

**ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN**  
**TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ VÀ QUẢN TRỊ KINH DOANH**

---

**VŨ THỊ THANH HƯƠNG**

**MỘT SỐ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN**  
**THỊ TRƯỜNG TIÊU THỤ SẢN PHẨM Ô TÔ TẠI**  
**CHI NHÁNH TOYOTA THÁI NGUYÊN**

**LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ**  
**Chuyên ngành: QUẢN LÝ KINH TẾ**

**THÁI NGUYÊN - 2016**

**ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN**  
**TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ VÀ QUẢN TRỊ KINH DOANH**

---

**VŨ THỊ THANH HƯƠNG**

**MỘT SỐ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN  
THỊ TRƯỜNG TIÊU THỤ SẢN PHẨM Ô TÔ TẠI  
CHI NHÁNH TOYOTA THÁI NGUYÊN**

**Chuyên ngành: Quản lý Kinh tế**

**Mã số: 60.34.04.10**

**LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ**

**Người hướng dẫn khoa học: PGS.TS. NGUYỄN CÚC**

**THÁI NGUYÊN - 2016**

## LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan đây là công trình nghiên cứu của riêng cá nhân tôi. Các số liệu, kết quả nêu trong luận văn này là trung thực và chưa từng được bảo vệ một học vị khoa học hoặc công bố trong bất kỳ công trình nào khác. Các thông tin trích dẫn trong luận văn này được chỉ rõ nguồn gốc.

*Tác giả luận văn*

**Vũ Thị Thanh Hương**

## LỜI CẢM ƠN

Trong quá trình học tập và thực hiện đề tài nghiên cứu, tôi đã nhận được rất nhiều sự giúp đỡ nhiệt tình và đóng góp quý báu của nhiều tập thể và cá nhân.

Trước hết, tôi xin gửi lời cảm ơn sâu sắc đến các thầy, các cô đã trực tiếp hướng dẫn và giúp đỡ tôi trong suốt quá trình học tập, thực hiện nghiên cứu đề tài và hoàn thành luận văn này.

Tôi cũng xin chân thành cảm ơn Lãnh đạo, các đồng nghiệp đang công tác tại Chi nhánh Toyota Thái Nguyên đã tạo điều kiện thuận lợi và cung cấp thông tin cần thiết cho tôi trong quá trình nghiên cứu thực hiện đề tài.

Xin cảm ơn gia đình, bạn bè đồng nghiệp đã động viên và giúp đỡ tôi hoàn thành chương trình học tập và thực hiện Luận văn này.

*Tác giả luận văn*

**Vũ Thị Thanh Hương**

## MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN.....	i
LỜI CẢM ƠN .....	ii
MỤC LỤC.....	iii
DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT .....	vii
DANH MỤC CÁC BẢNG.....	viii
DANH MỤC CÁC ĐỒ THỊ, SƠ ĐỒ .....	ix
<b>MỞ ĐẦU</b> .....	<b>1</b>
1. Tính cấp thiết của đề tài .....	1
2. Mục tiêu nghiên cứu.....	2
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	2
4. Ý nghĩa khoa học của đề tài và đóng góp dự kiến của đề tài.....	2
5. Kết cấu của luận văn .....	3
<b>Chương 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ PHÁT TRIỂN</b> <b>THỊ TRƯỜNG TIÊU THỤ SẢN PHẨM</b> .....	<b>4</b>
1.1. Cơ sở lý luận về phát triển thị trường tiêu thụ sản phẩm.....	4
1.1.1. Khái niệm thị trường .....	4
1.1.2. Vai trò của thị trường đối với hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.....	7
1.1.3. Phát triển thị trường tiêu thụ sản phẩm của doanh nghiệp .....	9
1.1.4. Các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động phát triển thị trường tiêu thụ sản phẩm của doanh nghiệp .....	24
1.2. Kinh nghiệm thực tiễn và bài học về phát triển thị trường tiêu thụ sản phẩm ô tô ở một số công ty .....	31
1.2.1. Kinh nghiệm của Mazda.....	31
1.2.2. Kinh nghiệm của Toyota chi nhánh Hà Đông.....	34

1.2.3. Bài học về phát triển thị trường ô tô tại chi nhánh Toyota Thái Nguyên.....	35
<b>Chương 2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU.....</b>	<b>36</b>
2.1. Câu hỏi nghiên cứu .....	36
2.2. Phương pháp nghiên cứu.....	36
2.2.1. Phương pháp thu thập thông tin .....	36
2.2.2. Phương pháp tổng hợp và phân tích thông tin .....	36
2.3. Các chỉ tiêu nghiên cứu.....	38
2.3.1. Nhóm chỉ tiêu phản ánh mở rộng thị trường theo chiều rộng. 38	
2.3.2. Nhóm chỉ tiêu phản ánh kết quả mở rộng theo chiều sâu. ....	38
<b>Chương 3. THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG TIÊU THỤ SẢN PHẨM Ô TÔ TOYOTA TẠI CHI NHÁNH THÁI NGUYÊN ...</b>	<b>42</b>
3.1. Giới thiệu khái quát về Toyota chi nhánh Thái Nguyên.....	42
3.1.1. Tên và địa chỉ công ty .....	42
3.1.2. Quá trình hình thành và phát triển Toyota chi nhánh Thái Nguyên.....	42
3.1.3. Chức năng và nhiệm vụ của Công ty .....	43
3.1.4. Cơ cấu và chức năng của bộ máy tổ chức quản lý Công ty ....	47
3.2. Những đặc điểm kinh tế kỹ thuật chủ yếu ảnh hưởng đến hoạt động tiêu thụ sản phẩm của công ty TNHH Toyota Thái Nguyên .....	55
3.2.1. Đặc điểm thị trường ô tô Việt Nam .....	55
3.2.2. Đối thủ cạnh tranh và định hướng khách hàng của TTN.....	57
3.3. Tình hình tiêu thụ xe của công ty TNHH Toyota Thái Nguyên ....	59
3.3.1. Tiêu thụ theo mặt hàng.....	59
3.3.2. Tiêu thụ theo khách hàng .....	61
3.3.3. Lợi nhuận của công ty 2012 - 2014 .....	62
3.3.4. Thực trạng dịch vụ sau bán hàng của công ty TNHH Toyota Thái Nguyên.....	67
3.4. Các hoạt động của Toyota chi nhánh Thái Nguyên trong lĩnh vực tiêu thụ sản phẩm.....	70

3.4.1. Công tác phân tích thị trường.....	70
3.4.2. Công tác nghiên cứu đối thủ cạnh tranh .....	71
3.4.3. Các chính sách áp dụng để phát triển thị trường ô tô tại Thái Nguyên.....	73
3.5. Những nhân tố ảnh hưởng đến tình hình tiêu thụ sản phẩm xe ô tô Toyota tại chi nhánh Toyota Thái Nguyên .....	79
3.5.1. Các nhân tố thuộc về môi trường kinh doanh.....	79
3.5.2. Chất lượng sản phẩm của Công ty .....	81
3.5.3. Giá cả của sản phẩm Công ty.....	82
3.5.4. Thị hiếu người tiêu dùng với những sản phẩm mà doanh nghiệp đang kinh doanh .....	83
3.5.5. Tiềm năng của doanh nghiệp .....	84
3.5.6. Thị trường sản phẩm của Công ty.....	85
3.5.7. Nội dung của quản trị dịch vụ sau bán hàng của sản phẩm ô tô.....	87
3.6. Phân tích SWOT về công tác phát triển thị trường của Toyota Thái Nguyên .....	88
3.7. Đánh giá tổng quát về công tác tiêu thụ sản phẩm của công ty TNHH Toyota Thái Nguyên .....	89
3.7.1. Những thành tựu đạt được .....	89
3.7.2. Những tồn tại cần khắc phục trong hoạt động tiêu thụ và nguyên nhân .....	90
<b>Chương 4. MỘT SỐ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG TIÊU THỤ SẢN PHẨM Ô TÔ TẠI TOYOTA CHI NHÁNH THÁI NGUYÊN .....</b>	<b>92</b>
4.1. Phương hướng và mục tiêu phát triển của Chi nhánh Toyota Thái Nguyên trong thời gian tới.....	92
4.1.1. Phương hướng hoạt động của chi nhánh Toyota Thái Nguyên .....	93

4.1.2. Mục tiêu của chi nhánh Toyota Thái Nguyên.....	94
4.2. Một số giải pháp nhằm phát triển thị trường tiêu thụ sản phẩm ô tô tại chi nhánh Toyota Thái Nguyên.....	94
4.2.1. Hình thành phòng Marketing chuyên trách nhằm nâng cao chất lượng nghiên cứu và dự báo thị trường .....	95
4.2.2. Sử dụng phối thức các công cụ marketing-mix hiệu quả.....	98
4.2.3. Nâng cao chất lượng dịch vụ sau bán hàng .....	103
4.2.4. Cải tiến nâng cao chất lượng và tính ưu việt của sản phẩm, đa dạng hoá các mặt hàng kinh doanh .....	107
4.2.5. Đào tạo, bồi dưỡng nâng cao trình độ nghiệp vụ cho nhân viên bán hàng và nhân viên kỹ thuật.....	107
4.3. Kiến nghị.....	110
4.3.1. Đối với nhà nước.....	110
4.3.2. Đối với Công ty Toyota Việt Nam.....	111
4.3.3. Đối với chi nhánh Toyota Thái Nguyên .....	113
<b>KẾT LUẬN</b> .....	114
<b>DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO</b> .....	114

## DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT

BHXH - BHYT	:	Bảo hiểm xã hội - Bảo hiểm y tế
BQ	:	Bình quân
CB CNV	:	Cán bộ công nhân viên
CCDC	:	Công cụ dụng cụ
TMV	:	Công ty TOYOTA Việt Nam
HTK	:	Hàng tồn kho
ISO	:	Tổ chức tiêu chuẩn hóa quốc tế
KD	:	Kinh doanh
KTV	:	Kiểm toán viên
NVL	:	Nguyên vật liệu
SXKD	:	Sản xuất kinh doanh
TNDN	:	Thu nhập doanh nghiệp
TNHH	:	Trách nhiệm hữu hạn
TSCĐ	:	Tài sản cố định
UBND	:	Ủy ban nhân dân
VCD	:	Vốn cố định
VKD	:	Vốn kinh doanh
VLD	:	Vốn lưu động

## DANH MỤC CÁC BẢNG

Bảng 3.1.	Các mẫu xe tại Công Ty Toyota Thái Nguyên năm 2015 .....	46
Bảng 3.2.	Cơ cấu lao động của Công ty Toyota Thái Nguyên năm 201454	
Bảng 3.3.	Tổng hợp đối thủ cạnh tranh của Toyota trên địa bàn Thái Nguyên.....	57
Bảng 3.4.	Số lượng xe ô tô Toyota tiêu thụ tại chi nhánh Công ty Toyota Thái Nguyên.....	59
Bảng 3.5.	Tình hình tiêu thụ sản phẩm xe ô tô Toyota theo khách hàng tại chi nhánh Toyota Thái Nguyên .....	61
Bảng 3.6.	Báo cáo tình hình kinh doanh của Công ty qua 4 Quý năm 2015 .....	64
Bảng 3.7.	Mục tiêu chiến lược của một số hãng xe ô tô trên địa bàn Thái Nguyên đang cạnh tranh với Toyota .....	72
Bảng 3.8.	Quy trình giao xe tại Công ty TTN .....	78
Bảng 3.9.	Thị phần một số hãng ô tô chủ yếu trên địa bàn Thái Nguyên năm 2015.....	80
Bảng 3.10:	Giá bán đề xuất xe ô tô tại chi nhánh Toyota Thái Nguyên năm 2015 .....	81
Bảng 3.11.	Giá trị thương hiệu xe hơi Toyota đánh giá năm 2015 .....	86
Bảng 3.12.	Phân tích SWOT về công tác phát triển thị trường của Toyota Thái Nguyên.....	88