

Hà Nội, ngày 16 tháng 10 năm 2024

**BÁO CÁO CHỈNH SỬA, HOÀN THIỆN LUẬN VĂN/ĐỀ ÁN TỐT NGHIỆP
THẠC SĨ
THEO YÊU CẦU CỦA HỘI ĐỒNG ĐÁNH GIÁ**

Họ và tên: Vũ Thị Thùy Dương Mã HV: CH310114
Người hướng dẫn: TS. Tạ Thu Phương Ngành/CTĐT: Quản trị kinh doanh
Tên đề tài luận văn/đề án tốt nghiệp: Hoàn thiện kênh phân phối sản phẩm dầu mỡ
nhờn của Tổng công ty Hóa dầu Petrolimex.

Căn cứ quyết nghị tại buổi họp ngày 23 tháng 9 năm 2024 của Hội đồng đánh giá luận
văn/đề án tốt nghiệp thạc sĩ (được thành lập theo Quyết định số 804 ngày 30 tháng 8
năm 2024 của Hiệu trưởng Trường Đại học Kinh tế Quốc dân), học viên đã chỉnh sửa,
hoàn thiện luận văn/đề án tốt nghiệp theo các nội dung như sau:


STT	Yêu cầu bổ sung, sửa chữa của Hội đồng đánh giá	Nội dung học viên đã chỉnh sửa, bổ sung hoặc giải trình lý do nếu muốn bảo lưu ý kiến ban đầu	Thể hiện trong luận văn/đề án tốt nghiệp (ghi rõ số dòng, số trang)
1	Chỉnh lại :”Đóng góp của đề án” không còn là :”Dự kiến đóng góp”.	Đã chỉnh lại thành :”Đóng góp của đề án”.	Thể hiện tại trang 9 của đề án.
3	Chỉnh lại tên mục 1.2 – Không phù hợp với nội dung được đề cập	Đã chỉnh lại tên mục 1.2: Nội dung của kênh phân phối	Thể hiện tại trang 12 của đề án.
4	Chỉnh sửa lại cách trích dẫn :”nguồn” cho bảng biểu	Đã chỉnh sửa lại trích dẫn :”nguồn” phù hợp theo đúng cấu trúc.	Thể hiện tại các trang 13,36,39,40,43,44,45 của đề án.
5	Xem lại cách gọi tên nhân tố ảnh hưởng “e. Sự biến động của môi trường kinh tế xã hội”	Đã chỉnh sửa lại :” e.Tác động của Biến Động kinh tế xã hội”	Thể hiện tại trang 23 của đề án.
6	Đưa nội dung mục 2.2.1. vào nội dung của	Đã đưa nội dung mục 2.2.1 vào nội dung của mục 2.1	Thể hiện tại trang 33.

	mục 2.1	với tiêu đề 2.1.4. Đặc điểm về sản phẩm dầu mỡ nhờn của Tổng công ty”.	
	Chương 2: Cần bổ sung số liệu, phân tích đánh giá cho mục:” a. Thị trường khách hàng	<p><i>a. Thị trường khách hàng</i></p> <p>Khách hàng của TCT hiện nay chủ yếu là khách hàng PLX và khách hàng Phân phối</p>	Thể hiện tại trang 53.
	Chương 3: Tác giả cần lựa chọn và trình bày sâu hơn một số giải pháp quan trọng để nghiên cứu có ý nghĩa thực tiễn cao hơn	<p>Lựa chọn viết và bổ sung giải pháp:” Phát triển hệ thống quản lý quan hệ đối tác”</p> <p>Việc duy trì và phát triển mối quan hệ bền vững với các đối tác là yếu tố then chốt để đảm bảo hiệu quả hoạt động của kênh phân phối. Tổng công ty cần thiết lập một hệ thống quản lý quan hệ đối tác (Partner Relationship Management - PRM) để theo dõi, đánh giá và hỗ trợ các đối tác trong kênh phân phối. Hệ thống PRM này sẽ giúp Tổng công ty Hóa dầu Petrolimex nắm bắt thông tin về tình hình kinh doanh của đối tác, phát hiện sớm các vấn đề phát sinh và đưa ra các biện pháp hỗ trợ kịp thời. Chẳng hạn, thông qua hệ thống PRM, Tổng công ty Hóa dầu Petrolimex có thể theo dõi số lượng đơn hàng, tỷ lệ hoàn thành đơn hàng đúng hạn, và mức độ hài lòng của khách hàng đối với từng đại lý. Từ đó, Tổng công ty có thể đề xuất các</p>	Thể hiện tại trang 60-61.

	<p>biện pháp cải thiện, như hỗ trợ tài chính, cung cấp thêm nguồn hàng trong các giai đoạn cao điểm hoặc tổ chức các chương trình khuyến mãi đặc biệt.</p> <p>Để khuyến khích các đối tác hoạt động hiệu quả, Tổng công ty cần xây dựng các chính sách khuyến khích rõ ràng và minh bạch, dựa trên kết quả kinh doanh thực tế của các đối tác trong kênh phân phối. Các chính sách này có thể bao gồm tăng mức hoa hồng, thưởng doanh số, và cung cấp các hỗ trợ tài chính trong những giai đoạn khó khăn. Việc này không chỉ tạo động lực cho các đối tác mà còn giúp củng cố mối quan hệ lâu dài giữa các bên trong kênh phân phối."</p> <p>Những giải pháp trên được thiết kế nhằm tăng cường tính hiệu quả và bền vững của kênh phân phối. Các hệ thống quản lý công nghệ và các chính sách khuyến khích sẽ giúp Petrolimex cải thiện hiệu suất quản lý và nâng cao sự hài lòng của đối tác cũng như khách hàng.</p>	
--	--	--


Giáo viên hướng dẫn

(Ký và ghi rõ họ tên)


Tạ Thu Phương

Học viên

(Ký và ghi rõ họ tên)


Vũ Thị Thủy Dương