanh thu các sản phẩm trong 3 năm của công ty	44
Bảng 4.5: Bảng chào giá 4 nhóm sản phẩm chính cho nhà phân phối	46
Bảng 4.6: Bảng giá xuất khẩu kẹo dừa sáp nguyên chất 100g tính theo biên lợi nhuận của từng thị trường	47
Bảng 4.7: Doanh thu các thị trường xuất khẩu của công ty trong 3 năm	49
Bảng 4.8: Phân loại giới tính	53
Bảng 4.9: Thống kê nhóm khách hàng	53
Bảng 4.10: Thống kê Độ tuổi	54
Bảng 4.11: Kết quả kiểm định độ tin cậy thang đo “Product” (P)	55
Bảng 4.12: Kết quả kiểm định độ tin cậy thang đo “Price” (PR)	55
Bảng 4.13: Kết quả kiểm định độ tin cậy thang đo “Place” (PL)	56
Bảng 4.14: Kết quả kiểm định độ tin cậy thang đo “Promotion” (PM)	57
Bảng 4.15: Kết quả kiểm định độ tin cậy thang đo “HQHD marketing mix trong xuất khẩu” (HQ)	57
Bảng 4.16: KMO and Bartlett’s Test	58
Bảng 4.17: Total Variance Explained	58
Bảng 4.18: Ma trận xoay nhân tố (Rotated Component Matrixa)	59
Bảng 4.19: Kiểm định KMO và Bartlett's Test	60
Bảng 4.20: Total Variance Explained	61

Bảng 4.21: Ma trận xoay nhân tố (Rotated Component Matrix)	61
Bảng 4.22: Sự tương quan giữa các biến nghiên cứu	63
Bảng 4.23: Kết quả tổng hợp mô hình	64
Bảng 4.24: Kết quả kiểm định mức độ phù hợp của mô hình	65
Bảng 4.25: Kết quả mô hình phân tích hồi quy	66
Bảng 4.26: Kết quả kiểm định giả thuyết	67
Bảng 5.1: Mô hình phân tích SWOT của VICOSAP trong xuất khẩu	70
Biểu đồ	
Biểu đồ 4.1: Cơ cấu doanh thu xuất khẩu giai đoạn 2022-2024	41
Biểu đồ 4.2: Cơ cấu doanh thu của các thị trường trong 3 năm của công ty	50

DOANH MỤC HÌNH

Trang

Hình 2.1 Logo Công ty TNHH Chế Biến Dừa Sáp Cầu Kè	9
Hình 2.2 Các chứng nhận của Công ty TNHH Chế Biến Dừa Sáp Cầu Kè	13
Hình 2.3 Các bằng khen của Công ty TNHH Chế Biến Dừa Sáp Cầu Kè	14
Hình 2.4: Cơ cấu tổ chức của Công ty TNHH Chế Biến Dừa Sáp Cầu Kè	15
Hình 2.5 Sản phẩm Dừa Sáp Sợi.....	16
Hình 2.6 Sản phẩm Dừa Sáp Sấy Dẻo	17
Hình 2.7 Sản phẩm Dừa Sáp Sấy Khô	18
Hình 2.8 Sản phẩm Sữa Chua Dừa Sáp	19
Hình 2.9 Sản phẩm Kẹo Dừa Sáp Vị Nguyên Chất	20
Hình 3.1: Chiến lược 4P trong Marketing Mix	24
Hình 3.2: Các yếu tố ảnh hưởng đến thương mại quốc tế.....	27
Hình 3.3: Mô hình nghiên cứu đề xuất	31
Hình 3.4: Quy trình nghiên cứu	32
Hình 4.1: Cải tiến bao bì của sản phẩm dừa sáp sấy khô giòn tan.....	46
Hình 4.2: Mô hình nghiên cứu chuẩn hóa.....	67