

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Đặt vào bối cảnh toàn cầu hóa, Việt Nam đã và đang trên đà hội nhập nhanh chóng với thế giới nhằm tạo ra giá trị lớn hơn cho nền kinh tế nước nhà. Mục tiêu cốt lõi là phát triển về mặt xuất nhập khẩu thông qua việc mua bán, giao thương và trao đổi hàng hóa với các nước ở quy mô toàn cầu. Điều này tạo ra một bức tranh kinh doanh quốc tế phát triển và hứa hẹn nhiều hơn về các cơ hội tiếp cận các nguồn hàng hóa quốc tế hay việc đưa hàng hóa nước nhà sang các thị trường mới.

Đối với xuất nhập khẩu, đây là lĩnh vực đang được Việt Nam chú trọng và phát triển hơn hết. Vì lĩnh vực này tạo ra rất nhiều giá trị cho nền kinh tế Việt Nam trong thời gian hiện tại. Các chỉ số về xuất nhập khẩu cao cũng thể hiện việc trao đổi hàng hóa, dịch vụ và mối quan hệ kinh tế giữa các nước và Việt Nam đang có sự tiến triển nhất định và kinh tế nước nhà đang dần tăng trưởng nhanh chóng.

Công ty TNHH Thương Mại và Dịch Vụ Linh Khôi được thành lập với mục tiêu cung cấp các sản phẩm rèm cửa và vải nội thất, không chỉ cho thị trường nội địa mà còn vươn ra thị trường quốc tế. Công ty đóng vai trò là nhà cung cấp uy tín với nhiều kinh nghiệm trong việc đáp ứng các nhu cầu đa dạng về rèm cửa và vải nội thất. Bên cạnh đó, Linh Khôi cũng tham gia vào hoạt động xuất nhập khẩu, nhưng trọng tâm vẫn là việc tìm kiếm và mua sắm để đáp ứng nhu cầu thị trường trong nước nhiều hơn là xuất khẩu sản phẩm ra nước ngoài. Để thực hiện nhiệm vụ này, công ty đã thành lập bộ phận thu mua, chuyên trách liên lạc, đàm phán và xúc tiến các hoạt động nhập khẩu.

Công ty Linh Khôi tổng quan cung cấp các sản phẩm rèm cửa và vải nội thất cho cả thị trường trong nước và quốc tế, với nhiều dự án đa dạng. Do ảnh hưởng của quá trình toàn cầu hóa, nhu cầu sử dụng các sản phẩm với mẫu mã, chất lượng và nguồn gốc đa dạng ngày càng gia tăng. Ngoài ra, công ty cũng tham gia vào nhiều dự án quy mô lớn cả trong và ngoài nước, do đó sự đa dạng về mẫu mã và chất lượng sản phẩm là yếu tố then chốt. Chính vì vậy, công ty luôn chú trọng đến việc phát triển nguồn cung ứng để tạo ra lợi thế cạnh tranh đáng kể trên thị trường. Và để phát triển được nguồn cung ứng, công ty cũng có quy trình thu mua nhất định để việc thu mua

có hiệu xuất tối ưu. Tuy vậy nhưng quy trình này cũng chưa phải là tối ưu nhất cho việc thu mua hàng hóa. Để có cái nhìn tổng quan về quy trình cũng như để có thể đề ra một số các giải pháp nâng cao cho quy trình của công ty, tôi tiến hành “**TÌM HIỂU VÀ ĐỀ XUẤT NÂNG CAO QUY TRÌNH THU MUA QUỐC TẾ CỦA CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI VÀ DỊCH VỤ LINH KHÔI**”.

2. Mục tiêu nghiên cứu

+ Mục tiêu tổng quát

Đề xuất hoàn thiện quy trình thu mua quốc tế của của công ty TNHH Thương Mại và Dịch Vụ Linh Khôi.

+ Mục tiêu cụ thể

Phân tích cơ sở lý luận về thu mua quốc tế.

Phân tích quy trình thu mua của công ty.

Phân tích hoạt động nhập khẩu qua quá trình thu mua của công ty.

Đề xuất giải pháp nhằm nâng cao quy trình thu mua của công ty.

3. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp nghiên cứu tại bàn: quan sát các hoạt động thực tiễn tại công ty.

Phương pháp nghiên cứu tài liệu: các nguồn nguyên liệu thứ cấp như thông tin, bài viết, bài báo, chứng từ hay báo cáo liên quan đến quá trình thu mua của công ty

4. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu: công ty TNHH Thương Mại Và Dịch Vụ Linh Khôi.

5. Phạm vi nghiên cứu

Phạm vi thời gian: Từ 10/08/2024 đến 10/09/2024

Phạm vi không gian: Công ty TNHH Thương Mại Và Dịch Vụ Linh Khôi

6. Kết cấu khóa luận tốt nghiệp

Ngoài phần mở đầu và kết luận, các bảng biểu, sơ đồ hay phụ lục thì bài báo cáo này còn bao gồm 3 chương lớn như sau:

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HOẠT ĐỘNG THU MUA QUỐC TẾ

CHƯƠNG 2: TỔNG QUAN VÀ THỰC TRẠNG QUY TRÌNH THU MUA QUỐC TẾ CỦA CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI & DỊCH VỤ LINH KHÔI.

**CHƯƠNG 3: ĐỀ XUẤT HOÀN THIỆN QUY TRÌNH MUA HÀNG QUỐC
TẾ CỦA CÔNG TY TRÁCH NHIỆM HỮU HẠN THƯƠNG MẠI VÀ DỊCH VỤ
LINH KHÔI**

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HOẠT ĐỘNG THU MUA QUỐC TẾ

1.1. Tổng quan về hoạt động thu mua quốc tế

1.1.1. Khái niệm

1.1.1.1. Khái niệm về thu mua

Thu mua là một hoạt động trong lĩnh vực kinh tế và quản lý chuỗi cung ứng. Đây là hoạt động liên quan đến việc mua sắm các hàng hóa, dịch vụ hoặc cụ thể hơn là nguyên liệu đầu vào từ các nhà cung cấp phục vụ cho việc kinh doanh của tổ chức doanh nghiệp.

Như Monczka và cộng sự (2005) trong cuốn sách “Purchasing and Supply Chain Management” được xuất bản lần thứ tư định nghĩa “thu mua là một quá trình liên quan đến việc xác định nhu cầu tìm kiếm, đánh giá các nhà cung cấp, đàm phán và tiến tới ký kết hợp đồng, đồng thời theo dõi và quản lý việc cung ứng hàng hóa cho doanh nghiệp.

Ngoài ra trong cuốn “Purchasing and Supply Chain Management: Analysis, Strategy, Planning and Practice” xuất bản 2018. Theo tác giả Weele định nghĩa việc thu mua như sau: thu mua là quá trình quản lý và điều phối các hoạt động liên quan đến việc thu mua sản phẩm và dịch vụ từ bên ngoài nhằm tối ưu hóa chi phí, chất lượng và thời gian giao hàng cho doanh nghiệp

1.1.1.2. Khái niệm về thu mua quốc tế

Thu mua quốc tế đơn giản có thể hiểu về căn bản cốt lõi nó vẫn là thu mua được nhắc tới ở định nghĩa thu mua tại mục 1.1.1. Tuy nhiên tại định nghĩa này có thêm yếu tố bên ngoài hay nước ngoài. Là hoạt động liên quan và gắn liền đến việc thu mua các sản phẩm, hàng hóa hay dịch vụ từ các nhà cung cấp nước ngoài để phục vụ cho nhu cầu sản xuất hay kinh doanh của doanh nghiệp. Điều này được định nghĩa theo nhiều cách khác nhau nhưng vẫn có chung nội ý:

Như Monczka và cộng sự (2005) phát biểu trong cuốn “Purchasing and Supply Chain Management” rằng thu mua quốc tế là việc mở rộng phạm vi thu mua hàng hóa vượt ra khỏi biên giới quốc gia, ở đó tìm kiếm các nhà cung cấp nước ngoài để tận dụng lợi thế về chi phí, chất lượng hoặc các công nghệ mà thị trường trong nước không thể cung cấp.

Cùng với đó, có phát biểu của Lysons K. và cộng sự (2012) cho rằng thu mua quốc tế là hoạt động kinh tế xuyên quốc gia, trong đó doanh nghiệp tìm kiếm và lựa chọn các nhà cung cấp từ nhiều quốc gia khác nhau nhằm đạt được hiệu quả kinh tế mà tranh thủ được chất lượng sản phẩm cao hơn và chi phí thấp hơn các nguồn sản phẩm trong nước.

Hai phát biểu trên định nghĩa một cách đơn giản hoạt động thu mua quốc tế được hiểu là hoạt động kinh tế, ở đó doanh nghiệp mở rộng việc tìm kiếm và lựa chọn các nhà cung cấp hàng hóa ở các nước khác nhau trên thế giới. Điều này không chỉ tạo ra được việc đảm bảo về chất lượng, sự đa dạng hàng hóa mà còn có thể giảm bớt về chi phí phải bỏ ra.

1.1.1.3. Khái niệm về nhập khẩu

Nhập khẩu là quá trình mua sắm hàng hóa hoặc dịch vụ từ nước ngoài để sử dụng trong thị trường nội địa. Đây là một hoạt động thương mại quốc tế quan trọng, cho phép các quốc gia tiếp cận những sản phẩm mà họ không thể tự sản xuất hoặc sản xuất với chi phí cao hơn. Nhập khẩu giúp mở rộng lựa chọn hàng hóa cho người tiêu dùng và thúc đẩy sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp. Theo Samuelson và Nordhaus (2001), nhập khẩu đóng góp vào việc khai thác lợi thế so sánh của các quốc gia, giúp họ tận dụng được tài nguyên một cách hiệu quả trong nền kinh tế toàn cầu (Samuelson & Nordhaus, 2001).

1.1.1.4. So sánh khác nhau giữa nhập khẩu và thu mua quốc tế

Nhập khẩu là quá trình mua hàng hóa hoặc dịch vụ từ nước ngoài để đưa vào thị trường nội địa. Đây là một phần của thương mại quốc tế, tập trung vào việc mua sắm sản phẩm đã hoàn thiện hoặc nguyên vật liệu từ quốc gia khác để sử dụng trong nước.

Thu mua quốc tế là quá trình tìm kiếm, đánh giá, đàm phán và mua sắm hàng hóa, nguyên liệu hoặc dịch vụ từ nhiều quốc gia nhằm phục vụ cho hoạt động sản xuất kinh doanh của một doanh nghiệp. Thu mua quốc tế không chỉ bao gồm việc nhập khẩu mà còn liên quan đến quản lý chuỗi cung ứng, tìm kiếm nhà cung cấp quốc tế và tối ưu hóa chi phí.

Phạm vi hoạt động:

Nhập khẩu tập trung vào việc chuyển sản phẩm từ nước ngoài vào thị trường nội địa với mục đích tiêu thụ hoặc sử dụng trong các quy trình sản xuất. Phạm vi của nhập khẩu thường giới hạn trong các hoạt động vận chuyển, hải quan và thuế quan.

Thu mua quốc tế có phạm vi rộng hơn, bao gồm các hoạt động tìm kiếm nhà cung cấp trên toàn cầu, đánh giá năng lực của họ, đàm phán hợp đồng và quản lý các yếu tố như chi phí vận chuyển, rủi ro tiền tệ, cũng như mối quan hệ lâu dài với đối tác. Thu mua quốc tế đòi hỏi doanh nghiệp phải có kiến thức sâu về thị trường quốc tế và kỹ năng quản lý chuỗi cung ứng.

Mục tiêu:

Nhập khẩu chủ yếu nhằm đáp ứng nhu cầu tiêu thụ trong nước hoặc hỗ trợ sản xuất bằng việc cung cấp hàng hóa, nguyên liệu từ nước ngoài.

Thu mua quốc tế nhằm tối ưu hóa hiệu quả kinh doanh, giảm chi phí và tăng khả năng cạnh tranh thông qua việc lựa chọn những nhà cung cấp phù hợp trên toàn cầu. Nó tập trung vào việc tối ưu chuỗi cung ứng và đảm bảo chất lượng nguyên liệu hoặc hàng hóa đầu vào.

1.1.2. Vai trò của hoạt động thu mua quốc tế

Hoạt động thu mua quốc tế đóng vai trò thiết yếu trong việc tăng cường khả năng cạnh tranh và phát triển bền vững của doanh nghiệp trên thị trường toàn cầu. Theo Monczka, Trent & Handfield (2005), thu mua quốc tế giúp doanh nghiệp tiếp cận các nguồn lực chất lượng cao với chi phí tối ưu, điều này đặc biệt quan trọng trong bối cảnh toàn cầu hóa khi sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp ngày càng khốc liệt. Việc mở rộng phạm vi tìm kiếm nhà cung cấp ra ngoài biên giới quốc gia cho phép doanh nghiệp khai thác những lợi thế về chi phí và chất lượng từ các thị trường khác nhau, từ đó nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ, đồng thời giảm bớt sự phụ thuộc vào các nguồn cung cấp nội địa. Điều này không chỉ giúp doanh nghiệp duy trì sức cạnh tranh mà còn tạo ra sự khác biệt về giá trị trên thị trường toàn cầu.

Ngoài việc tối ưu hóa chi phí và chất lượng, thu mua quốc tế còn giúp doanh nghiệp tiếp cận các công nghệ tiên tiến và nguồn nguyên liệu độc đáo mà thị trường trong nước không thể cung cấp. Weele (2018) nhấn mạnh rằng, thông qua thu mua quốc tế, doanh nghiệp có thể nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ bằng cách tích hợp các tiến bộ công nghệ từ các quốc gia khác. Điều này không chỉ tạo điều kiện

cho sự đổi mới trong sản xuất kinh doanh mà còn giúp doanh nghiệp nắm bắt các xu hướng thị trường mới một cách nhanh chóng. Hơn nữa, như Johnson, Leenders & Flynn (2010) chỉ ra, thu mua quốc tế còn đóng vai trò chiến lược trong việc đa dạng hóa nguồn cung ứng, từ đó giảm thiểu rủi ro gián đoạn chuỗi cung ứng do các biến động thị trường. Bằng cách có nhiều nhà cung cấp từ nhiều quốc gia, doanh nghiệp có thể đảm bảo sự ổn định và liên tục trong hoạt động sản xuất, ngay cả khi một trong các nguồn cung gặp vấn đề, điều này giúp doanh nghiệp linh hoạt hơn và có thể nhanh chóng thích ứng với những thay đổi không lường trước.

Như vậy, vai trò của hoạt động thu mua quốc tế bao gồm:

Tối ưu hóa chi phí và chất lượng sản phẩm: Thu mua quốc tế giúp doanh nghiệp tiếp cận các nguồn cung cấp với chi phí thấp hơn và chất lượng tốt hơn, từ đó nâng cao khả năng cạnh tranh trên thị trường toàn cầu.

Tiếp cận công nghệ tiên tiến và nguyên liệu độc đáo: Doanh nghiệp có thể tiếp cận các công nghệ mới và nguồn nguyên liệu chất lượng cao từ các quốc gia khác, giúp cải thiện sản phẩm và thúc đẩy sự đổi mới.

Giảm thiểu rủi ro gián đoạn chuỗi cung ứng: Bằng cách đa dạng hóa nguồn cung cấp quốc tế, doanh nghiệp có thể giảm thiểu rủi ro từ các biến động thị trường và đảm bảo sự ổn định trong hoạt động sản xuất.

Tăng cường sự linh hoạt và khả năng thích ứng: Doanh nghiệp có thể nhanh chóng điều chỉnh và phản ứng trước các thay đổi trong môi trường kinh doanh quốc tế, nhờ vào việc có nhiều lựa chọn nhà cung cấp từ các quốc gia khác nhau.

1.1.3. Các hình thức thu mua

Khi quản lý hoạt động mua sắm, việc lựa chọn phương pháp mua hàng phù hợp là một yếu tố quan trọng giúp doanh nghiệp tối ưu hóa chi phí, đảm bảo chất lượng và duy trì sự liên tục trong chuỗi cung ứng. Các phương pháp mua hàng không chỉ đa dạng mà còn phản ánh cách thức doanh nghiệp quản lý mối quan hệ với nhà cung cấp, xử lý các yêu cầu kinh doanh và đáp ứng nhu cầu thị trường. Việc hiểu rõ và áp dụng đúng phương pháp sẽ giúp doanh nghiệp đạt được lợi thế cạnh tranh và linh hoạt trước những biến động của thị trường. Hiện tại có 3 phương thức mua hàng chính trong đó chia ra các phương thức nhỏ hơn.

a) **Phương thức mua hàng căn cứ vào quy mô đơn hàng:**

- Mua hàng theo yêu cầu: trong hình thức này việc mua hàng chú trọng vào việc mua bao nhiêu để đáp ứng theo số lượng nhất đã định sẵn cho một khoảng thời gian nhất định. Quy mô đơn hàng dựa trên độ tiêu thụ thực tế.

- Mua hàng theo lô lớn: Hình thức này lượng hàng được mua sẽ nhiều hơn so với nhu cầu thực tế mà doanh nghiệp cần trong khoảng thời gian nhất định.

b) Phương thức mua hàng căn cứ vào thời hạn tín dụng:

- Mua tới đâu thanh toán đến đó: trong hình thức này khi doanh nghiệp nhận được hàng được giao bởi nhà cung cấp, doanh nghiệp sẽ làm thủ tục thanh toán ngay luôn ngay tại thời gian đó (bị ảnh hưởng bởi sự lên xuống của tỷ giá)

- Mua giao hàng trước: với hình thức này sau khi doanh nghiệp nhận được hàng hóa được một thời gian thì mới phải làm thủ tục giấy tờ thanh toán cho lô hàng đó.

- Mua đặt tiền trước, nhận hàng hóa sau: hình thức này liên quan mật thiết với hợp đồng mua bán. Ký hợp đồng và thanh toán trước theo hợp đồng, hàng hóa được chuyển đến theo thời hạn ký kết.

c) Phương thức mua hàng căn cứ theo nguồn hàng

- Mua trong nước: thu mua với nguồn hàng được cung cấp và sản xuất bởi các nhà cung cấp trong nước

- Mua hàng nước ngoài: thu mua hàng hóa từ các nhà cung cấp tại các quốc gia khác nhau thông qua hai hình thức:

✦ Nhập khẩu ủy thác: doanh nghiệp đóng vai trò là bên thứ 3 tiến hành các nghiệp vụ nhập khẩu theo yêu cầu của khách hàng.

✦ Nhập khẩu trực tiếp: doanh nghiệp nhập khẩu và giao dịch trực tiếp với nhà cung cấp thông qua việc ký hợp đồng mua bán hàng hóa quốc tế.

1.2. Hoạt động thu mua quốc tế

1.2.1. Lập kế hoạch mua hàng

Quy trình lập kế hoạch mua hàng bắt đầu với việc xác định nhu cầu mua sắm của doanh nghiệp. Đây là bước quan trọng nhất, vì nó xác định những sản phẩm hoặc dịch vụ cần thiết để đáp ứng yêu cầu sản xuất, kinh doanh, hoặc dịch vụ của công ty cũng như những thông số cần thiết cho việc mua hàng, hơn thế nữa còn hỗ trợ cho việc chọn lựa được nhà cung cấp tiêu chuẩn. Trong đó, doanh nghiệp phải xác định được những thông số dưới đây trong bảng dữ liệu:

- Số lượng
- Mẫu mã
- Loại hàng hóa
- Kích thước
- Chất lượng
- Màu sắc (nếu có)
- Các yêu cầu đính kèm sản phẩm
- Ngân sách

Đối với các thông số dữ liệu về thông tin cơ bản sản phẩm là vô cùng cần thiết. Bởi đây là nguồn dữ liệu đầu tiên và liên quan trực tiếp đến các bước tiếp theo, Nếu thông tin sai lệch sẽ gần như dẫn đến rủi ro thiếu hụt hàng hóa, sai mẫu mã, chậm tiến độ phản hồi hay cung cấp cho khách hàng và năng hơn nữa sẽ tạo ra tổn thất về tài chính khi chi phí sẽ tăng lên do tồn kho, bán giá thấp, không thanh lý được các mặt hàng tồn. Điều này ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động vận hành của doanh nghiệp.

Vì thế, để thực hiện bước này, phòng mua hàng cần phối hợp chặt chẽ với các phòng ban khác như sản xuất, kinh doanh, và tài chính để đảm bảo tất cả các nhu cầu về thông số và thông tin đều được phản ánh đầy đủ và rõ ràng nhất, giảm thiểu rủi ro một cách tối đa.

1.2.2. Nghiên cứu và lựa chọn nhà cung cấp

1.2.2.1. Xác định yếu tố và tìm kiếm nhà cung cấp

Khi doanh nghiệp bắt đầu quá trình tìm kiếm và lựa chọn nhà cung cấp, điều quan trọng là phải xác định và đảm bảo rằng các nhà cung cấp tiềm năng có thể đáp ứng được các yếu tố chính: loại hàng đúng và đủ, số lượng yêu cầu, chất lượng sản phẩm, thời gian giao hàng kịp thời và chi phí thấp. Để đạt được mục tiêu này, doanh nghiệp cần triển khai nhiều phương pháp tìm kiếm nhà cung cấp khác nhau như thông qua mạng xã hội, internet, hội chợ, triển lãm, và các chương trình quảng cáo. Danh sách nhà cung cấp tiềm năng có thể bao gồm các hộ nông dân, hợp tác xã, hoặc các doanh nghiệp sản xuất nông sản mà doanh nghiệp đã thu thập được. Xây dựng danh sách này giúp doanh nghiệp có nhiều sự lựa chọn và tăng khả năng tìm ra đối tác phù hợp nhất.

1.2.2.2. Đánh giá nhà cung cấp

Sau khi thu thập danh sách các nhà cung cấp tiềm năng, bước tiếp theo là tiến hành đánh giá các đối tác này. Doanh nghiệp cần xác minh các yếu tố quan trọng như năng lực sản xuất, chất lượng sản phẩm, giá cả và uy tín của nhà cung cấp. Đánh giá này thường dựa trên sản lượng sản xuất, giấy chứng nhận về chất lượng sản phẩm, cũng như quy mô và cơ sở sản xuất của nhà cung cấp. Ví dụ, nếu doanh nghiệp đang tìm kiếm nhà cung cấp sản phẩm hữu cơ, họ cần đảm bảo đối tác có giấy chứng nhận về hữu cơ để chứng minh tính chất sản phẩm. Việc đánh giá giúp doanh nghiệp loại bỏ các nhà cung cấp không đáp ứng đủ tiêu chuẩn và chỉ chọn những đối tác có khả năng đáp ứng yêu cầu.

1.2.2.3. Kiểm tra thực tế và xác nhận thông tin

Sau khi đánh giá sơ bộ, doanh nghiệp nên thực hiện bước kiểm tra thực tế bằng cách ghé thăm cơ sở sản xuất của các nhà cung cấp. Bước này giúp doanh nghiệp xác nhận thông tin từ nhà cung cấp và hiểu rõ hơn về quy trình sản xuất, điều kiện bảo quản và chất lượng sản phẩm. Kiểm tra thực tế không chỉ giúp xác minh các thông tin đã được cung cấp mà còn cho phép doanh nghiệp đánh giá được năng lực tiềm năng của đối tác một cách trực quan. Việc này cũng giúp doanh nghiệp đảm bảo rằng nhà cung cấp thực sự có khả năng đáp ứng các yêu cầu về số lượng và chất lượng hàng hóa.

1.2.2.4. So sánh và lựa chọn NCC

Khi đã thu thập đủ thông tin và đánh giá các nhà cung cấp, doanh nghiệp cần tiến hành so sánh các yếu tố quan trọng như giá cả, chất lượng sản phẩm, thời gian giao hàng và các điều kiện hợp tác khác. Quyết định lựa chọn không chỉ dựa trên giá cả thấp mà còn phải cân nhắc đến độ tin cậy, khả năng cung cấp ổn định và thiện chí hợp tác lâu dài của nhà cung cấp. Doanh nghiệp cần phải cân nhắc mọi khía cạnh để chọn ra nhà cung cấp phù hợp nhất, đảm bảo sự ổn định và hiệu quả trong chuỗi cung ứng của mình.

1.2.2.5. Phê duyệt và báo giá

Bước cuối cùng trong quy trình là phê duyệt nhà cung cấp và gửi báo giá. Nhà lãnh đạo hoặc bộ phận quản lý mua sắm sẽ có trách nhiệm phê duyệt nhà cung cấp dựa trên thông tin so sánh báo giá của các đơn vị cung ứng và các điều kiện mua hàng. Việc phê duyệt cần dựa trên sự so sánh rõ ràng giữa báo giá mới và cũ, cùng

các điều kiện tương ứng với từng nhà cung cấp. Sau khi phê duyệt, báo giá chính thức sẽ được gửi đến nhà cung cấp để hoàn tất quy trình mua hàng. Điều này đảm bảo rằng doanh nghiệp có thể ký kết hợp đồng với nhà cung cấp một cách hợp lý và hiệu quả.

1.2.3. Mua hàng và ký kết hợp đồng mua bán

Sau khi nhận được báo giá và so sánh mọi thứ với nhau. Doanh nghiệp bắt đầu đàm phán rõ hơn về giá (nếu có), có thể đưa ra mức giá hợp lý hơn và cần được sự đồng thuận cao ở cả bên bán và bên mua. Chưa dừng lại ở đó, để đi đến ký kết hợp đồng thương mại cần nhất là trong mua hàng quốc tế, các điều khoản về vận chuyển, chi phí hay trách nhiệm giữa nhà cung cấp và người mua cũng cần được đàm phán một cách rõ ràng. Như vậy, không chỉ tạo điều kiện thuận lợi cho cả hai bên mà còn thuận lợi cho hàng hóa có thể đáp ứng được kịp thời nhu cầu hàng hóa mà doanh nghiệp đang cần thỏa mãn. Quy trình như sau:

Nhận giá: nhận giá từ nhà cung cấp

Thỏa thuận: điều khoản về giá cả, chi phí, vận chuyển

Mua hàng: người mua và nhà cung cấp đi tới ký kết hợp đồng

Sau khi hoàn tất các thủ tục và tiến đến ký kết hợp đồng thương mại hai bên sẽ giữ mỗi người một tài liệu về hợp đồng có giá trị pháp lý như nhau.

1.2.4. Giao nhận hàng hóa

Trong thu mua hàng hóa quốc tế, phần giao nhận hàng hóa là một phần liên quan đến xuất nhập khẩu. Trong đó thu mua quốc tế sẽ làm quy trình nhập khẩu cho hàng hóa.

1.2.4.1. Làm thủ tục xuất khẩu theo qui định nhà nước

Giấy phép là điều kiện tất yếu và bắt buộc để thực hiện các khâu khác trong quá trình xuất nhập khẩu. Thủ tục xin giấy phép nhập khẩu ở mỗi quốc gia, trong mỗi thời điểm, có đặc điểm qui định khác nhau.

1.2.4.2. Thực hiện những công việc ở giai đoạn đầu của khâu thanh toán

Thanh toán là khâu cực kì quan trọng trong hoạt động xuất nhập khẩu, đối với nhập khẩu hàng hóa, khâu này đặc biệt cần được thực hiện kĩ lưỡng, để chắc chắn nhất rằng việc bạn có nhận được hàng hóa hay thời gian nhận có đúng hay không. Có một vài hình thức thanh toán như:

a) Thanh toán bằng L/C, người mua cần:

- Người mua yêu cầu ngân hàng mở L/C theo đúng thỏa thuận.
- Gửi thông tin L/C cho NCC

Sau khi kiểm tra L/C xong nếu thấy phù hợp thì tiến hành xúc tiến, còn không phù hợp thì thông báo ngay cho người mua và ngân hàng mở L/C, để tu chỉnh cho đến khi phù hợp.

b) Thanh toán bằng CAD, người mua cần: người mua mở tài khoản tín thác đúng theo yêu cầu, khi tài khoản đã được mở cần liên hệ với ngân hàng để kiểm tra điều kiện thanh toán, cần đặc biệt chú ý: tên các chứng từ cần xuất trình, người cấp, số bản... Kiểm tra xong, nếu thấy phù hợp nhà xuất khẩu giao hàng cho người vận tải để chuyển đến nơi nhà nhập khẩu yêu cầu. Nhà xuất khẩu sau khi hoàn thành nghĩa vụ giao hàng phải xuất trình bộ chứng từ thì mới nhận được tiền thanh toán.

c) Nếu thanh toán bằng TT trả trước, người mua cần: người mua thanh toán đúng hạn và đầy đủ. Khi ngân hàng báo “CÓ”, thì mới có thể tiến hành giao hàng. Một số phương thức thanh toán mà người bán phải giao hàng rồi mới có thể thực hiện những công việc của khâu thanh toán như: TT trả sau, Clean, Collection, D/A, D/P.

1.2.4.3. Chuẩn bị chứng từ để nhập khẩu

Sau khi NCC gửi hàng đi, người mua hàng cần chuẩn bị các giấy tờ liên quan và chứng từ để khai báo hải quan, nhằm cho hàng hóa được thông quan dễ dàng hơn. Trong đó một số giấy tờ sẽ nhận được tùy thuộc vào một số điều khoản thanh toán. Tuy nhiên về cơ bản cần phải khai báo hải quan các giấy tờ liên quan như giấy chứng nhận xuất xứ, hợp đồng mua bán, hóa đơn, phiếu đóng gói, ngoài ra nếu được yêu cầu thêm trong hợp đồng thì phải bổ sung sao cho đầy đủ với nội dung trong hợp đồng.

1.2.5. Kiểm tra và nghiệm thu hàng hóa khi nhận

Kiểm tra và nghiệm thu hàng hóa là một bước quan trọng trong quy trình thu mua, đảm bảo rằng sản phẩm hoặc dịch vụ nhận được đáp ứng đầy đủ các yêu cầu đã thỏa thuận trong đơn hàng và hợp đồng. Phòng cung ứng chịu trách nhiệm theo dõi toàn bộ quá trình mua sắm, đồng thời phối hợp với các bên liên quan để tiến hành nghiệm thu. Tùy theo loại hàng hóa hoặc dịch vụ, việc nghiệm thu có thể được thực hiện theo các hình thức sau: nghiệm thu tổng quan, nghiệm thu theo từng giai đoạn,

nghiệm thu trước khi nhập kho, nghiệm thu trước khi lắp đặt, hoặc nghiệm thu trong giai đoạn bảo hành.

Quá trình nghiệm thu cần phải tuân thủ chặt chẽ các điều kiện và tiêu chuẩn đã được nêu rõ trong hợp đồng mua bán. Mọi bước nghiệm thu đều phải được ghi lại một cách chi tiết trong biên bản kiểm tra chất lượng, áp dụng cho mọi loại sản phẩm, nguyên vật liệu, hoặc thiết bị máy móc khi nhập kho. Điều này đảm bảo rằng tất cả các bên đều có sự thống nhất và minh bạch về tình trạng của hàng hóa.

Nếu phát hiện bất kỳ yếu tố không phù hợp nào trong quá trình kiểm tra và nghiệm thu, cần phải thực hiện các biện pháp xử lý theo đúng quy trình, cụ thể là Thủ tục 04 (Thủ tục kiểm soát hàng hóa không phù hợp). Phòng cung ứng cùng với phòng quản lý chất lượng sẽ chịu trách nhiệm giám sát, đánh giá và xử lý các trường hợp không phù hợp, đảm bảo rằng mọi vấn đề phát sinh đều được giải quyết kịp thời và hiệu quả, tránh ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất và kinh doanh.

Việc kiểm tra và nghiệm thu không chỉ là một bước bảo đảm chất lượng mà còn là một công cụ giúp doanh nghiệp duy trì uy tín và hiệu quả trong việc quản lý chuỗi cung ứng. Một quy trình nghiệm thu kỹ lưỡng sẽ giúp phát hiện sớm các sai sót, giảm thiểu rủi ro và đảm bảo rằng chỉ những hàng hóa hoặc dịch vụ đạt tiêu chuẩn mới được đưa vào sử dụng hoặc sản xuất.

1.3. Những nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động thu mua quốc tế

1.3.1. Môi trường bên ngoài

1.3.1.1. Môi trường vĩ mô

1.3.1.1.1. Môi trường chính trị - pháp luật

Về chính trị: Các yếu tố chính trị bao gồm hệ thống luật pháp hiện hành, các chính sách đối xử với doanh nghiệp và các ngành nghề kinh doanh của quốc gia. Khi thực hiện hoạt động thu mua, doanh nghiệp cần theo dõi sát sao những biến động chính trị ở các quốc gia đối tác để tránh rủi ro nghiêm trọng như việc thay đổi cơ cấu chính phủ, tịch thu tài sản, quốc hữu hóa tài sản, hoặc hạn chế giao dịch ngoại tệ. Những biến động này có thể tác động trực tiếp đến khả năng thu mua hàng hóa, làm tăng chi phí hoặc thậm chí khiến doanh nghiệp gặp khó khăn trong việc duy trì hoạt động kinh doanh.

Về pháp luật: Yếu tố pháp luật có vai trò định hình mô hình hoạt động và sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp tại một quốc gia hay khu vực cụ thể. Đối với hoạt động thu mua, doanh nghiệp cần tuân thủ các quy định pháp luật về thuế, tiêu chuẩn chất lượng, và các yêu cầu về giấy phép nhập khẩu. Một số mặt hàng có thể yêu cầu đáp ứng các tiêu chuẩn đặc biệt về an toàn, môi trường hoặc phòng chống cháy nổ trước khi được phép nhập khẩu vào thị trường.

1.3.1.1.2. Môi trường kinh tế

Môi trường kinh tế có ảnh hưởng to lớn đến hoạt động thu mua quốc tế của doanh nghiệp. Các yếu tố như chính sách tiền tệ, thương mại, tình hình lạm phát và thất nghiệp của quốc gia đối tác đều có thể tác động đến chi phí và khả năng nhập khẩu. Ví dụ, tỷ giá hối đoái và lãi suất có thể ảnh hưởng trực tiếp đến giá trị hàng hóa nhập khẩu và lợi nhuận của doanh nghiệp. Ngoài ra, các chính sách thương mại như thuế nhập khẩu, biện pháp bảo hộ thương mại, và hiệp định thương mại tự do cũng mang lại nhiều cơ hội và thách thức cho doanh nghiệp khi thu mua hàng hóa vào thị trường quốc tế.

1.3.1.1.3. Môi trường công nghệ

Công nghệ đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao hiệu quả và chất lượng của hoạt động nhập khẩu và thu mua. Doanh nghiệp có thể tận dụng công nghệ hiện đại để cải thiện quy trình logistics, quản lý chuỗi cung ứng và tối ưu hóa chi phí. Việc áp dụng công nghệ cao trong quản lý kho bãi, vận chuyển và giao nhận hàng hóa giúp giảm thiểu rủi ro và nâng cao năng lực cạnh tranh. Ngoài ra, công nghệ cũng giúp doanh nghiệp tiếp cận nhanh chóng với thông tin thị trường, tìm kiếm đối tác thu mua uy tín và tối ưu hóa quá trình giao dịch quốc tế.

Công nghệ tác động đến hoạt động thu mua và nhập khẩu theo hai cách chính. Thứ nhất, công nghệ nội bộ của doanh nghiệp cần được cập nhật để đáp ứng yêu cầu nhập khẩu hiện đại, tránh tình trạng lạc hậu và mất khả năng cạnh tranh. Thứ hai, sự phát triển công nghệ toàn cầu tạo ra các đối thủ cạnh tranh với khả năng sản xuất các sản phẩm thay thế, vì vậy doanh nghiệp cần cải tiến liên tục để duy trì sự cạnh tranh trên thị trường quốc tế.

1.3.1.1.4. Môi trường các điều kiện tự nhiên

Môi trường tự nhiên ảnh hưởng trực tiếp đến việc thu mua nguyên liệu và hàng hóa, đồng thời cũng tác động đến chi phí và quy trình logistics của doanh nghiệp. Các yếu tố như đất đai, tài nguyên thiên nhiên, khí hậu, và vị trí địa lý của quốc gia đối tác có thể tạo ra những thách thức hoặc cơ hội trong việc thu mua. Ví dụ, điều kiện thời tiết khắc nghiệt hoặc địa hình phức tạp có thể làm gián đoạn quá trình vận chuyển hàng hóa, tăng chi phí và thời gian giao nhận.

Ngoài ra, các nguồn tài nguyên thiên nhiên như dầu mỏ, khí đốt, và khoáng sản cũng đóng vai trò quan trọng trong hoạt động thu mua. Việc khai thác và sử dụng các tài nguyên này có thể thay đổi cấu trúc ngành công nghiệp, ảnh hưởng đến nhu cầu về nguyên liệu đầu vào và năng lực sản xuất của doanh nghiệp.

1.3.1.2. Môi trường vi mô

1.3.1.2.1. Yếu tố khách hàng

Khách hàng là người tiêu thụ các sản phẩm hoặc dịch vụ mà doanh nghiệp nhập khẩu hoặc thu mua từ thị trường quốc tế. Đây là yếu tố quan trọng hàng đầu, vì không có khách hàng thì doanh nghiệp không thể tồn tại. Khách hàng là nhân tố quyết định các tiêu chuẩn về sản phẩm mà doanh nghiệp nhập khẩu, từ chất lượng đến tính năng. Giá cả của sản phẩm được thu mua cũng phải được xác định dựa trên sự chấp nhận của khách hàng, theo nguyên tắc cung và cầu trên thị trường. Doanh nghiệp cần phải thỏa mãn nhu cầu của khách hàng bằng cách lựa chọn những sản phẩm phù hợp nhất từ nhà cung cấp quốc tế, đảm bảo rằng sản phẩm đó đáp ứng các yêu cầu và mong muốn của thị trường mục tiêu.

1.3.1.2.2. Các đơn vị cung ứng

Để thực hiện hoạt động thu mua quốc tế hiệu quả, doanh nghiệp cần tìm kiếm và lựa chọn các đơn vị cung ứng uy tín trên toàn cầu. Đối với hoạt động nhập khẩu, việc lựa chọn các nhà cung cấp quốc tế là vô cùng quan trọng. Doanh nghiệp cần đảm bảo rằng các nguyên vật liệu, máy móc thiết bị hoặc các sản phẩm khác nhập khẩu đáp ứng được các tiêu chuẩn về chất lượng và thời gian giao hàng. Bất kỳ sai sót nào về chất lượng sản phẩm hoặc sự chậm trễ trong vận chuyển đều có thể gây ra gián đoạn trong hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh và hiệu quả kinh doanh.

1.3.2. Môi trường bên trong

Hoạt động thu mua quốc tế và nhập khẩu không chỉ bị ảnh hưởng bởi các yếu tố bên ngoài mà còn chịu sự tác động từ các yếu tố bên trong doanh nghiệp. Những yếu tố nội bộ này có thể được điều chỉnh và tối ưu hóa để mang lại kết quả tốt nhất cho hoạt động thu mua và nhập khẩu. Một số yếu tố bên trong quan trọng bao gồm:

1.3.2.1. Trình độ lãnh đạo và quản trị của các nhà quản lý trong doanh nghiệp

Đây là yếu tố chủ chốt quyết định sự thành công hay thất bại của hoạt động thu mua quốc tế và nhập khẩu. Các nhà quản lý có năng lực lãnh đạo và quản trị sẽ biết cách xây dựng và triển khai các chiến lược thu mua quốc tế hiệu quả, từ việc lựa chọn nhà cung cấp đến đàm phán hợp đồng và quản lý rủi ro. Nếu thực hiện tốt, doanh nghiệp sẽ tận dụng được lợi thế từ thị trường quốc tế và đảm bảo sự ổn định trong chuỗi cung ứng.

1.3.2.2. Trình độ và năng lực của nhân viên

Đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp và có kinh nghiệm trong lĩnh vực thu mua quốc tế và nhập khẩu sẽ đảm bảo quá trình thực hiện diễn ra suôn sẻ và hiệu quả. Nhân viên với kỹ năng tốt có khả năng giảm thiểu rủi ro, xử lý các vấn đề phát sinh một cách nhanh chóng và đảm bảo rằng các sản phẩm nhập khẩu đáp ứng được tiêu chuẩn và yêu cầu của doanh nghiệp. Điều này trực tiếp ảnh hưởng đến sự thành công của các hoạt động thu mua và nhập khẩu.

1.3.2.3. Năng lực tài chính

Khả năng tài chính của doanh nghiệp đóng vai trò quyết định quy mô và phạm vi của hoạt động thu mua quốc tế và nhập khẩu. Năng lực tài chính mạnh mẽ cho phép doanh nghiệp mở rộng hoạt động nhập khẩu, từ đó tăng cường sức mạnh cạnh tranh trên thị trường quốc tế. Bên cạnh đó, tài chính vững mạnh cũng giúp doanh nghiệp dễ dàng hơn trong việc đàm phán với nhà cung cấp, đảm bảo chất lượng và thời gian giao hàng theo kế hoạch.

1.3.2.4. Cơ sở vật chất kỹ thuật

Yếu tố này bao gồm các tài sản cố định của doanh nghiệp như máy móc, kho bãi, phương tiện vận chuyển và hệ thống quản lý thông tin. Cơ sở vật chất kỹ thuật hiện đại và được nâng cấp thường xuyên sẽ hỗ trợ doanh nghiệp trong việc lưu trữ, quản lý và phân phối hàng hóa nhập khẩu một cách hiệu quả. Điều này cũng giúp

giảm chi phí vận hành và tăng tốc độ xử lý hàng hóa, từ đó nâng cao hiệu quả hoạt động thu mua và nhập khẩu.

1.3.2.5. Chiến lược thu mua quốc tế và nhập khẩu

Chiến lược thu mua quốc tế là yếu tố định hình cách doanh nghiệp tiếp cận các nhà cung cấp nước ngoài và quản lý quá trình nhập khẩu. Một chiến lược thu mua hiệu quả sẽ giúp doanh nghiệp tận dụng được lợi thế về giá cả, chất lượng sản phẩm và thời gian giao hàng, đồng thời tạo ra sự cạnh tranh vượt trội trên thị trường. Ngược lại, một chiến lược không phù hợp có thể dẫn đến chi phí cao, chất lượng sản phẩm kém và thậm chí là rủi ro pháp lý, gây tổn thất lớn cho doanh nghiệp.

TÓM TẮT CHƯƠNG 1

Qua chương 1, tôi đã điếm qua các định nghĩa chung về mua hàng và mua hàng quốc tế. Bên cạnh đó, chương này đã nêu lên vai trò quan trọng của thu mua và đặc biệt là thu mua quốc tế trong môi trường kinh doanh của các công ty, tập đoàn. Cùng với đó đã phân loại các loại hình mua hàng và mô tả một hoạt động thu mua có tính quốc tế cơ bản có những gì. Cuối cùng, chương này cũng làm rõ các yếu tố bên trong và bên ngoài của một doanh nghiệp có thể ảnh hưởng đến tiến trình thu mua trên cả khía cạnh vĩ mô và vi mô.

CHƯƠNG 2: TỔNG QUAN VÀ THỰC TRẠNG QUY TRÌNH THU MUA QUỐC TẾ CỦA CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI & DỊCH VỤ LINH KHÔI.

2.1. Tổng quan về công ty

2.1.1. Thông tin chung của công ty

Công ty TNHH Thương mại và Dịch vụ Linh Khôi được thành lập vào ngày 31/01/2007 với mục tiêu đầu tiên là trở thành một trong những đơn vị hàng đầu về cung cấp các loại màn (rèm), sau đó vào những năm 2008 đến 2012 mở rộng ra cung cấp các loại vải nội thất, các dịch vụ sản xuất hàng may sẵn trong dịch vụ rèm cửa và nội thất. Tuy nhiên thế mạnh của công ty vẫn là cung cấp các loại rèm cửa.

a. Tên giao dịch

Tên giao dịch (Tiếng Việt): CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI VÀ DỊCH VỤ LINH KHÔI

Tên giao dịch (Tiếng Anh): LINH KHOI TRADING AND SERVICES LTD.

Tên viết tắt: LK SERVICE & TRADING CO.,LTD

b. Mã số doanh nghiệp: 0304888002

c. Địa chỉ: 144/18 Võ Duy Ninh, Phường 22, Quận Bình Thạnh, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam

d. Điện thoại: 035001056

f. Đại diện pháp lý: Đào Quốc Hùng

g. Logo:



(Nguồn: Công ty TNHH Thương mại và Dịch vụ Linh Khôi)

Hình 2. 1: Logo công ty

Khởi đầu từ một doanh nghiệp nhỏ tới hiện tại với hơn 15 năm kinh nghiệm trong ngành màn, vải, dịch vụ,... công ty đang từng bước khẳng định vị thế của mình trong việc cung cấp các dịch vụ và sản phẩm liên quan đến màn, rèm, vải trong thiết kế nội - ngoại thất thông qua việc hợp tác với nhiều doanh nghiệp lớn để thực hiện cung cấp và thi công các hạng mục về rèm, giấy dán tường và vải nội ngoại thất tại các công trình có tiếng tại Việt Nam. Sự phát triển và mở rộng của công ty Linh Khôi được đánh dấu bởi quy mô hoạt động và đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ. Không chỉ vậy nhờ vào chiến lược kinh doanh linh hoạt và đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp, công ty luôn kết nối và làm hài lòng khách hàng với chất lượng sản phẩm của công ty điều này tạo ra một mạng lưới cung cấp vải rộng lớn tại thị trường Việt Nam.

2.1.1.1. Tầm nhìn

Công ty TNHH Dịch vụ và Thương mại Linh Khôi (LINH KHOI SERVICE & TRADING CO., LTD) hướng tới trở thành doanh nghiệp dẫn đầu trong lĩnh vực cung cấp các loại vải, giấy dán tường và dịch vụ gia công vải tại Việt Nam. Không ngừng nỗ lực để tạo ra những sản phẩm và dịch vụ chất lượng cao, đồng thời phát triển bền vững và có trách nhiệm với xã hội. Mục tiêu của chúng tôi là mở rộng thị trường ra quốc tế, xây dựng thương hiệu Linh Khôi trở thành biểu tượng của sự uy tín và sáng tạo trong ngành công nghiệp dệt may và trang trí nội thất.

2.1.1.2. Sứ mệnh

Chất lượng sản phẩm: Đảm bảo mọi sản phẩm và dịch vụ đều đạt tiêu chuẩn cao nhất về chất lượng.

Khách hàng: Luôn đặt khách hàng ở vị trí trung tâm, lắng nghe và đáp ứng nhu cầu của họ một cách tốt nhất.

Trách nhiệm: Hoạt động với tinh thần trách nhiệm cao đối với cộng đồng và môi trường.

Phát triển: Đầu tư vào con người và cơ sở hạ tầng để phát triển bền vững và tăng cường năng lực cạnh tranh.

2.1.1.3. Giá trị cốt lõi

Xem chất lượng sản phẩm cung cấp là nền tảng cho cam kết: mang đến cho khách hàng những sản phẩm và dịch vụ với tiêu chuẩn cao nhất, đáp ứng và vượt xa sự mong đợi của họ.

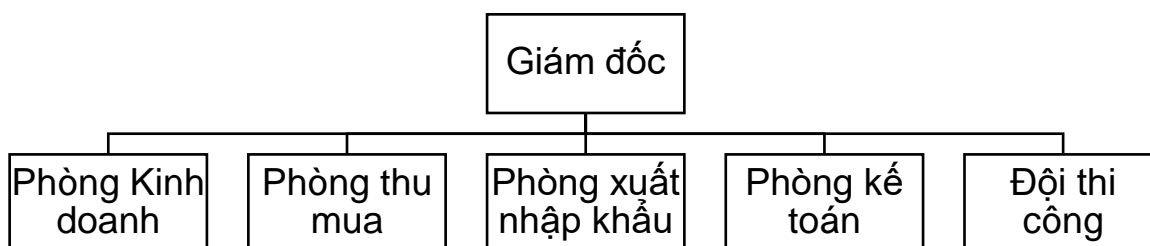
Tôn trọng con người: coi trọng và đầu tư vào sự phát triển của nhân viên, tạo điều kiện và cơ hội để mỗi cá nhân phát huy tối đa năng lực, đóng góp vào sự phát triển chung của công ty.

Khách hàng là trọng tâm: luôn lắng nghe và thấu hiểu nhu cầu của khách hàng. Sự hài lòng và tin tưởng của khách hàng là động lực phát triển và hoàn thiện.

Hợp tác và đoàn kết: xây dựng môi trường làm việc đoàn kết, hợp tác và hỗ trợ lẫn nhau. Sức mạnh tập thể là chìa khóa để đạt được những mục tiêu lớn và dài hạn

2.1.1.4. Cơ cấu sơ đồ tổ chức công ty

Công ty TNHH Thương mại và Dịch vụ Linh Khôi có sơ đồ tổ chức khá đơn giản, bao gồm các phòng ban như: phòng kinh doanh, phòng thu mua, phòng kế toán, phòng xuất nhập khẩu, đội thi công. Trong đó các phòng hoạt động được thông qua bởi giám đốc điều hành. Và dưới đây là sơ đồ tổ chức của công ty:



(Nguồn: Phòng kế toán công ty)

🚦 Giám đốc:

Điều hành công việc chung cho các phòng ban, làm việc với các trưởng phòng của các phòng ban để bổ nhiệm công việc.

Hoạch định về chiến lược và kế hoạch cho các dự án.

Giám sát và chỉ huy trong các công việc của công ty, là người phê duyệt các kế hoạch, mục tiêu và tiến độ công việc mà công ty đang có.

Sơ đồ 2. 1: Sơ đồ tổ chức công ty TNHH TM&DV LINH KHÔI

Tạo lập và duy trì các mối quan hệ trong đó có cả đối ngoại và đối nội liên quan.

Phòng Kinh Doanh

Phòng kinh doanh chịu trách nhiệm tìm kiếm, duy trì và phát triển khách hàng, đảm bảo doanh số bán hàng và tăng trưởng doanh thu cho công ty. Các công việc cụ thể bao gồm:

Tìm kiếm và tiếp cận khách hàng mới : Gọi điện, gửi email, gặp mặt khách hàng tiềm năng.

Chăm sóc khách hàng hiện tại : Duy trì mối quan hệ tốt với khách hàng hiện tại, giải quyết các vấn đề phát sinh.

Lập kế hoạch và chiến lược kinh doanh : Xây dựng chiến lược phát triển thị trường, lập kế hoạch kinh doanh hàng năm/quý/tháng.

Theo dõi và phân tích doanh số bán hàng : Báo cáo, phân tích và đánh giá hiệu quả kinh doanh.

Đàm phán và ký kết hợp đồng : Làm việc với khách hàng về điều khoản hợp đồng, giá cả, dịch vụ.

Phòng Xuất Nhập Khẩu

Phòng xuất nhập khẩu chịu trách nhiệm quản lý và điều phối các hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa. Các công việc cụ thể bao gồm:

Lập kế hoạch xuất nhập khẩu: Lên kế hoạch mua và bán hàng hóa quốc tế.

Chuẩn bị hồ sơ, chứng từ: Chuẩn bị các giấy tờ cần thiết như hóa đơn, phiếu xuất kho, giấy chứng nhận xuất xứ.

Làm việc với cơ quan hải quan: Khai báo hải quan, làm thủ tục thông quan hàng hóa.

Làm việc với nhà cung cấp và khách hàng quốc tế : Liên hệ, đàm phán với các đối tác nước ngoài.

Quản lý vận chuyển quốc tế: Điều phối vận chuyển, lựa chọn phương tiện và hãng vận tải phù hợp.

Theo dõi đơn hàng và xử lý sự cố: Theo dõi tiến độ giao hàng, giải quyết các vấn đề phát sinh trong quá trình vận chuyển.

Phòng Kế Toán

Phòng kế toán chịu trách nhiệm quản lý tài chính và kế toán của công ty, đảm bảo sự minh bạch và chính xác trong các hoạt động tài chính. Các công việc cụ thể bao gồm:

Ghi chép và kiểm tra sổ sách kế toán : Ghi nhận các giao dịch tài chính, kiểm tra tính hợp lệ và hợp pháp của các chứng từ kế toán.

Lập báo cáo tài chính: Báo cáo thu nhập, báo cáo tài sản, bảng cân đối kế toán.

Quản lý và kiểm soát chi phí: Theo dõi và kiểm soát các khoản chi phí của công ty.

Quản lý và xử lý thuế: Khai báo và nộp thuế, xử lý các vấn đề liên quan đến thuế.

Quản lý quỹ tiền mặt và tài khoản ngân hàng: Theo dõi và quản lý dòng tiền, các giao dịch ngân hàng.

Lập kế hoạch tài chính: Lên kế hoạch tài chính hàng năm/quý/tháng.

Phòng Thu Mua

Phòng thu mua chịu trách nhiệm tìm kiếm, đánh giá và mua sắm các nguyên vật liệu, hàng hóa cần thiết cho hoạt động sản xuất và kinh doanh của công ty. Các công việc cụ thể bao gồm:

Lập kế hoạch thu mua: Xác định nhu cầu, lập kế hoạch mua sắm nguyên vật liệu, hàng hóa.

Tìm kiếm và đánh giá nhà cung cấp: Tìm kiếm, đánh giá và lựa chọn nhà cung cấp phù hợp.

Đàm phán và ký kết hợp đồng mua sắm: Đàm phán giá cả, điều khoản hợp đồng với nhà cung cấp.

Quản lý đơn hàng: Theo dõi tiến độ đơn hàng, đảm bảo hàng hóa được giao đúng thời hạn.

Kiểm tra chất lượng hàng hóa: Kiểm tra chất lượng nguyên vật liệu, hàng hóa khi nhận về.

Quản lý tồn kho: Theo dõi và quản lý kho hàng, đảm bảo lượng tồn kho hợp lý.

Những công việc trên giúp đảm bảo các hoạt động của công ty diễn ra suôn sẻ và hiệu quả, từ khâu tìm kiếm khách hàng, mua sắm nguyên vật liệu, quản lý tài chính, đến xuất nhập khẩu hàng hóa.

2.1.2. Cơ cấu hàng hóa và dịch vụ công ty cung cấp

Công ty TNHH Thương mại và Dịch vụ Linh Khôi cung cấp các sản phẩm và dịch vụ như sau:

- ✓ Sản xuất vải dệt kim, vải đan móc và vải không dệt khác
- ✓ Sản xuất hàng may sẵn (trừ trang phục) chi tiết: gia công hàng may mặc; Cắt, may, trang trí rèm cửa (trừ tẩy, nhuộm, hò, in, gia công hàng đã qua sử dụng tại trụ sở).
- ✓ Hoàn thiện công trình xây dựng
- ✓ Đại lý, môi giới, đấu giá chi tiết: môi giới thương mại
- ✓ Bán buôn vải, hàng may sẵn, giày dép chi tiết: mua bán vải
- ✓ Bán buôn đồ dùng khác cho gia đình Chi tiết: Bán buôn hàng da và giả da khác; Mua bán hàng trang trí nội thất
- ✓ Bán buôn chuyên doanh khác chưa được phân vào đâu chi tiết: bán buôn giấy dán tường và phủ sàn, thảm, đệm, chăn, màn, ga trải giường, gối và hàng dệt khác

2.1.3. Giới thiệu về phòng ban thu mua quốc tế

Phòng Ban Mua Hàng Quốc Tế của Công ty TNHH Dịch Vụ và Thương Mại Linh Khôi là một trong những bộ phận quan trọng, đảm nhận vai trò chiến lược trong việc tìm kiếm, liên kết, và quản lý mối quan hệ với các nhà cung cấp vải và rèm cửa, nhằm đảm bảo quy trình cung ứng nguyên liệu cho công ty diễn ra một cách hiệu quả và kịp thời.

2.1.3.1. Chức năng và nhiệm vụ chính

Phòng Ban Mua Hàng Quốc Tế chịu trách nhiệm tìm kiếm, lựa chọn, và thương thảo với các nhà cung cấp nguyên liệu về vải và rèm cửa, đảm bảo chất lượng và chi phí hợp lý nhất cho công ty. Các nhiệm vụ chính bao gồm:

- Tìm kiếm và đánh giá nhà cung cấp: Bộ phận này không ngừng tìm kiếm các nhà cung cấp tiềm năng trên thị trường quốc tế, đánh giá dựa trên các tiêu chí như chất lượng sản phẩm, giá cả, khả năng cung ứng, và độ tin cậy. Thông qua

quá trình đánh giá này, phòng ban sẽ lựa chọn những đối tác phù hợp nhất để hợp tác lâu dài.

- **Thương thảo và đàm phán hợp đồng:** Sau khi lựa chọn được nhà cung cấp, bộ phận mua hàng sẽ tiến hành đàm phán các điều khoản hợp đồng nhằm đảm bảo lợi ích tối đa cho công ty. Điều này bao gồm các vấn đề về giá cả, thời gian giao hàng, phương thức thanh toán, và các điều kiện bảo hành.
- **Quản lý tồn kho:** Phòng mua hàng đóng vai trò quan trọng trong việc kiểm soát lượng hàng tồn kho. Bộ phận này phải đảm bảo rằng công ty luôn có đủ nguyên liệu để duy trì hoạt động sản xuất mà không gây lãng phí. Điều này đòi hỏi sự theo dõi chặt chẽ về mức tồn kho hiện tại, dự báo nhu cầu và lập kế hoạch nhập hàng phù hợp.
- **Quản lý chất lượng sản phẩm nhập khẩu:** Phòng mua hàng không chỉ có nhiệm vụ tìm kiếm và mua hàng mà còn phải đảm bảo chất lượng nguyên liệu đầu vào. Các thành viên trong phòng sẽ thực hiện kiểm tra chất lượng vải và rèm cửa trước khi nhập kho để đảm bảo không có lỗi hoặc vấn đề về chất lượng.
- **Giải quyết vấn đề với nhà cung cấp:** Nếu có bất kỳ vấn đề nào phát sinh trong quá trình giao dịch, từ chất lượng sản phẩm không đạt yêu cầu, chậm trễ trong giao hàng, đến các tranh chấp hợp đồng, phòng ban sẽ chịu trách nhiệm liên hệ và làm việc với nhà cung cấp để giải quyết vấn đề một cách nhanh chóng và hiệu quả.

2.1.3.2. Cơ cấu nhân sự

Phòng Ban Mua Hàng Quốc Tế hiện có 4 thành viên, bao gồm:

a. **Trưởng phòng mua hàng quốc tế:** Người đứng đầu bộ phận, chịu trách nhiệm điều hành và quản lý toàn bộ hoạt động của phòng, báo cáo trực tiếp với ban giám đốc, và ra quyết định chiến lược về việc lựa chọn và hợp tác với các nhà cung cấp.

b. **Nhân viên thu mua:** Có nhiệm vụ tìm kiếm thông tin, thực hiện đàm phán với nhà cung cấp, và hỗ trợ trưởng phòng trong các quyết định thu mua. Họ sẽ là những người thực hiện các cuộc đàm phán ban đầu và xử lý các giao dịch hàng ngày.

Phòng ban làm việc từ thứ hai đến thứ sáu trong giờ hành chính, tuân theo lịch làm việc chuẩn của công ty. Trong trường hợp có các sự kiện đặc biệt hoặc yêu cầu từ ban giám đốc, phòng ban có thể làm việc ngoài giờ để đảm bảo tiến độ công việc.

2.1.3.3. Vai trò quan trọng đối với sự phát triển của công ty

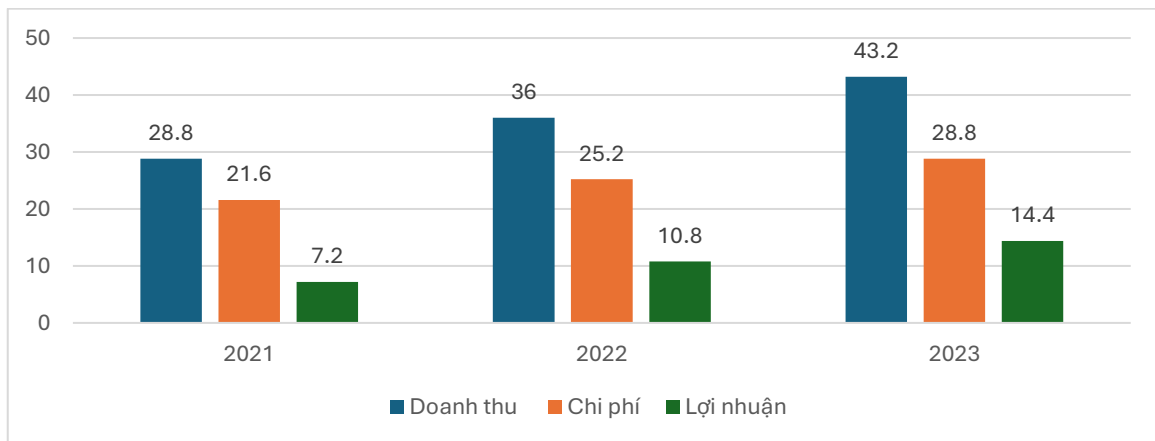
Với vai trò chủ chốt trong chuỗi cung ứng, Phòng Ban Mua Hàng Quốc Tế đóng góp trực tiếp vào hiệu quả sản xuất và kinh doanh của Công ty TNHH Dịch Vụ và Thương Mại Linh Khôi. Việc đảm bảo nguồn cung ổn định và chất lượng cao không chỉ giúp duy trì hoạt động sản xuất mà còn góp phần xây dựng uy tín và thương hiệu của công ty trên thị trường.

Ngoài ra, việc kiểm soát chi phí thu mua và tối ưu hóa quy trình làm việc với nhà cung cấp còn giúp công ty nâng cao khả năng cạnh tranh, gia tăng lợi nhuận và mở rộng thị phần trong ngành trang trí nội thất.

2.1.4. Kết quả hoạt động kinh doanh của công ty

Về kết quả hoạt động trong sản xuất và kinh doanh của công ty TNHH Thương mại và Dịch vụ Linh Khôi trong 3 năm gần nhất lần lượt là năm 2021, 2022, 2023. Tuy bị ảnh hưởng bởi Covid 19, nhưng may mắn rằng công ty vẫn có những dự án cần cung cấp các sản phẩm về vải, màn, giấy gián tường nhất định. Vì thế kết quả hoạt động có phần tăng tiến và có những khởi sắc nhất định sau đại dịch. Dưới đây là biểu đồ về doanh thu chi phí và lợi nhuận đạt được và mức độ tăng trưởng của công ty trong 3 năm 2021; 2022; 2023.

Đơn vị tỷ đồng: (VNĐ)



(Nguồn: Phòng kế toán công ty)

Biểu đồ 2. 1: Kết quả hoạt động của công ty TNHH TM&DV Linh Khôi năm 2021, 2022, 2023

Bảng 2. 1: Tốc độ tăng trưởng của công ty (2021, 2022, 2023)*(Đơn vị: %)*

Năm	2022 – 2021	2023- 2022	2023- 2021
Doanh thu	25%	20%	50%
Chi phí	16,67%	14,28%	33,33%
Lợi nhuận	50%	33,33%	100%

*(Nguồn: Phòng kế toán công ty)***Nhận xét:**

Nhìn vào bảng 2.1 và biểu đồ 2.1, có thể thấy kết quả hoạt động sản xuất và kinh doanh của công ty có phần tăng qua các năm, tuy không đều nhưng có mức tăng trưởng khá tốt qua từng năm. Trong đó:

Về doanh thu, với năm 2021 đạt trong khoảng 28,8 tỷ đồng. Sang năm tiếp theo, năm 2022 tăng lên 7,2 tỷ tức doanh thu đạt 36 tỷ đồng điều này cũng tương đương mức tăng trưởng 25%. Qua năm thứ 3 (2023) doanh thu tiếp tục tăng lên 43,2 tỷ tức tăng trưởng 20% so với năm 2022 và tăng khoảng 50% so với năm 2021.

Về chi phí, năm 2021 công ty tập trung để khắc phục các chi phí điều hành sau đại dịch, nên chi phí bỏ ra khá cao cụ thể là 21,6 tỷ đồng chiếm khoảng 75% doanh thu. Sang năm thứ 2 (2022), chi phí có tăng lên 25,2 tỷ chỉ chiếm 70% so với doanh thu. Năm 2023, chi phí tăng lên 3,6 tỷ nhưng chỉ chiếm 66,67% so với doanh thu. Qua đó có thể thấy, qua từng năm công ty đã có những sự điều hành tốt trong quản lý chi phí có thể thấy chi phí đã được cắt giảm trong khoảng 8%.

Về lợi nhuận, tại năm đầu tiên (2021) tuy chỉ mới phục hồi sau thời điểm đại dịch nhưng mức lợi nhuận cho thấy đã khá cao, cụ thể là 7,2 tỷ đồng chiếm 25% trong tổng doanh thu. Với sự tăng lên của doanh thu và cắt giảm hợp lý ở phần chi phí biến đổi thì lợi nhuận của các năm cũng đã tăng lên. Năm 2022 là 10,8 tỷ đồng và năm 2023 tăng lên 14,4 tỷ đồng.

Qua những phân tích trên về kết quả hoạt động của công ty TNHH TM & DV Linh Khôi cho thấy rằng trong 3 năm 2021, 2022, 2023 đã có sự tăng trưởng nhất định và phục hồi khá nhanh sau đại dịch. Điều này có thể do việc sau đại dịch có nhiều dự án giang dở cần có sự hoàn thành nhanh chóng để kịp tiến độ. Điều này giúp

công ty có nhiều cơ hội để cung cấp vải và tiếp cận các dự án ấy. Song song đó, có thể thấy công ty đã có bước tiến khá nhanh và sự điều chỉnh hợp lý về chi phí. Điều này đã mang lại lợi nhuận tăng theo từng năm.

2.2. Tổng quan về thị trường về rèm cửa Việt Nam

Thị trường rèm cửa trên toàn cầu nói chung và tại Việt Nam nói riêng đang có những chuyển biến tích cực, với nhu cầu ngày càng tăng nhanh. Các sản phẩm rèm cửa hiện nay không chỉ được đầu tư mạnh mẽ về chất lượng mà còn đa dạng hóa về mẫu mã để đáp ứng nhu cầu đa dạng và ngày càng cao của người tiêu dùng. Mặc dù ngành công nghiệp rèm cửa chỉ mới phát triển mạnh tại Việt Nam trong khoảng một thập kỷ trở lại đây, nhưng tốc độ tăng trưởng và tiến bộ là rất đáng kể.

Khách hàng ngày càng chú trọng vào việc tìm kiếm những loại rèm có thiết kế độc đáo, chất lượng cao và phù hợp với phong cách nội thất của họ. Đáp ứng xu hướng toàn cầu hóa, các doanh nghiệp trong ngành cũng đã bắt đầu tiếp cận và sử dụng các loại chất liệu cao cấp từ các quốc gia khác, nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm và thu hút khách hàng. Sự đa dạng trong sản phẩm không chỉ tạo ra nhiều lựa chọn cho người tiêu dùng mà còn thúc đẩy các doanh nghiệp tăng cường tìm kiếm nguồn cung ứng nguyên liệu, mở rộng hoạt động nhập khẩu các loại mặt hàng rèm cửa từ khắp nơi trên thế giới.

Tốc độ phát triển của ngành công nghiệp rèm cửa đã đẩy mạnh quá trình tìm kiếm và lựa chọn các nhà cung cấp uy tín, đồng thời tăng cường hoạt động nhập khẩu nhằm đáp ứng nhu cầu trong nước. Các doanh nghiệp không ngừng mở rộng mối quan hệ đối tác với các nhà sản xuất và nhà cung cấp quốc tế, tạo điều kiện thuận lợi cho việc tiếp cận những nguyên liệu và công nghệ sản xuất hiện đại. Hoạt động nhập khẩu rèm cửa trong hai năm gần đây cho thấy sự gia tăng rõ rệt, phản ánh sự phát triển nhanh chóng của thị trường và tiềm năng kinh doanh trong ngành này tại Việt Nam.

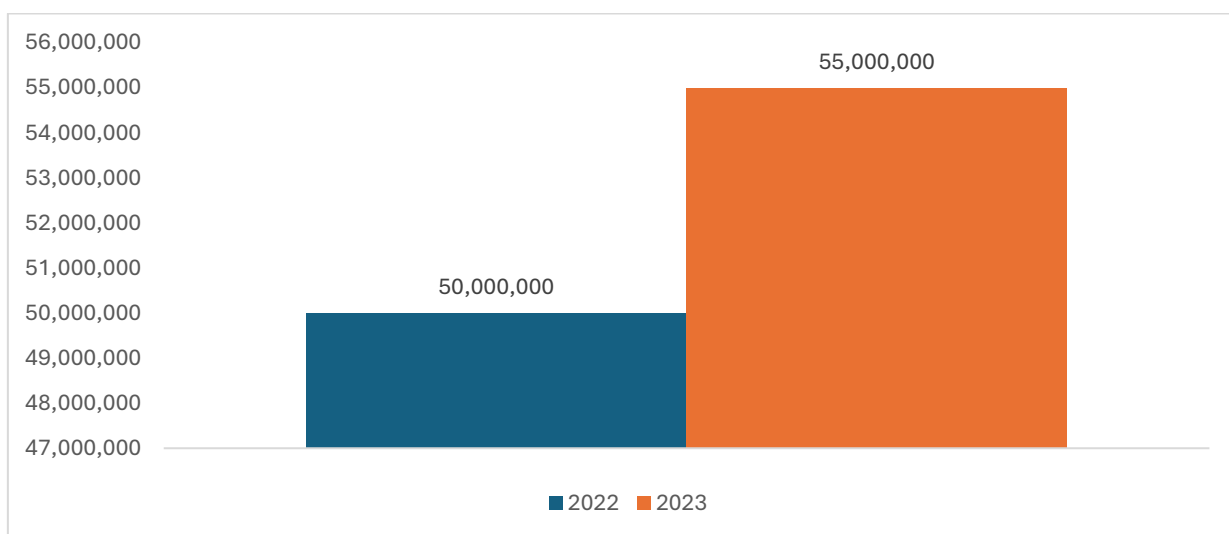
Bảng 2. 2: Cơ cấu nhập khẩu các loại rèm

Thành phần Năm	Chủng loại (USD)			Quốc gia cung cấp					Tổng giá trị
	Rèm cửa vải	Rèm cửa gỗ, nhựa	Khác	Trung Quốc	Hàn Quốc	Nhật Bản	Châu Âu	Khác	
2022	25.000.000	15.000.000	10.000.000	40%	20%	15%	15%	10%	50 triệu USD
2023	24.750.000	19.250.000	11.000.000	38%	22%	16%	14%	10%	55 triệu USD

(Nguồn: Tổng cục Hải Quan Việt Nam)

2.2.1. Giá trị kim ngạch nhập khẩu rèm cửa 2 năm gần nhất

(Đơn vị: USD)



(Nguồn: Tổng cục Hải Quan Việt Nam)

Biểu đồ 2. 2: Kim ngạch nhập khẩu rèm cửa Việt Nam 2022, 2023

Nhận xét:

Năm 2022, tổng kim ngạch nhập khẩu rèm cửa ước tính khoảng 50 triệu USD. Đây là con số khá ấn tượng, phản ánh nhu cầu mạnh mẽ của thị trường Việt Nam đối với các sản phẩm rèm cửa nhập khẩu. Sự tăng trưởng này được thúc đẩy bởi nhiều

yếu tố, bao gồm sự phát triển nhanh chóng của ngành bất động sản, nhu cầu ngày càng tăng về cải thiện không gian sống và làm việc, cũng như sự ưa chuộng các sản phẩm có chất lượng và thiết kế hiện đại.

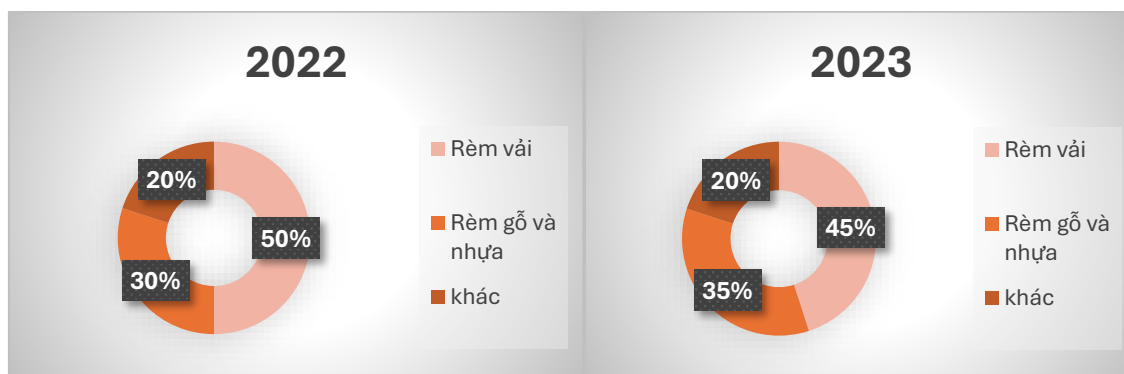
Năm 2023, tổng kim ngạch nhập khẩu rèm cửa tiếp tục tăng lên, đạt khoảng 55 triệu USD, tương ứng với mức tăng trưởng 10% so với năm 2022. Mức tăng trưởng này cho thấy sự ổn định và mở rộng của thị trường rèm cửa nhập khẩu tại Việt Nam. Sự gia tăng này có thể được lý giải bởi sự phục hồi kinh tế sau đại dịch COVID-19, cùng với việc mở rộng các dự án xây dựng, đặc biệt là các dự án nhà ở, văn phòng, và khách sạn. Sự phát triển của ngành du lịch và sự gia tăng số lượng căn hộ cao cấp, văn phòng cho thuê cũng đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy nhu cầu nhập khẩu các loại rèm cửa.

Tổng kim ngạch nhập khẩu rèm cửa vào Việt Nam đã có sự tăng trưởng liên tục từ năm 2022 đến 2023, với mức tăng khoảng 5 triệu USD, tương ứng với 10%. Sự tăng trưởng này phản ánh nhu cầu ngày càng lớn đối với các sản phẩm rèm cửa chất lượng cao, phù hợp với xu hướng thiết kế nội thất hiện đại. Sự phát triển của thị trường bất động sản, cả về quy mô và chất lượng, đã thúc đẩy nhu cầu về trang trí nội thất, trong đó rèm cửa đóng vai trò quan trọng.

Xu hướng tăng trưởng này cũng cho thấy cơ hội lớn cho các nhà nhập khẩu và phân phối rèm cửa tại Việt Nam. Việc tiếp tục đón đầu các xu hướng thiết kế mới, đa dạng hóa sản phẩm và nâng cao chất lượng dịch vụ sẽ là chìa khóa để các doanh nghiệp trong ngành duy trì và mở rộng thị phần của mình. Đồng thời, sự tăng trưởng này cũng đòi hỏi các nhà sản xuất và nhập khẩu cần chú trọng hơn đến các yếu tố về chất lượng sản phẩm, đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế và yêu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng Việt Nam.

2.2.2. Cơ cấu chủng loại rèm cửa nhập khẩu trong năm 2022 và 2023

(Đơn vị: %)



(Nguồn: Tổng cục Hải Quan Việt Nam)

Biểu đồ 2. 3: Cơ cấu các loại rèm nhập khẩu năm 2022, 2023

Nhận xét:

Theo biểu đồ 2.3 có thể thấy được hoạt động nhập khẩu mặt hàng rèm cửa Việt Nam qua hai năm gần nhất 2022, 2023. Kết quả cho thấy có ba loại rèm cửa chính được nhập khẩu vào Việt Nam bao gồm: Rèm vải (có hoặc không có cản sáng), rèm gỗ và nhựa và các loại rèm khác.

Đối với loại rèm vải, có thể thấy đây là loại rèm được nhập khẩu nhiều nhất trong cả hai năm 2022 và 2023 lần lượt là chiếm 50% và 45% trong tổng kim ngạch nhập khẩu rèm cửa. Có thể hiểu được điều này vì đây là loại hình rèm phổ biến được sử dụng cho hầu như tất cả các dạng nhà ở qua từng thời kỳ. Mang lại sự thoải mái, thuận tiện, dễ dàng và quen thuộc khi sử dụng. Ở Việt Nam trong thời gian hiện tại cũng đang rất phát triển về bất động sản nói chung phục vụ cho việc lưu trú hoặc mục đích thương mại du lịch, việc sử dụng các loại rèm vải vẫn là lựa chọn hàng đầu vì quy cách sử dụng không quá phức tạp cùng với sự phù hợp bởi sự đa dạng của loại rèm này.

Đối với loại rèm gỗ và nhựa, đây là loại rèm phổ biến thứ hai sau rèm vải có kim ngạch nhập khẩu vào Việt Nam đứng thứ hai ở cả hai năm 2022 và 2023 lần lượt trong khoảng 15 triệu USD và 19,25 triệu USD chiếm khoảng 30% (2022) và tăng lên 35% (2023). Điều này cho thấy các loại rèm gỗ và nhựa đang dần có ưu thế tại Việt Nam. Chủng loại này có thể làm các loại rèm lá sách ngang hoặc thẳng hoặc các loại rèm cuộn. Sau dịch Covid-19 kết thúc vào năm 2021. Sau đó các sự phục hồi

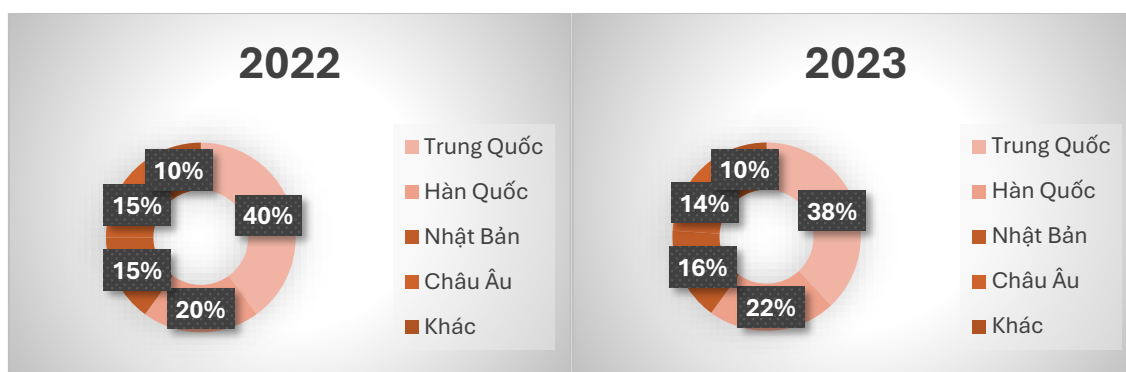
thấy được rõ rệt từ các doanh nghiệp. Có rất nhiều doanh nghiệp mới được ra đời. Vì thế nhu cầu về thuê văn phòng bày trí phù hợp được tăng nhanh để cải tiến hoặc chuẩn bị. Và các loại rèm này là các loại rèm phù hợp cho các loại hình văn phòng. Dễ chắn sáng, nhẹ nhàng và có thể sử dụng động cơ tự động giống rèm vải.

Cuối cùng, với các loại khác. Có thể nhắc đến rèm giấy hay các loại có chất liệu đặc biệt hơn chiếm tỷ trọng nhỏ nhất chủ mang về trong khoảng 10 đến 11 triệu USD trong tổng kim ngạch năm 2022, 2023. Đối với loại rèm này không nổi bật tại thị trường Việt Nam vì không có các điều kiện về thiết kế dành riêng cho các loại này. Ngoài ra nhu cầu và thói quen sử dụng rèm cửa dạng vải hoặc các dạng gỗ và nhựa vẫn còn nhiều hơn để phục vụ cho sự tiện lợi.

Từ phân tích trên, có thể thấy rằng hoạt động nhập khẩu rèm cửa tại Việt Nam có xu hướng tăng trưởng, với sự đa dạng hóa về chủng loại sản phẩm. Rèm vải vẫn giữ vị trí hàng đầu nhờ tính phổ biến và sự đa dụng trong trang trí nội thất. Tuy nhiên, rèm gỗ và nhựa đang ngày càng chiếm ưu thế do sự phát triển mạnh mẽ của thị trường văn phòng và nhu cầu trang trí nội thất hiện đại. Các loại rèm khác, mặc dù có mặt trên thị trường, nhưng chưa chiếm được thị phần lớn do hạn chế về nhu cầu và thói quen tiêu dùng. Xu hướng này phản ánh sự thay đổi trong nhu cầu và sở thích của người tiêu dùng tại Việt Nam, đồng thời cũng là chỉ dấu cho các doanh nghiệp nhập khẩu và phân phối rèm cửa cân nhắc điều chỉnh chiến lược kinh doanh của mình để đáp ứng tốt hơn nhu cầu của thị trường.

2.2.3. Cơ cấu các quốc gia cung cấp rèm cửa

(Đơn vị: %)



(Nguồn: Tổng cục Hải Quan Việt Nam)

Biểu đồ 2. 4: Cơ cấu các nhà cung cấp rèm cửa vào Việt Nam 2022, 2023

Nhận xét:

Trung Quốc vẫn giữ vai trò là nhà cung cấp rèm cửa lớn nhất cho Việt Nam trong cả hai năm, chiếm 40% tổng kim ngạch nhập khẩu năm 2022 và giảm nhẹ xuống 38% vào năm 2023. Mặc dù tỷ lệ nhập khẩu từ Trung Quốc có giảm đôi chút, nhưng nước này vẫn chiếm thị phần lớn nhất. Điều này cho thấy sự cạnh tranh của các nhà cung cấp khác đang ngày càng tăng. Sự ưu thế của Trung Quốc có thể được giải thích bởi lợi thế cạnh tranh về giá cả, quy mô sản xuất lớn, và mạng lưới logistics hiệu quả.

Hàn Quốc có sự tăng trưởng đáng kể, từ 20% năm 2022 lên 22% vào năm 2023. Sự gia tăng này có thể phản ánh nhu cầu ngày càng cao của thị trường Việt Nam đối với các sản phẩm rèm cửa chất lượng cao hơn và thiết kế hiện đại, nơi các sản phẩm từ Hàn Quốc nổi bật nhờ chất lượng vượt trội và sự tinh tế trong thiết kế. Hơn nữa, mối quan hệ kinh tế mạnh mẽ giữa Việt Nam và Hàn Quốc cũng góp phần thúc đẩy sự tăng trưởng này.

Nhật Bản cũng có sự gia tăng thị phần nhẹ, từ 15% năm 2022 lên 16% vào năm 2023. Nhật Bản nổi tiếng với các sản phẩm chất lượng cao và bền vững, điều này có thể hấp dẫn người tiêu dùng Việt Nam trong bối cảnh yêu cầu về chất lượng sản phẩm ngày càng cao. Sự gia tăng thị phần của Nhật Bản có thể là dấu hiệu của một xu hướng dài hạn, nơi người tiêu dùng đang tìm kiếm những sản phẩm không chỉ thẩm mỹ mà còn bền vững và thân thiện với môi trường.

Các nước Châu Âu (Đức, Ý) đã có sự giảm nhẹ trong thị phần, từ 15% năm 2022 xuống 14% vào năm 2023. Mặc dù giảm nhẹ, các nước Châu Âu vẫn duy trì được một phần đáng kể của thị trường nhờ vào chất lượng sản phẩm cao cấp, thiết kế sang trọng, và uy tín lâu đời trong ngành công nghiệp rèm cửa. Tuy nhiên, giá thành cao và cạnh tranh từ các nước Châu Á có thể là nguyên nhân dẫn đến sự suy giảm này.

Các nước khác (Thái Lan, Đài Loan, Mỹ, v.v.) duy trì tỷ lệ ổn định ở mức 10% trong cả hai năm. Điều này cho thấy sự ổn định trong nhu cầu nhập khẩu từ các quốc gia này, nơi cung cấp các sản phẩm đa dạng và đáp ứng nhiều phân khúc thị trường khác nhau.

Cơ cấu nhà cung cấp rèm cửa tại Việt Nam trong năm 2022 và 2023 cho thấy sự thay đổi nhất định trong thị phần của các quốc gia, với sự gia tăng thị phần

của Hàn Quốc và Nhật Bản, trong khi Trung Quốc và các nước Châu Âu có sự sụt giảm nhẹ. Sự dịch chuyển này phản ánh xu hướng tiêu dùng của thị trường Việt Nam đang ngày càng quan tâm đến chất lượng và thiết kế sản phẩm. Đồng thời, việc duy trì tỷ lệ ổn định từ các nước khác cho thấy sự đa dạng hóa nguồn cung cấp, giúp giảm thiểu rủi ro phụ thuộc vào một nguồn cung duy nhất. Những xu hướng này cũng là tín hiệu cho các nhà nhập khẩu và phân phối trong việc tối ưu hóa chuỗi cung ứng và tìm kiếm cơ hội mở rộng hợp tác với các đối tác quốc tế nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu ngày càng cao của thị trường.

2.3. Hoạt động thu mua rèm cửa của Công ty TNHH DV & TM Linh Khôi

Công ty TNHH Thương mại và Dịch vụ Linh Khôi đang chứng kiến những chuyển biến tích cực trong ngành công nghiệp rèm cửa, với nhu cầu ngày càng tăng cao cả trên thị trường toàn cầu lẫn tại Việt Nam. Các sản phẩm rèm cửa hiện nay không chỉ được đầu tư mạnh mẽ về chất lượng mà còn đa dạng hóa về mẫu mã, nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng và khắt khe của người tiêu dùng. Mặc dù ngành công nghiệp rèm cửa chỉ mới phát triển mạnh mẽ tại Việt Nam trong khoảng một thập kỷ gần đây, tốc độ tăng trưởng và tiến bộ là rất đáng kể, mang lại cơ hội lớn cho Công ty Linh Khôi.

Khách hàng hiện nay ngày càng chú trọng vào việc tìm kiếm những loại rèm có thiết kế độc đáo, chất lượng cao, và phù hợp với phong cách nội thất của họ. Nhận thức được xu hướng toàn cầu hóa, Công ty Linh Khôi đã tiên phong trong việc tiếp cận và sử dụng các loại chất liệu cao cấp từ các quốc gia khác, nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm và thu hút khách hàng. Việc đa dạng hóa sản phẩm không chỉ giúp Linh Khôi tạo ra nhiều lựa chọn hơn cho người tiêu dùng mà còn thúc đẩy doanh nghiệp tăng cường tìm kiếm nguồn cung ứng nguyên liệu, mở rộng hoạt động nhập khẩu các mặt hàng rèm cửa từ khắp nơi trên thế giới.

Tốc độ phát triển mạnh mẽ của ngành công nghiệp rèm cửa đã thúc đẩy Công ty Linh Khôi đẩy mạnh quá trình tìm kiếm và lựa chọn các nhà cung cấp uy tín, đồng thời gia tăng hoạt động nhập khẩu để đáp ứng nhu cầu ngày càng lớn trong nước. Công ty không ngừng mở rộng mối quan hệ đối tác với các nhà sản xuất và nhà cung cấp quốc tế, tạo điều kiện thuận lợi cho việc tiếp cận những nguyên liệu và công nghệ sản xuất hiện đại nhất. Hoạt động nhập khẩu rèm cửa của Linh Khôi trong hai năm

gần đây cho thấy sự gia tăng đáng kể, phản ánh sự phát triển nhanh chóng của thị trường và tiềm năng kinh doanh đầy hứa hẹn trong ngành này tại Việt Nam.

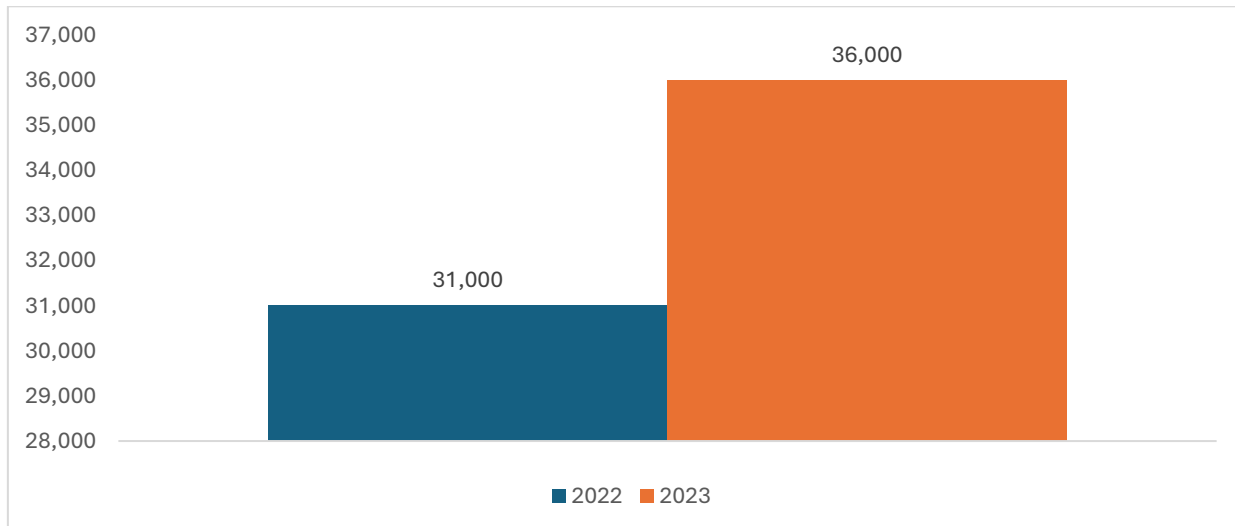
Bảng 2. 3: Bảng giá trị thu mua và nhập khẩu rèm cửa công ty

Thành phần Năm	Chủng loại (triệu VNĐ)			Quốc gia cung cấp				Tổng giá trị (Triệu VNĐ)
	Rèm cửa vải	Rèm cửa gỗ, nhựa	Khác	Trung Quốc	Châu Âu	Hàn Quốc	Khác	
2022	18.000	10.000	3.000	53%	37%	5%	5%	31.000
2023	20.000	12.000	4.000	51%	42%	4%	3%	36.000

(Nguồn: Phòng xuất nhập khẩu công ty)

2.3.1. Giá trị nhập khẩu của Công ty Linh Khôi

(Đơn vị: Triệu VNĐ)



(Nguồn: Phòng Xuất nhập khẩu công ty)

Biểu đồ 2. 5: Hoạt động thu mua và nhập khẩu rèm cửa công ty 2022, 2023

Nhận xét:

Năm 2022, công ty đạt kim ngạch nhập khẩu rèm cửa lên tới 31 tỷ đồng Việt Nam. Đây là con số phản ánh nhu cầu ổn định và mạnh mẽ đối với sản phẩm rèm cửa của công ty trên thị trường. Việc đạt được mức kim ngạch này có thể được đóng góp

bởi chiến lược nhập khẩu hợp lý, lựa chọn nhà cung cấp phù hợp, và khả năng đáp ứng tốt nhu cầu của khách hàng trong nước.

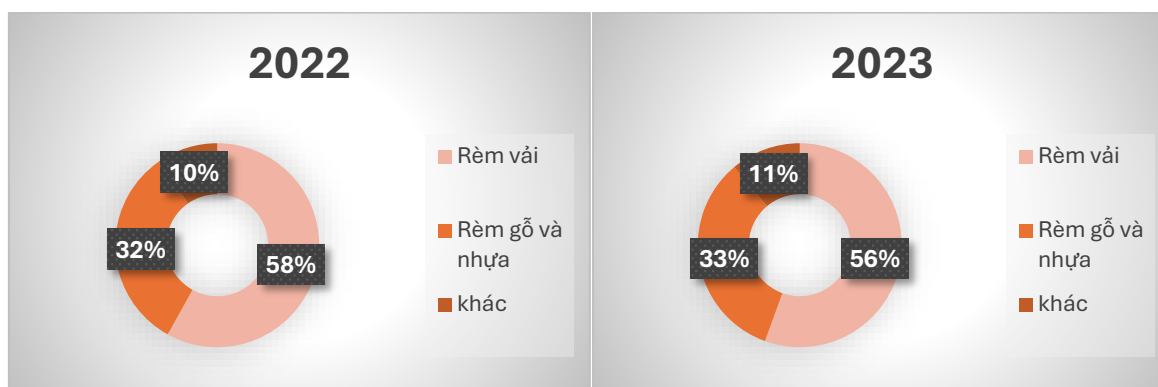
Năm 2023, kim ngạch nhập khẩu của Linh Khôi tiếp tục tăng lên, đạt 36 tỷ đồng Việt Nam, tăng thêm 5 tỷ đồng so với năm trước, tương ứng với mức tăng trưởng khoảng 16%. Sự tăng trưởng này cho thấy công ty không chỉ duy trì được thị phần hiện tại mà còn mở rộng hơn nữa sự hiện diện của mình trên thị trường. Điều này có thể là kết quả của việc công ty mở rộng mạng lưới khách hàng, tăng cường hiệu quả trong hoạt động nhập khẩu và phân phối, cũng như phản ứng nhanh chóng với các thay đổi trong xu hướng tiêu dùng và thị trường.

Hoạt động nhập khẩu rèm cửa của Công ty TNHH Thương Mại và Dịch Vụ Linh Khôi trong hai năm 2022 và 2023 đã cho thấy xu hướng tăng trưởng tích cực. Với mức tăng trưởng từ 31 tỷ đồng lên 36 tỷ đồng, công ty không chỉ khẳng định vị thế của mình trong lĩnh vực nhập khẩu và phân phối rèm cửa mà còn nắm bắt tốt cơ hội mở rộng thị phần. Sự tăng trưởng này là minh chứng cho khả năng đáp ứng nhu cầu thị trường ngày càng tăng cao, và phản ánh chiến lược kinh doanh hiệu quả, từ việc lựa chọn nhà cung cấp, quản lý chuỗi cung ứng, đến tiếp cận và phục vụ khách hàng.

Trong bối cảnh thị trường bất động sản và nhu cầu trang trí nội thất tại Việt Nam đang tiếp tục phát triển, Công ty TNHH Thương Mại và Dịch Vụ Linh Khôi cần tiếp tục đầu tư vào nghiên cứu thị trường, duy trì mối quan hệ tốt với các nhà cung cấp uy tín, và không ngừng cải tiến sản phẩm và dịch vụ để đáp ứng kỳ vọng ngày càng cao của khách hàng, từ đó củng cố và mở rộng thị phần của mình trong tương lai.

2.3.2. Cơ cấu chủng loại rèm cửa nhập khẩu năm 2022 và 2023 của công ty Linh Khôi

(Đơn vị: %)



(Nguồn: Phòng Xuất nhập khẩu công ty)

Biểu đồ 2. 6: Cơ cấu chủng loại rèm cửa nhập khẩu bởi công ty 2022, 2023

Nhận xét:

Qua dữ liệu về cơ cấu chủng loại rèm cửa mà Công ty TNHH Thương Mại và Dịch Vụ Linh Khôi đã nhập khẩu trong hai năm 2022 và 2023 theo biểu đồ 2.6, ta có thể thấy một số xu hướng quan trọng như sau:

Rèm vải là sản phẩm chủ lực trong hoạt động nhập khẩu của Linh Khôi, chiếm tỷ trọng lớn nhất trong tổng kim ngạch nhập khẩu. Năm 2022, rèm vải chiếm 58%, tương ứng với 18 tỷ đồng, và mặc dù có sự giảm nhẹ xuống 56% năm 2023, nhưng giá trị nhập khẩu lại tăng lên 20 tỷ đồng. Điều này cho thấy rằng rèm vải vẫn là lựa chọn hàng đầu do tính phổ biến và đa dụng của nó trong trang trí nội thất nhà ở và văn phòng. Rèm vải mang lại sự tiện lợi, dễ sử dụng, và phù hợp với nhiều phong cách thiết kế khác nhau. Sự phát triển mạnh mẽ của thị trường bất động sản tại Việt Nam, bao gồm cả nhà ở và các dự án thương mại, đã thúc đẩy nhu cầu sử dụng rèm vải.

Rèm gỗ và nhựa đứng thứ hai trong cơ cấu nhập khẩu của công ty, chiếm 32% tổng kim ngạch nhập khẩu năm 2022 (tương ứng với 10 tỷ đồng) và tăng lên 33% năm 2023 (tương đương 12 tỷ đồng). Điều này phản ánh xu hướng ngày càng phổ biến của các loại rèm gỗ và nhựa trong thiết kế nội thất hiện đại. Rèm gỗ và nhựa không chỉ bền bỉ, dễ bảo trì mà còn có khả năng chắn sáng và cách âm tốt, làm cho chúng trở thành lựa chọn lý tưởng cho các không gian văn phòng và khu vực thương

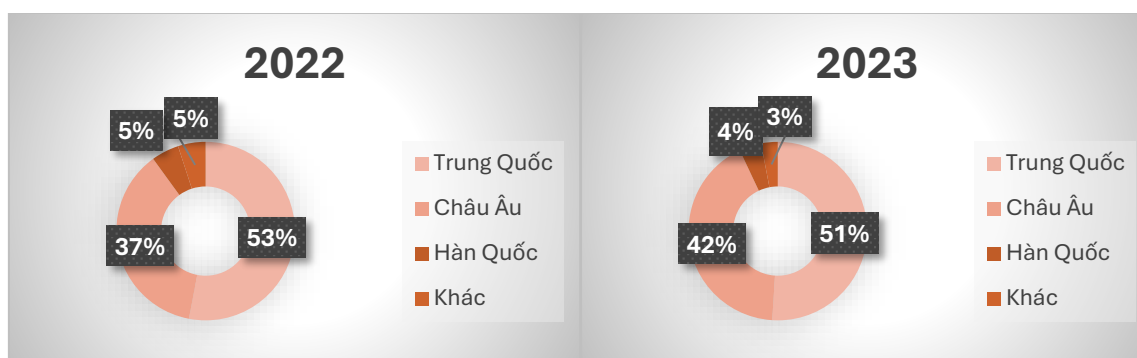
mai. Sự gia tăng trong nhập khẩu các loại rèm này có thể liên quan đến sự phục hồi kinh tế sau đại dịch COVID-19, khi nhiều doanh nghiệp mới ra đời và nhu cầu trang trí không gian làm việc tăng cao.

Các loại rèm khác (bao gồm rèm giấy và các chất liệu đặc biệt) có tỷ trọng nhỏ hơn trong cơ cấu nhập khẩu của Linh Khôi, chỉ chiếm 10% trong năm 2022 (tương ứng 3 tỷ đồng) và tăng nhẹ lên 11% năm 2023 (tương đương 4 tỷ đồng). Dù không chiếm thị phần lớn, nhưng sự tăng trưởng nhẹ này cho thấy có một phân khúc khách hàng nhất định tìm kiếm những sản phẩm rèm độc đáo và có tính thẩm mỹ cao. Tuy nhiên, do các yếu tố như thói quen tiêu dùng, mức độ phổ biến của các loại rèm truyền thống, và chi phí, các loại rèm này vẫn chưa chiếm được thị phần đáng kể.

Từ phân tích trên, có thể thấy hoạt động nhập khẩu rèm cửa của Công ty TNHH Thương Mại và Dịch Vụ Linh Khôi đã có sự tăng trưởng và đa dạng hóa về chủng loại sản phẩm trong hai năm qua. Rèm vải vẫn giữ vai trò chủ lực nhờ vào sự đa dụng và phổ biến của nó trong trang trí nội thất. Trong khi đó, rèm gỗ và nhựa ngày càng chiếm ưu thế, đặc biệt trong bối cảnh sự phát triển của các khu văn phòng và không gian thương mại. Các loại rèm khác, dù có sự gia tăng về mặt giá trị nhập khẩu, nhưng vẫn chiếm tỷ trọng nhỏ do hạn chế về nhu cầu thị trường. Xu hướng này không chỉ phản ánh sự thay đổi trong nhu cầu và sở thích của người tiêu dùng Việt Nam mà còn chỉ ra cơ hội và thách thức cho Linh Khôi trong việc tối ưu hóa danh mục sản phẩm và chiến lược kinh doanh để đáp ứng tốt hơn nhu cầu đa dạng của thị trường.

2.3.3. Cơ cấu các nhà cung cấp rèm cửa của Công ty Linh Khôi

(Đơn vị: %)



(Nguồn: Phòng Thu mua công ty)

Biểu đồ 2. 7: Cơ cấu nhà cung cấp của công ty 2022, 2023

Nhận xét:

Trung Quốc vẫn duy trì vai trò là nhà cung cấp chính cho Linh Khôi, mặc dù tỷ trọng nhập khẩu từ quốc gia này có sự giảm nhẹ từ 53% năm 2022 xuống còn 51% năm 2023. Trung Quốc là nguồn cung cấp rèm cửa quan trọng nhờ vào khả năng sản xuất quy mô lớn, giá cả cạnh tranh và sự linh hoạt trong việc đáp ứng các yêu cầu đặc thù của khách hàng. Sự giảm nhẹ trong tỷ trọng này có thể là dấu hiệu cho thấy Linh Khôi đang tìm cách đa dạng hóa nguồn cung cấp để giảm bớt sự phụ thuộc vào một nguồn duy nhất và tìm kiếm các lựa chọn khác phù hợp hơn với chiến lược kinh doanh dài hạn.

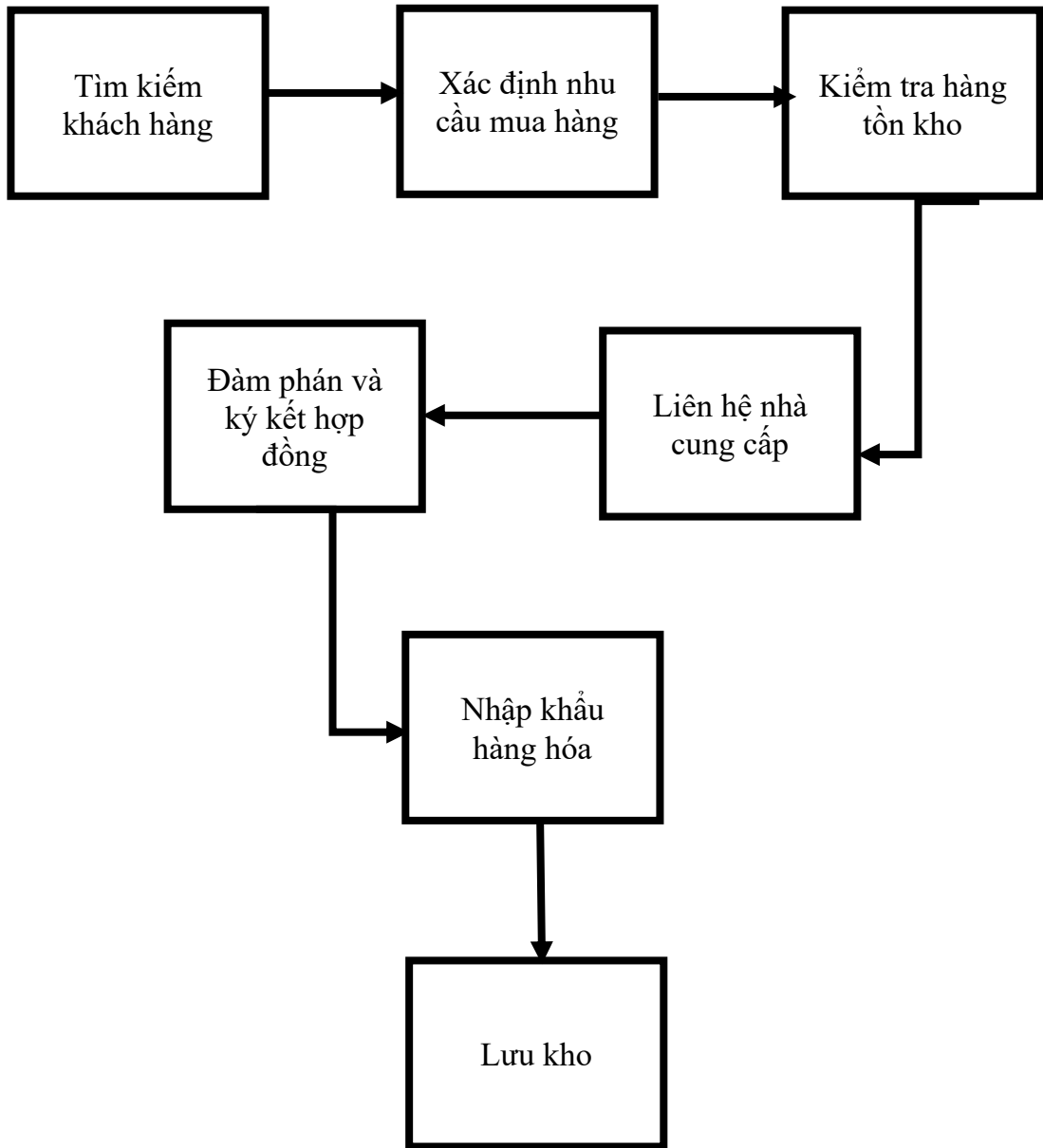
Châu Âu có sự gia tăng rõ rệt trong tỷ trọng nhà cung cấp, từ 37% năm 2022 lên 42% năm 2023. Sự gia tăng này có thể được lý giải bởi nhu cầu ngày càng cao về các sản phẩm rèm cửa cao cấp, chất lượng tốt, và thiết kế tinh tế – những đặc điểm mà các nhà cung cấp từ Châu Âu thường đem lại. Khách hàng tại Việt Nam, đặc biệt là trong các phân khúc cao cấp và trung cấp, có xu hướng ưu tiên các sản phẩm từ Châu Âu do sự tin cậy về chất lượng và uy tín. Việc tăng cường nhập khẩu từ Châu Âu cũng có thể là một phần trong chiến lược của Linh Khôi nhằm nâng cao vị thế và chất lượng sản phẩm trên thị trường.

Hàn Quốc lại chứng kiến sự giảm sút trong tỷ trọng từ 5% năm 2022 xuống còn 4% năm 2023. Điều này có thể phản ánh sự cạnh tranh ngày càng khốc liệt từ các nhà cung cấp khác, đặc biệt là từ Châu Âu và Trung Quốc, khiến cho sản phẩm rèm cửa từ Hàn Quốc gặp khó khăn trong việc duy trì thị phần. Mặc dù sản phẩm của Hàn Quốc nổi tiếng với thiết kế hiện đại và chất lượng tốt, giá thành có thể là một yếu tố khiến Linh Khôi cần cân nhắc kỹ lưỡng khi lựa chọn nhà cung cấp để tối ưu hóa chi phí.

Các nguồn cung cấp khác (bao gồm Thái Lan, Đài Loan, Mỹ, và các quốc gia khác) chiếm tỷ trọng nhỏ trong cơ cấu nhập khẩu, với mức 5% năm 2022 và giảm xuống 3% năm 2023. Sự giảm sút này có thể cho thấy Linh Khôi đang tập trung vào các nguồn cung cấp có quy mô lớn hơn và có thể đảm bảo cung cấp sản phẩm ổn định với chi phí hợp lý. Việc giảm tỷ trọng nhập khẩu từ các nguồn nhỏ hơn cũng có thể là một phần của chiến lược hợp lý hóa chuỗi cung ứng và giảm chi phí vận hành.

Từ phân tích trên, có thể thấy rằng Công ty TNHH Thương Mại và Dịch Vụ Linh Khôi đang tiến hành một chiến lược đa dạng hóa nguồn cung cấp rèm cửa, nhằm đảm bảo sự ổn định và chất lượng của sản phẩm nhập khẩu. Trung Quốc tiếp tục là nguồn cung cấp chính, nhờ vào khả năng cung ứng lớn và giá cả cạnh tranh, nhưng sự phụ thuộc này đang được giảm bớt thông qua việc tăng cường nhập khẩu từ các nhà cung cấp Châu Âu. Sự tăng trưởng của các nhà cung cấp từ Châu Âu phản ánh xu hướng hướng tới các sản phẩm chất lượng cao, trong khi sự giảm nhẹ tỷ trọng từ Hàn Quốc và các nguồn khác cho thấy công ty đang tái định hướng chiến lược để phù hợp với nhu cầu và yêu cầu của thị trường. Những thay đổi này thể hiện sự linh hoạt và khả năng thích ứng của Linh Khôi trong bối cảnh thị trường rèm cửa đang phát triển và ngày càng cạnh tranh hơn.

2.4. Quy trình Thu mua của công ty TNHH Thương Mại và Dịch Vụ Linh Khôi



(Nguồn: Phòng thu mua)

Sơ đồ 2. 2: Quy trình mua hàng quốc tế của công ty

2.4.1. Khái quát về sản phẩm nhập khẩu của Công ty TNHH Thương mại và Dịch vụ Linh Khôi

Công ty Linh Khôi kinh doanh và cung cấp một số mặt hàng bổ trợ cho nội ngoại thất cho thị trường nội địa Việt Nam. Trong đó nổi bật và trọng yếu là cung cấp về mặt hàng vải (Fabric) và rèm cửa (Curtain). Vải và rèm cửa là loại sản phẩm có nhiều đặc tính và khá đa dạng về mẫu mã, chất lượng và một số những tiêu chuẩn

khác nên việc thu mua hay nhập khẩu vải cần được chuẩn bị kỹ lưỡng để tránh trường hợp tổn thất về ngân sách và tiến độ.

Đối với hai mặt hàng này, công ty có sự cố định đối với các nhà cung cấp hay các nhãn hiệu. Bởi vì công ty không có sử dụng các loại mẫu vải thay thế mà sử dụng các mã vải gốc và nhập khẩu các loại vải ấy từ các nhà cung cấp để cung ứng cho các khách hàng của công ty. Có sự làm việc lâu năm trong ngành và quy mô cung cấp vải cho nhiều dự án khác nhau nên có sự đa dạng về nhãn hiệu, điều này tương đương với việc công ty không thu mua vải tại một nước mà ở nhiều nước khác nhau.

2.4.2. Phân tích quy trình thu mua quốc tế mặt hàng rèm cửa

2.4.2.2. Tìm kiếm khách hàng

Bước đầu tiên là “Tìm kiếm khách hàng”. Như đã đề cập tại phần khái quát 2.4.1 tại chương 2, công ty Linh Khôi cung cấp rèm cửa và nhập khẩu theo tiến độ của khách hàng, không nhập hàng hóa về trước để tồn kho vì thế nên phần tìm kiếm khách hàng là bước bắt buộc và quan trọng để có đơn hàng tiến hành quy trình thu mua mặt hàng rèm cửa.

Về phương diện xác định khách hàng của công ty, công ty TNHH TM & DV Linh Khôi là mô hình cung cấp mặt hàng vải rèm cho khách hàng mang tính cá nhân và cả các tổ chức kinh doanh có nhu cầu về vải nói chung (B2B và B2C).

Như vậy phía công ty có những cách tiếp cận khách hàng như sau:

Đưa vào phương truyền thông hiện đại:

Hiện tại, công ty Linh Khôi có trang một trang web nhằm phục vụ việc tìm kiếm thông tin cho khách hàng khi tìm kiếm mặt hàng vải và rèm cửa trên các phương tiện trên Internet.

Tên website: Màn Việt Curtain

Đường link website: www.manvietcurtain.com



(nguồn: trang web công ty)

Hình 2. 2: Hình ảnh minh họa trang Web công ty

Website này có mang thông tin đầy đủ nhất về công ty và sản phẩm rèm mà công ty cung cấp như các thông tin giới thiệu về công ty (About us), sản phẩm (Product), các dự án và công trình hay cụ thể một số những khách hàng mà công ty đã cung cấp vải (Project), và một số thông tin khác. Điều này giúp tiếp cận được các khách hàng tìm năng có sử dụng công cụ Internet để tìm kiếm khi có nhu cầu về vải. Ở kênh này chủ yếu có thể tiếp cận được các khách hàng cá nhân nhiều hơn các khách hàng là doanh nghiệp.

Dưa vào mạng lưới mối quan hệ các nhà đầu tư:

Đây là phương thức tiếp cận các khách hàng là doanh nghiệp. Hay còn hiểu cách khác đó là tiếp cận các dự án lớn hơn ví dụ cung cấp vải và thiết kế cho các khách sạn, spa, các tòa nhà có sử dụng rèm.

Quy trình liên quan đến thời gian hoạt động và các dự án mà công ty Linh Khôi đã thực hiện trong quá khứ. Khách hàng là các chủ đầu tư của các dự án xây dựng là chủ yếu. Trong phương thức này Linh Khôi sẽ có vai trò là nhà thầu, khi các nhà đầu tư có những dự án về xây dựng và đến giai đoạn thiết kế nội thất họ thường gửi thư mời thầu tới công ty để công ty có công tác chuẩn bị để chuẩn bị những kiểu mẫu mà nhà đầu tư đưa ra trong thời gian nhất định nếu đạt được sự đồng ý từ hai bên.

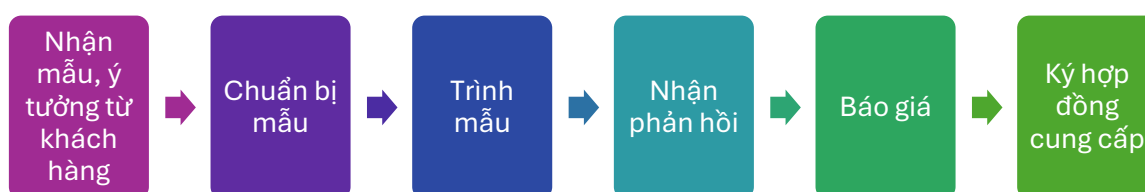
Các hội chợ triển lãm:

Đây là phương thức không quá thường xuyên vì công ty không có định hướng chào hàng qua các hội trợ hay triển lãm kinh tế, tuy nhiên tại một số hội chợ và triển lãm có sự phù hợp thì công ty vẫn nắm bắt và tham gia.

Đây là 3 phương thức chính để công ty tiếp cận và tìm kiếm khách hàng. Trong đó lần lượt tìm kiếm qua internet, tìm kiếm mạng lưới mối quan hệ và hội chợ, triển lãm. Trong giai đoạn này phòng kinh doanh (Sale department) là đơn vị nắm giữ và chịu trách nhiệm.

2.4.2.3. Xác định nhu cầu mua hàng

Bước 2 trong quy trình mua hàng của công ty đó là xác định nhu cầu mua hàng. Sau khi đã có sự tiếp cận từ khách hàng. Phòng kinh doanh tiến hành cử các bạn sale đi trình mẫu hoặc tư vấn mẫu theo ý kiến đề xuất của khách hàng ban đầu theo thiết kế mong muốn. Như vậy sẽ có một quy trình nhỏ như sau:



(Nguồn : Phòng kinh doanh)

Sơ đồ 2. 3: quy trình xác định nhu cầu khách hàng

a. Nhận mẫu, ý tưởng từ khách hàng

Sau khi khách hàng liên hệ với công ty, công ty sẽ tiến hành hỏi về mẫu có sẵn hoặc ý tưởng mà khách hàng mong muốn. Các mẫu hoặc ý tưởng có thể là các mẫu vải nhỏ mang thông tin hay các bảng thiết kế về kiến trúc trong đó có thể hiện trực quan về các thông số rèm cửa, hay yêu cầu về ý tưởng mà khách hàng muốn chọn nếu không có hai thứ nêu trên. Phòng kinh doanh sẽ nhận các mẫu, ý tưởng, thời hạn để tìm kiếm các sự lựa chọn cho khách hàng.

b. Chuẩn bị mẫu

Sau khi nhận mẫu và ý tưởng của khách hàng, phòng kinh doanh sẽ liên hệ với kho mẫu để chọn những mẫu vải tương quan. Các mẫu và rèm cửa phải đáp ứng được các yêu cầu về màu sắc, họa tiết, đồ bền, độ sáng, chống cháy,... Ngoài ra chuẩn bị thêm các sự lựa chọn phù hợp hơn đối với yêu cầu khách hàng. Điều này giúp khách hàng có nhiều sự lựa chọn và tăng khả năng bán được hàng hóa của công ty.

c. Trình mẫu

Ở bước này, tại ngày hẹn trước đó của khách hàng cá nhân hay đến thời gian dự thầu đối với các chủ đầu tư. Phòng kinh doanh sẽ mang các loại vải, rèm cửa đã được chuẩn bị trước đó đến điểm hẹn để trình bày về các sự lựa chọn cho mẫu hay ý tưởng mà khách hàng đã đưa trước đó và trả lại sản phẩm mẫu. Sau khi trình mẫu khách hàng có thể sẽ có nhu cầu giữ lại cuốn vải mẫu để tiến hành so sánh kỹ hơn trước khi ra quyết định, trong trường hợp đó sẽ tới bước tiếp theo “Nhận phản hồi”

d. Nhận phản hồi

Sau khi đã chốt được mẫu hàng hóa, khách hàng phản hồi với phòng kinh doanh để ghi nhận các mẫu, phân loại các mẫu được chọn và các mẫu không được chọn để tiến hành tới bước tiếp theo.

e. Báo giá

Với các mẫu được chọn, Phòng kinh doanh sẽ tạo bảng giá để gửi lại cho khách hàng. Trong bước này, có 2 trường hợp:

- Trường hợp 1: Khách hàng đồng ý với giá cả đề ra và đi đến ký hợp đồng thương mại
- Trường hợp 2: Khách hàng chưa hài lòng về giá và muốn có sự thay thế về các mẫu đã chọn. Sẽ tiến hành quay lại từ bước “chuẩn bị mẫu”

f. Ký kết hợp đồng

Sau khi 2 bên đồng ý với mẫu đề xuất bởi công ty Linh Khôi, đồng ý với các điều kiện thỏa thuận về giá, về cung cấp, về chất lượng sản phẩm hay các yếu cầu kèm theo. Thì hai bên bắt đầu ký kết hợp đồng cung cấp hàng hóa về vải và rèm cửa.

Nhìn chung trong bước xác định nhu cầu mua hàng này là vô cùng quan trọng để xác định được đúng các mã vải, chất lượng, các yêu cầu về tính năng vải và rèm cửa. Để tránh sự nhầm lẫn và xác định các thương hiệu cần đặt lệnh và liên hệ mua hàng.

2.4.2.4. Kiểm tra hàng tồn kho

Sau khi Phòng kinh doanh hoàn thành các thông tin và thông số vải với khách hàng, sẽ có một bảng dữ liệu chứa các thông tin đầy đủ về mã vải được gửi đến cho Phòng thu mua. Bảng dữ liệu bao gồm các thông tin về:









- ✓ Mã vải
- ✓ Tên vải

- ✓ Chất liệu
- ✓ Màu sắc
- ✓ Khổ vải
- ✓ Khối lượng
- ✓ Màu sắc
- ✓ Số lượng khách hàng yêu cầu
- ✓ Các thông số kỹ thuật khác.

Project: [REDACTED]
 Category: RFQ - Fabric
 Subject: Materials of fabric


 L&K Trading & Services Co., Ltd.
 144/19 Vo Duy Ninh, W.22, Q.Bình Thạnh
 tel: (0084) 28 35001058 Fax: (0084) 8 35144113
 Rep office: The Manor Office/otel G-07
 91 Nguyễn Hữu Cánh, W.22, Q.Bình Thạnh, HCMC, Vietnam
 Telfax: (0084) 28 62560706

BẢNG VẬT LIỆU VẢI BỌC NỘI THẤT

STT No.	LOẠI/ ITEM	KHU VỰC/ AREA	HÌNH VẬT LIỆU THEO SPEC THIẾT KẾ	HÌNH VẬT LIỆU ĐỀ XUẤT CHỌN	MÃ VẢI/ MATERIAL SPEC	GHI CHÚ Note
FOR ALL ROOMS						
1	NIGHT CURTAIN	Rèm chình (Lining blackout 100%)	n/a		LK: LK068-17 COMPOSITION: 100%POLYESTER WIDTH: 140 CM	[REDACTED]
2	DAY CURTAIN	Rèm Voan (Lining blackout 100%)	n/a		LK: Z159 - EKRU COMPOSITION: 100%POLYESTER WIDTH: 300 CM	[REDACTED]
VILLA - LIVING ROOM						
1	VẢI/ FABRIC	Vải đệm ngồi			LK: LOFT 2 BEIGE COMPOSITION: 100%POLYESTER WIDTH: 142 CM	[REDACTED]
2	VẢI/ FABRIC	Vải ghế 1			LK: SYMPHONY 17- PACIFIC COMPOSITION: 100%POLYESTER WIDTH: 142 CM	[REDACTED]
3	VẢI/ FABRIC	Vải ghế 2			LK: JL W1918 - 17 COMPOSITION: 100%POLYESTER WIDTH: 142 CM	[REDACTED]

(Nguồn: Phòng mua hàng)

Hình 2. 4: Bảng dữ liệu vải cho khách hàng

Tới giai đoạn này phòng thu mua sẽ chịu trách nhiệm chính. Trong đó phòng thu mua kết hợp với các nhân viên kho để xác định số lượng vải còn tồn kho của mã vải đó và lên kế hoạch đặt hàng sao cho hợp lý.

Phòng thu mua sẽ gửi dữ liệu về tất cả các mã mẫu đã được duyệt bởi phòng kinh doanh về cho bên kho và yêu cầu kho cung cấp về số lượng còn trong kho và tạo một bảng dữ liệu để báo cáo lại cho phòng thu mua. Việc kiểm tra này nhằm mục

đích xác định số lượng vải thực tế còn trong kho và đánh giá khả năng đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

Sau khi nhận được bảng dữ liệu về hàng tồn kho từ kho hàng. Phòng thu mua sẽ tiến hành tính toán tương quan của 2 bảng dữ liệu. Một của phòng Kinh doanh và một của bên kho, so sánh các thông số bên khách hàng yêu cầu về kích thước hàng hóa, số lượng, thông số khác về tính năng hàng hóa nhằm mục đích xác định chính xác số lượng hàng hóa cần đặt thêm để đáp ứng đủ nhu cầu khách hàng. Dựa vào kết quả so sánh dữ liệu và tính toán nhu cầu đặt hàng, Phòng thu mua bắt đầu hoàn thiện kế hoạch mua hàng. Trong đó bao gồm:

- Danh sách các nhà cung cấp
- Số lượng cần đặt từ mỗi nhà cung cấp
- Giá cả dự kiến
- Thời gian giao hàng
- Các điều kiện thanh toán

2.4.2.5. Liên hệ nhà cung cấp

Một khi đã xác định được đầy đủ về thông số hàng hóa và mã vải. Phòng thu mua sẽ dựa vào kế hoạch đã lập ra trước đó và tiến hành liên hệ đến nhà cung cấp vải và rèm cửa.

Phòng thu mua tiến hành liên hệ đến các nhà cung cấp. Vì chủ yếu là thu mua ở các thương hiệu bên ngoài nước nên công ty thường sẽ liên hệ chủ yếu qua email. Trong email sẽ có những nội dung như sau:

Giới thiệu và mục đích liên hệ: Phòng thu mua sẽ bắt đầu bằng việc giới thiệu công ty, ngành nghề kinh doanh và mục đích liên hệ. Điều này giúp nhà cung cấp hiểu rõ về công ty và bối cảnh của việc liên hệ

Yêu cầu chi tiết về sản phẩm: Tiếp theo, phòng thu mua sẽ mô tả chi tiết các yêu cầu về sản phẩm bao gồm các thông số kỹ thuật, mã vải, số lượng cần mua và thời gian giao hàng mong muốn. Điều này giúp nhà cung cấp nắm rõ được yêu cầu cụ thể của công ty và chuẩn bị đề xuất phù hợp. Ví dụ: "Chúng tôi cần đặt hàng 500 mét vải với mã LK 2909 với các thông số kỹ thuật như độ dày, màu sắc, và chất lượng tương ứng. Thời gian giao hàng dự kiến là trong vòng 30 ngày kể từ ngày ký hợp đồng."

Điều khoản và điều kiện hợp tác: Phòng mua cũng cần đề cập đến các điều khoản và điều kiện hợp tác, bao gồm phương thức thanh toán, điều khoản bảo hành, và các yêu cầu về kiểm định chất lượng. Ngoài ra, cần nêu rõ kỳ vọng về giá cả và yêu cầu về báo giá chi tiết. Ví dụ: "Chúng tôi mong muốn nhận được báo giá chi tiết cho từng loại sản phẩm, bao gồm giá thành, chi phí vận chuyển và thời gian giao hàng cụ thể. Phương thức thanh toán dự kiến sẽ là chuyển khoản quốc tế, thanh toán 50% trước và 50% sau khi nhận hàng. Chúng tôi cũng yêu cầu các chứng chỉ chất lượng và báo cáo kiểm định liên quan đến sản phẩm như C/Q, FRC."

2.4.2.6. Đàm phán và ký kết hợp đồng

Sau khi có sự liên hệ từ phòng mua hàng, các nhà hiệu cung cấp về vải và rèm cửa sẽ bắt đầu xác định các thông tin chi tiết về sản phẩm của mình. Quy trình này tương tự như quá trình xác định nhu cầu của khách hàng nhưng không bao gồm bước chọn mẫu và trình mẫu. Đầu tiên, các nhà cung cấp sẽ lọc các yêu cầu cụ thể từ phòng mua hàng của công ty. Các yêu cầu này thường bao gồm loại vải, màu sắc, hoa văn, chất lượng và số lượng cần thiết. Dựa trên những thông tin này, nhà cung cấp sẽ lập bảng báo giá chi tiết bao gồm cả giá cả và thời gian giao hàng dự kiến, sau đó gửi lại cho phòng mua hàng để tiến hành đánh giá. Tuy là việc mua hàng diễn ra khá thường xuyên từ công ty đến các hãng vải và rèm cửa tại các nước nhưng ở mỗi đơn hàng lại có những thông số và yêu cầu khác nhau về chất lượng nên sẽ có bước báo giá lại này.

Khi phòng mua hàng nhận được bảng báo giá từ các nhà cung cấp, bước tiếp theo là so sánh và đánh giá các báo giá này dựa trên nhiều tiêu chí khác nhau như giá cả, chất lượng sản phẩm, thời gian giao hàng và uy tín của nhà cung cấp. Phòng mua hàng sẽ chuẩn bị một báo cáo chi tiết bao gồm tất cả các thông tin và đề xuất lựa chọn nhà cung cấp phù hợp nhất. Báo cáo này sau đó sẽ được trình lên giám đốc điều hành để xem xét và phê duyệt. Giám đốc điều hành sẽ đánh giá các đề xuất dựa trên các tiêu chí ngân sách, chiến lược kinh doanh của công ty và đảm bảo rằng các đơn giá phù hợp với ngân sách đã được xác định.

Sau khi giám đốc điều hành phê duyệt các đơn giá, phòng mua hàng sẽ tiến hành các bước tiếp theo trong quy trình mua hàng. Điều này bao gồm việc xác nhận đơn hàng với nhà cung cấp đã được chọn, thiết lập các điều khoản thanh toán và đảm

bảo tất cả các thủ tục giấy tờ cần thiết được hoàn tất. Lúc này hợp đồng thương mại giữa hai bên đã được hình thành.

Phòng mua hàng cũng sẽ theo dõi quá trình sản xuất và giao hàng để đảm bảo rằng sản phẩm được cung cấp đúng hạn và đạt tiêu chuẩn chất lượng. Đồng thời, họ cũng sẽ liên lạc thường xuyên với các nhà cung cấp để giải quyết bất kỳ vấn đề nào phát sinh trong quá trình này, đảm bảo rằng tất cả các bên liên quan đều hài lòng với kết quả cuối cùng.

2.4.2.7. Nhập khẩu hàng hóa

Các giấy tờ và thông tin được phòng thu mua chuyển lại về cho Phòng xuất nhập khẩu trong bước này. Lúc bấy giờ, phòng xuất nhập khẩu sẽ chịu trách nhiệm cho việc nhập khẩu hàng hóa và đảm bảo hàng hóa được thông quan đúng thời hạn. Như vậy, các công việc mà phòng XNH cần thực hiện trong bước này là:

✚ Chuẩn bị các chứng từ cần thiết

Về hợp đồng, Phòng xuất nhập khẩu xác định các điều khoản hợp đồng về giao hàng quốc tế và các giấy tờ bên nhà cung cấp cần cung cấp cho công ty.

Đối với điều khoản giao hàng quốc tế: Công ty thường sử dụng tập quán quốc tế Incoterm 2020 để xác định rủi ro và trách nhiệm rõ ràng cho hai bên. Công ty thường đàm phán để sử dụng điều kiện EXW (EX Works) hoặc FOB (Free On Board) lần lượt là giao hàng tại kho và giao hàng trên boong tàu. Hai điều kiện này có một điểm cộng rằng giúp công ty có thể mua được bảo hiểm cho lô hàng. Phòng trường hợp lô hàng gặp sự cố trên đường vận chuyển thì công ty có thể chủ động liên lạc và có thể được đền bù theo mức đã mua theo bảo hiểm.



(nguồn: Tổng cục Hải quan)

Hình 2. 5: Hình minh họa điều kiện giao hàng EXW và FOB

Đối với giấy tờ chứng từ: theo như hợp đồng quy định của công ty khi mua vải và rèm cửa. Các nhà cung hàng hóa cần gửi cho bên công ty Linh Khôi các chứng từ như: Hóa đơn thương mại (Commercial Invoice), Phiếu đóng gói (Packing list), Vận đơn đường biển (Bill of Lading), Certificatr of Origin), Hợp đồng thương mại (Sales Contract), Giấy kiểm tra chất lượng (Certificate of Quality). Trong đó:

- Hóa đơn thương mại (Commercial Invoice) cần ghi rõ giá trị hàng hóa, điều kiện thanh toán, tên người bán và người mua.
- Phiếu đóng gói (Packing List) cung cấp chi tiết về số lượng, trọng lượng và cách đóng gói của hàng hóa, giúp hải quan xác định đúng mặt hàng khi kiểm tra thực tế.
- Giấy chứng nhận xuất xứ (Certificate of Origin) là cần thiết để chứng minh nguồn gốc của vải và có thể giúp doanh nghiệp hưởng các ưu đãi thuế quan nếu có hiệp định thương mại giữa các quốc gia liên quan. Giấy chứng nhận xuất xứ thường sử dụng Form E, D.
- Giấy chứng nhận chất lượng (Certificate of Quality) – nếu có
- Chứng từ thanh toán

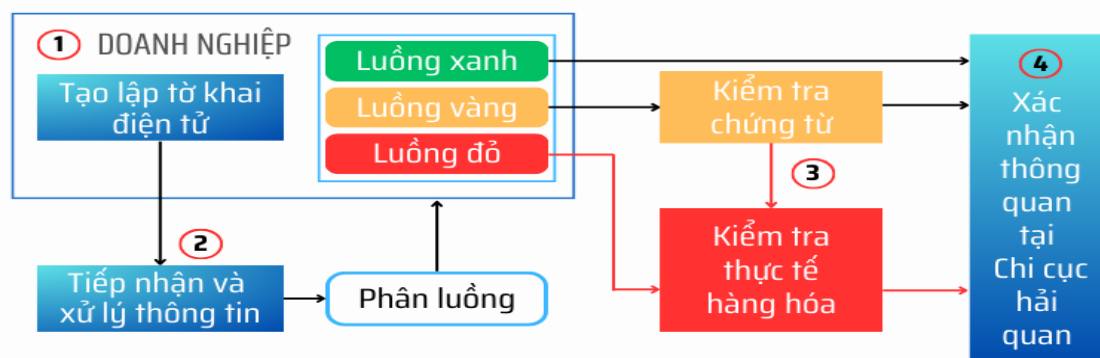
Đối với thanh toán: Vốn dĩ đã có sự hợp tác lâu năm giữa công ty và các nhà hiệu rèm của nên thông thường công ty sẽ chọn hình thức thanh toán quốc tế là Telegraphic Transfer (T/T) tức chuyển tiền điện tín. Có thể trả trước hoặc trả khi đã nhận được hàng và các chứng từ cần thiết tùy vào trường hợp và hàng hóa, sản phẩm vải và rèm nhập về.

Hoàn thành tờ khai nhập khẩu

Sau khi thu thập đầy đủ các chứng từ cần thiết như hóa đơn thương mại, phiếu đóng gói, giấy chứng nhận xuất xứ và các giấy phép liên quan, doanh nghiệp sẽ tiến hành điền thông tin vào tờ khai hải quan. Quá trình điền tờ khai đòi hỏi sự chính xác và đầy đủ các thông tin, bao gồm thông tin về người nhập khẩu, người xuất khẩu, mô tả chi tiết về mặt hàng vải, mã HS, trị giá hải quan, và các thông tin liên quan khác như số lượng, trọng lượng và điều kiện giao hàng. Việc này nhằm đảm bảo rằng các thông tin cung cấp cho hải quan phản ánh chính xác lô hàng nhập khẩu, giúp tránh các vấn đề phát sinh trong quá trình kiểm tra và thông quan.

Sau khi hoàn tất việc điền tờ khai, công ty sẽ nộp tờ khai này lên hệ thống hải quan điện tử hoặc trực tiếp tại cơ quan hải quan và bên hải quan sẽ xác nhận phân luồng tờ khai hải quan.

PHÂN LUỒNG TỜ KHAI



(nguồn: Tổng cục Hải quan)

Hình 2. 6: Hình ảnh phân luồng tờ khai nhập khẩu

Đối với luồng xanh: Hàng hóa được xác nhận thông quan tại chi cục hải quan.

Đối với luồng vàng: công ty phải trình các chứng từ kèm theo để hải quan kiểm tra và đối chiếu

Đối với luồng đỏ: hải quan sẽ kiểm tra thực tế hàng hóa đang được chờ thông quan của công ty.

Với ba luồng, phòng xuất nhập khẩu luôn cố gắng để tờ khai đạt được luồng xanh. Như vậy có thể tránh được các rắc rối đến từ việc kiểm tra hải quan. Bởi các đợt kiểm tra sẽ ảnh hưởng rất nhiều đến tiến độ công việc và việc cung cấp rèm cửa của công ty cho các khách hàng.

Trong quá trình này, phòng xuất nhập khẩu chuẩn bị sẵn sàng các khoản thuế nhập khẩu và các loại phí khác theo quy định của pháp luật. Điều này bao gồm thuế giá trị gia tăng (VAT), thuế nhập khẩu và có thể bao gồm các loại phí liên quan đến kiểm tra và thông quan. Việc nộp thuế và phí đúng hạn và đầy đủ không chỉ giúp quá trình nhập khẩu diễn ra suôn sẻ mà còn giúp công ty tránh các khoản phạt không đáng có từ cơ quan hải quan.

+ Thông quan nhập khẩu

Sau khi nộp tờ khai và các khoản thuế phí, cơ quan hải quan sẽ tiến hành kiểm tra và phê duyệt tờ khai nhập khẩu. Khi tờ khai được phê duyệt, cơ quan hải quan sẽ thông quan lô hàng, phòng xuất nhập khẩu chịu trách nhiệm nhận hàng và vận chuyển về kho và địa điểm sản xuất. Đây là bước cuối cùng trong quy trình nhập khẩu, đánh dấu sự hoàn tất và bắt đầu quá trình phân phối hoặc sử dụng hàng hóa nhập khẩu trong các hoạt động kinh doanh của công ty

2.4.2.8. Lưu kho

Sau khi lô hàng vải rèm được thông quan và vận chuyển về kho của công ty, bước tiếp theo là lưu kho và quản lý hàng hóa một cách hiệu quả. Phòng Xuất Nhập Khẩu phối hợp với bộ phận kho bãi để kiểm tra chất lượng và số lượng vải nhập về, đảm bảo chúng phù hợp với các thông tin đã khai báo trong tờ khai hải quan và các chứng từ liên quan. Hàng hóa sau đó sẽ được phân loại, dán nhãn và sắp xếp vào các kệ kho phù hợp theo loại, màu sắc, và chất lượng. Quy trình quản lý kho hàng thường được tiến hành một cách thủ công bởi các công nhân quản lý kho bãi của công ty.

Việc bảo quản vải trong kho cần tuân thủ các quy định về môi trường như nhiệt độ, độ ẩm và ánh sáng để tránh hư hỏng, phai màu hoặc ẩm mốc. Kho hàng cần được kiểm tra định kỳ để đảm bảo vải luôn trong tình trạng tốt nhất trước khi giao cho khách hàng. Các biện pháp phòng cháy chữa cháy, an ninh kho hàng cũng cần được chú trọng để bảo vệ hàng hóa khỏi những rủi ro không mong muốn. Nhờ có hệ thống quản lý kho hiệu quả, công ty có thể đảm bảo rằng hàng hóa luôn sẵn sàng để cung cấp theo yêu cầu của khách hàng mà không gặp bất kỳ trở ngại nào.

2.5. Các nhân tố tác động đến hoạt động thu mua của công ty

2.5.1. Nhân tố bên ngoài

2.5.1.1. Nhân tố vĩ mô

2.5.1.1.1. Môi trường Chính trị - Pháp luật

Về chính trị: Công ty TNHH Thương mại và Dịch vụ Linh Khôi chú ý đến hệ thống luật pháp hiện hành và các chính sách của các quốc gia đối tác khi thu mua rèm cửa từ các thị trường như Trung Quốc, Hàn Quốc, Châu Âu và Mỹ. Những thay đổi chính trị, như biến động trong cơ cấu chính phủ, các chính sách đối xử với doanh nghiệp nước ngoài, hay các biện pháp quốc hữu hóa tài sản có thể tác động trực tiếp

đến quá trình nhập khẩu. Ví dụ, một thay đổi trong chính sách của Trung Quốc về kiểm soát ngoại tệ có thể làm hạn chế khả năng thanh toán và tăng chi phí thu mua cho Linh Khôi. Tương tự, bất ổn chính trị tại Châu Âu, như các cuộc đàm phán về Brexit, có thể tạo ra những rủi ro về gián đoạn chuỗi cung ứng hoặc thay đổi thuế quan, ảnh hưởng đến chi phí và thời gian giao hàng của công ty.

Về pháp luật: Linh Khôi cần tuân thủ các quy định pháp luật về nhập khẩu tại Việt Nam cũng như các quốc gia cung ứng. Các quy định về thuế nhập khẩu, tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm, và giấy phép nhập khẩu là các yếu tố cần phải xem xét cẩn thận. Ví dụ, nếu Linh Khôi nhập khẩu rèm cửa từ Mỹ, các sản phẩm phải đáp ứng các tiêu chuẩn về an toàn và môi trường mà Việt Nam quy định. Nếu không, sản phẩm có thể bị từ chối nhập khẩu hoặc gặp phải các biện pháp trừng phạt, gây thiệt hại tài chính cho công ty. Ngoài ra, các yêu cầu pháp lý về nhãn hiệu và sở hữu trí tuệ tại các quốc gia như Hàn Quốc cũng cần được xem xét để tránh vi phạm pháp luật và bảo vệ thương hiệu của Linh Khôi.

2.5.1.1.2. Môi trường kinh tế

Tỷ giá hối đoái: Tỷ giá giữa đồng Việt Nam và các đồng tiền như USD, Euro, và Nhân dân tệ có thể ảnh hưởng lớn đến chi phí nhập khẩu rèm cửa của Linh Khôi. Ví dụ, nếu đồng USD tăng giá so với đồng Việt Nam, chi phí nhập khẩu rèm từ Mỹ sẽ tăng lên, ảnh hưởng đến lợi nhuận của công ty.

Lãi suất và tình hình lạm phát: Tình hình kinh tế tại Việt Nam và các nước đối tác cũng có thể ảnh hưởng đến hoạt động thu mua của Linh Khôi. Ví dụ, lãi suất cao tại Việt Nam có thể làm tăng chi phí vay vốn, ảnh hưởng đến khả năng thanh toán cho các đơn hàng nhập khẩu lớn. Ngoài ra, lạm phát tại các nước cung ứng như Hàn Quốc hay Châu Âu có thể dẫn đến tăng giá thành sản phẩm, buộc Linh Khôi phải điều chỉnh giá bán lẻ tại thị trường Việt Nam để duy trì lợi nhuận.

Chính sách thương mại: Các hiệp định thương mại tự do hoặc biện pháp bảo hộ thương mại có thể mang lại cả cơ hội và thách thức cho Linh Khôi. Ví dụ, hiệp định thương mại tự do giữa Việt Nam và EU có thể giúp giảm thuế nhập khẩu rèm cửa từ Châu Âu, tạo cơ hội để Linh Khôi nhập khẩu sản phẩm chất lượng cao với giá cạnh tranh hơn. Tuy nhiên, nếu các biện pháp bảo hộ thương mại được áp dụng, như

tăng thuế nhập khẩu từ các nước ngoài khu vực, chi phí thu mua của Linh Khôi sẽ tăng, làm giảm sức cạnh tranh của công ty trên thị trường.

2.5.1.1.3. Môi trường công nghệ

Công nghệ đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao hiệu quả và chất lượng của hoạt động thu mua rèm cửa của Linh Khôi từ các đối tác quốc tế. Và điều này tác động lớn đến hiệu quả trong chuỗi cung ứng của Linh Khôi đến khách hàng.

Trong môi trường này Linh Khôi chưa thật sự mạnh. Tuy có nhiều năm kinh nghiệm trong việc thu mua và cung cấp rèm cửa nhưng sự tiếp cận để thu mua vẫn là các cách truyền thống mà cũ hơn so với việc sử dụng công nghệ mới tuy nhiên công ty vẫn có các loại công nghệ hỗ trợ được cho việc kiểm soát hàng đến và lưu kho.

Linh Khôi cũng đang dần cải thiện khi đã ứng dụng công nghệ ứng dụng công nghệ iot và gps trong quản lý vận tải. Điều này giúp cải thiện việc quản lý logistic, hiệu quả về thời gian cho công ty thông qua việc có thể theo dõi tình trạng đơn hàng, thời gian giao nhận.

2.5.1.1.4. Môi trường điều kiện tự nhiên

Việt Nam nằm ngay cạnh biển Đông và là một cầu nối thương mại quan trọng của nền kinh tế thế giới, là cửa ngõ khu vực Đông Nam Á. Tiếp giáp biển Đông, Việt Nam có thể xây dựng nhiều cảng biển sâu như: Cửa Lò, Cái Lân, Hòn La, Đà Nẵng, Cam Ranh, Vũng Áng, Chân Mây,.... tạo thuận lợi cho hoạt động kinh doanh nhập khẩu của Việt Nam.

Đối với Linh Khôi, công ty cũng được hưởng thuận lợi khi có cảng lớn và cảng quốc tế là cảng Cát Lái, TP.HCM, điều này giúp việc nhập khẩu trở nên thuận lợi và dễ dàng hơn khi hàng hóa có thể cập bến vào TP.HCM tối ưu được chi phí vận chuyển và lưu công

Ngoài ra về yếu tố thời tiết, cũng tác động một phần đến hoạt động thu của Linh Khôi, khi có các dạng thời tiết xấu và xảy ra áp thấp nhiệt đới điều này làm hàng hóa có nguy bị hư hại hoặc thất lạc.

2.5.1.2. Môi trường vi mô

2.5.1.2.1. Khách hàng

Khách hàng đóng vai trò rất quan trọng và có ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động thu mua rèm cửa của Công ty TNHH Thương mại và Dịch vụ Linh Khôi. Những yếu tố từ nhu cầu, sở thích, và yêu cầu của khách hàng đến phản hồi và xu hướng thị trường đều có thể tác động đến chiến lược và quy trình thu mua của công ty.

Khách hàng ngày càng có yêu cầu cao về chất lượng sản phẩm. Những phản hồi từ khách hàng về chất lượng rèm cửa như độ bền, khả năng chống nắng, chống tia UV, hoặc tính thẩm mỹ sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến việc Linh Khôi lựa chọn nhà cung cấp và loại nguyên liệu. Công ty cần đảm bảo rằng các rèm cửa thu mua từ các nhà cung cấp quốc tế phải đáp ứng các tiêu chuẩn chất lượng, từ đó xây dựng niềm tin và sự hài lòng của khách hàng.

Khách hàng có nhiều phân khúc khác nhau, từ cao cấp đến trung bình và phổ thông. Sức mua và ngân sách của khách hàng sẽ ảnh hưởng đến chiến lược thu mua của Linh Khôi. Công ty cần xác định phân khúc khách hàng mục tiêu rõ ràng để chọn lựa nhà cung cấp và sản phẩm phù hợp với mức giá mà khách hàng sẵn sàng chi trả. Việc này không chỉ giúp tăng doanh số mà còn tối ưu hóa lợi nhuận.

Khách hàng có thể yêu cầu thời gian giao hàng ngắn hoặc đòi hỏi sản phẩm có sẵn để đáp ứng nhanh chóng các nhu cầu của họ. Điều này đặt ra yêu cầu về khả năng dự trữ hàng tồn kho và tính linh hoạt trong việc thu mua của Linh Khôi. Công ty cần làm việc với các nhà cung cấp để đảm bảo khả năng cung cấp kịp thời, đồng thời phải có hệ thống quản lý hàng tồn kho hiệu quả để không gặp phải tình trạng thiếu hụt sản phẩm khi có nhu cầu tăng đột biến.

2.5.1.2.2. Nhà cung cấp

Nhà cung cấp là một yếu tố quan trọng ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động thu mua rèm cửa của Công ty TNHH Thương mại và Dịch vụ Linh Khôi. Việc lựa chọn và quản lý mối quan hệ với nhà cung cấp quyết định không chỉ chất lượng sản phẩm mà còn cả chi phí, thời gian giao hàng, và khả năng linh hoạt trong kinh doanh. Về rèm cửa hiện tại Linh Khôi cũng có rất nhiều nhà cung cấp như Amore, Kotex, Minsung, Rox,...

Nhà cung cấp có thể ảnh hưởng đến giá thành sản phẩm thông qua giá nguyên liệu và các chi phí liên quan khác. Linh Khôi cần chọn lựa những nhà cung cấp có giá cả hợp lý, phù hợp với chiến lược giá của công ty để tối ưu hóa lợi nhuận. Bên cạnh đó, các điều khoản thanh toán linh hoạt, như thanh toán theo đợt hoặc có thời hạn nợ dài hơn, cũng giúp Linh Khôi quản lý dòng tiền một cách hiệu quả hơn.

Thời gian giao hàng của nhà cung cấp là yếu tố quan trọng trong việc duy trì chuỗi cung ứng hiệu quả. Nhà cung cấp không đáp ứng đúng thời hạn giao hàng sẽ gây ảnh hưởng đến khả năng cung ứng sản phẩm của Linh Khôi cho khách hàng, dẫn đến tình trạng thiếu hụt hàng hóa và giảm sự hài lòng của khách hàng. Việc thiết lập mối quan hệ với các nhà cung cấp đáng tin cậy, có khả năng giao hàng đúng hạn và nhất quán là rất cần thiết.

2.5.2. Môi trường bên trong

2.5.2.1. Nhân lực

Trình độ lãnh đạo và quản trị tại Linh Khôi, đặc biệt là của trưởng phòng thu mua Trần Đình Vũ, đóng vai trò quan trọng trong việc đảm bảo hiệu quả của hoạt động thu mua. Ông Vũ với hơn 5 năm kinh nghiệm trong việc thu mua rèm cửa từ nhiều quốc gia khác nhau, mang lại nhiều lợi thế cho công ty. Kinh nghiệm này giúp ông Vũ xây dựng và triển khai các chiến lược thu mua hiệu quả, từ việc lựa chọn nhà cung cấp quốc tế, đàm phán hợp đồng cho đến quản lý rủi ro. Khả năng lãnh đạo của ông cũng giúp đảm bảo rằng các chiến lược thu mua được thực hiện một cách đồng bộ và hiệu quả, tối ưu hóa lợi nhuận và giảm thiểu rủi ro trong chuỗi cung ứng. Ngược lại, nếu lãnh đạo không có kinh nghiệm hoặc kỹ năng quản lý yếu, có thể dẫn đến sự thiếu sót trong việc lựa chọn nhà cung cấp, làm tăng chi phí và làm giảm chất lượng hàng hóa.

Đội ngũ nhân viên tại phòng thu mua của Linh Khôi, dưới sự dẫn dắt của ông Trần Đình Vũ, cần phải có kỹ năng và kinh nghiệm trong việc thu mua quốc tế để đảm bảo sự hiệu quả của quy trình. Nhân viên với trình độ cao có khả năng xử lý nhanh chóng các vấn đề phát sinh, quản lý chất lượng hàng hóa và đảm bảo rằng các sản phẩm nhập khẩu đáp ứng yêu cầu của công ty. Họ cũng có thể tối ưu hóa quy trình thu mua, giảm thiểu rủi ro và chi phí phát sinh. Ngược lại, nếu nhân viên thiếu

kinh nghiệm hoặc không được đào tạo bài bản, có thể dẫn đến việc lựa chọn nhà cung cấp không phù hợp, tăng cường rủi ro và gây ảnh hưởng xấu đến hiệu quả thu mua.

2.5.2.2. Tài chính

Năng lực tài chính của Linh Khôi có ảnh hưởng lớn đến quy mô và phạm vi hoạt động thu mua quốc tế. Khả năng tài chính mạnh mẽ cho phép công ty mở rộng hoạt động thu mua, đàm phán với các nhà cung cấp với điều kiện tốt hơn và đảm bảo chất lượng hàng hóa. Linh Khôi có thể tận dụng các cơ hội thị trường, gia tăng lợi thế cạnh tranh và quản lý rủi ro tài chính hiệu quả. Tuy nhiên, nếu công ty gặp khó khăn về tài chính, có thể dẫn đến việc giới hạn quy mô thu mua, ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh và làm giảm chất lượng hàng hóa nhập khẩu.

2.5.2.3. Cơ sở kỹ thuật

Cơ sở vật chất kỹ thuật của Linh Khôi, bao gồm kho bãi, hệ thống quản lý thông tin và phương tiện vận chuyển, đóng vai trò quan trọng trong việc quản lý và phân phối hàng hóa. Trang thiết bị hiện đại và được bảo trì tốt giúp công ty lưu trữ, kiểm soát và vận chuyển hàng hóa một cách hiệu quả. Điều này không chỉ giúp giảm chi phí vận hành mà còn nâng cao tốc độ xử lý đơn hàng, từ đó cải thiện hiệu quả thu mua. Ngược lại, nếu cơ sở vật chất kỹ thuật lạc hậu hoặc không được bảo trì đúng cách, có thể dẫn đến sự chậm trễ trong xử lý hàng hóa, tăng chi phí và làm giảm hiệu quả hoạt động thu mua.

2.5.2.4. Chiến lược thu mua quốc tế và nhập khẩu

Chiến lược thu mua quốc tế của Linh Khôi ảnh hưởng trực tiếp đến cách công ty tiếp cận và quản lý nhà cung cấp quốc tế. Một chiến lược thu mua hiệu quả sẽ giúp công ty tối ưu hóa chi phí, đảm bảo chất lượng sản phẩm và cải thiện thời gian giao hàng. Điều này giúp Linh Khôi duy trì lợi thế cạnh tranh và đáp ứng nhanh chóng nhu cầu của thị trường. Ngược lại, nếu chiến lược thu mua không phù hợp hoặc thiếu linh hoạt, có thể dẫn đến chi phí cao, chất lượng sản phẩm không ổn định và làm giảm khả năng cạnh tranh của công ty.

TÓM TẮT CHƯƠNG 2

Trong chương hai, các lý thuyết từ chương một được phát triển để phân tích thực trạng quy trình thu mua rèm cửa quốc tế của Công ty TNHH TM&DV Linh Khôi. Phần mở đầu cung cấp cái nhìn tổng quan về công ty, phòng mua hàng và kết quả hoạt động kinh doanh. Tiếp theo, chương này trình bày và phân tích tình hình nhập khẩu của Việt Nam nói chung và của công ty Linh Khôi nói riêng, đồng thời mô tả chi tiết hoạt động thu mua của công ty. Cuối cùng, chương này xác định các yếu tố tác động trực tiếp đến hoạt động thu mua rèm cửa của công ty.

CHƯƠNG 3: ĐỀ XUẤT NÂNG CAO QUY TRÌNH MUA HÀNG QUỐC TẾ CỦA CÔNG TY TRÁCH NHIỆM HỮU HẠN THƯƠNG MẠI VÀ DỊCH VỤ LINH KHÔI

3.1. Đánh giá thực trạng hoạt động thu mua của công ty TNHH TM & DV

Linh Khôi

3.1.1. Điểm mạnh

Kinh nghiệm quốc tế: Công ty đã có hơn 10 năm kinh nghiệm trong việc thu mua và nhập khẩu các loại rèm cửa, trong đó việc được tiếp xúc nhà cung cấp quốc tế, công ty tự tin với sự ngoại giao và khả năng cung cấp các loại rèm một cách đa dạng hơn bao giờ hết. Cùng với đó, điều này giúp công ty tự tin về khía cạnh nhập khẩu hàng hóa, khi am hiểu hơn về các quy định về hải quan, giấy tờ nhập khẩu, và yêu cầu kỹ thuật đối với sản phẩm rèm.

Chất lượng sản phẩm đạt tiêu chuẩn quốc tế: Hầu hết các nhà cung cấp rèm quốc tế cho công ty đều là những công ty hoặc doanh nghiệp có danh tiếng nhất định trong thị trường cung cấp rèm cửa, một số loại thì chưa nổi trội nhưng đều có sự uy tín nhất định trên thị trường. Công ty đảm bảo việc các nhà cung cấp được đã được lựa chọn kỹ lưỡng, có giấy chứng nhận về chất lượng sản phẩm như ISO 12945-5, ISO 105-X12, ISO 105-B02,...và kiểm tra bởi các tổ chức uy tín thế giới đảm bảo sản phẩm đáp ứng các tiêu chuẩn về chất lượng, an toàn, và thẩm mỹ

Uy tín trong chuỗi cung ứng: như đã nhắc đến trước đó công ty có mối quan hệ lâu dài với nhiều nhà cung cấp uy tín trên thế giới, đặc biệt tại các thị trường như Trung Quốc, Hàn Quốc, và các nước Châu Âu. Vì sự hợp tác lâu dài trong việc nhập các loại mặt hàng từ các công ty và doanh nghiệp rèm ở các nước này giúp công ty có thể đàm phán các điều kiện hợp đồng có lợi và duy trì chất lượng ổn định cho các lô hàng. Không chỉ vậy công ty là một thương hiệu mạnh tại thị trường nội địa. Tạo sự uy tín khi có

Quy trình thu mua rõ ràng và hợp lý: Công ty đã xây dựng được hệ thống thu mua chuyên nghiệp, có đầy đủ các bước và có các điều kiện hay quy trình nhỏ hơn trong các bước thực hiện quy trình. Điều này tạo ra sự liên kết giữa các phòng ban trong việc giải quyết vấn đề, hỗ trợ nhau trong quá trình thu mua.

Thương hiệu mạnh tại thị trường nội địa: Với uy tín lâu năm trên thị trường rèm cửa. Có cơ hội hợp tác với nhiều dự án lớn tại thị trường Việt Nam để thi công các hạng mục rèm cửa từ các công trình hay khách sạn 3 sao đến 5 sao, công ty có lợi thế trong việc phân phối sản phẩm từ các nhà cung cấp quốc tế đến tay người tiêu dùng, tạo ra sự uy tín và thương hiệu mạnh mẽ nhất định là tăng sự tin tưởng từ phía đối tác nước ngoài khi hợp tác. Điều này giúp cho quy trình thu mua cũng được trơn tru hơn.

3.1.2. Điểm yếu

Chi phí vận chuyển và lưu kho cao: Về kho bãi, mặt này công ty vẫn chưa phát triển tốt, khi chưa có hệ thống đo lường bằng máy móc mà hầu hết là đo lường thủ công. Không chỉ vậy các loại rèm khác nhau cũng cần có sự bảo quản và sức chứa ở điều kiện khác nhau nhưng công ty Linh Khôi vẫn chưa để đáp ứng triệt để. Với hai hạn chế trên về kho bãi cùng với việc nhập khẩu từ nhiều quốc gia khác nhau, điều này làm tăng nhiều hơn về chi phí cho kho bãi khi phải thuê ngoài một số thời điểm cao điểm đồng nghĩa công ty phải chịu các chi phí vận chuyển qua lại bên cạnh việc vận chuyển quốc tế.

Phụ thuộc vào các nhà cung cấp Trung Quốc: Công ty phụ thuộc nhiều vào các nhà cung cấp Trung Quốc, có thể hiểu Trung Quốc đang phát triển rất mạnh về các mẫu mã rèm cửa với giá tốt hơn các loại rèm tương tự trên thị trường Châu Âu, Hàn Quốc hay Ấn Độ. Trong thời gian Covid-19 xuất hiện việc nhập khẩu và liên lạc tới các nhà cung cấp tại Trung Quốc thật sự vô cùng khó khăn và hầu như họ không thể cung cấp những đơn hàng lớn. Sự phụ thuộc này làm cho công ty không đảm bảo việc đảm bảo nguồn cung liên tục gặp khó khăn nếu có sự cố như thiên tai, dịch bệnh, hay bất ổn kinh tế tại quốc gia phía Bắc Việt Nam

Đội ngũ nhân sự còn hạn chế về kiến thức thị trường quốc tế: Mặc dù công ty có nhiều kinh nghiệm trong nước, nhưng công việc của đội ngũ thu mua vẫn đang khá giản đơn và chưa có sự liên kết chặt chẽ với các đối tác và mối quan hệ nước ngoài mới, chỉ thúc đẩy nhiều với các nhà cung cấp cũ và đã có sự hợp tác lâu năm, Với nhân lực 4 thành viên thì nhân lực cho thu mua vẫn đang khá mỏng. Là một trong những lý do nhân lực chưa xúc tiến để am hiểu sâu hơn về thị trường quốc tế, dẫn đến khó khăn trong việc mở rộng nguồn cung ứng và đàm phán với các nhà cung cấp mới.

Ngoài ra việc quá ít nhân sự tạo ra sự dồn dập về công việc khi có sự cao điểm về cung cấp rèm cửa. Trong đó cũng hạn chế đi tiến trình phân tích các thị trường, nhà cung cấp mới. Điều này làm hạn chế sự kết nối với thị trường xu hướng đang nổi lên, khó nắm bắt được các nhà cung cấp hiện hành.

3.1.3. Cơ hội

Mở rộng thêm các nhà cung cấp quốc tế: Với xu hướng toàn cầu hóa và nhu cầu rèm chất lượng cao ngày càng tăng, công ty có cơ hội mở rộng mạng lưới hợp tác đến các thị trường mới như châu Phi, Mỹ Latinh, và Đông Âu. Sự phát triển của thương mại điện tử cũng giúp công ty dễ dàng tìm kiếm và hợp tác với các nhà cung cấp quốc tế mới.

Tăng cường hợp tác với các nhà cung cấp lớn: Công ty có cơ hội hợp tác với các nhà sản xuất rèm lớn tại các quốc gia có công nghệ và tiêu chuẩn cao như Đức, Ý, và Hàn Quốc. Điều này không chỉ giúp nâng cao chất lượng sản phẩm mà còn giảm rủi ro về chuỗi cung ứng.

Xu hướng sử dụng rèm thân thiện với môi trường: Người tiêu dùng trên toàn thế giới đang có xu hướng ưa chuộng các sản phẩm thân thiện với môi trường. Đây là một điểm cộng lớn nếu công ty có thể xúc tiến và tìm hiểu thêm các nhà cung cấp với các mẫu mã mang tính thân thiện với môi trường. Đây cũng là thời điểm công ty Linh Khôi có thể đổi mới và mở rộng được mạng lưới khách hàng do sự đa dạng và sự quan tâm đến môi trường.

Chính sách thuế ưu đãi tại nhiều quốc gia: Việc hợp tác với các quốc gia có chính sách thuế nhập khẩu ưu đãi như ASEAN hay các quốc gia trong khu vực FTA (Hiệp định thương mại tự do) sẽ giúp công ty tiết kiệm được chi phí và tăng tính cạnh tranh.

3.1.4. Thách thức

Đối thủ cạnh tranh mạnh: Công ty phải đối mặt với sự cạnh tranh gay gắt từ các đối thủ trong và ngoài nước. Đối với trong nước, việc cạnh tranh rèm cửa gay gắt hơn khi các code vải rèm cần được bảo mật và thay đổi để tránh việc họ có thể thay thế và đánh cắp các nhà cung cấp của công ty. Ngoài ra các mô hình tương tự ở các nước khác cũng được cân nhắc vì sự hiện đại hơn trong quy trình và công nghệ của họ.

Rào cản thương mại và tiêu chuẩn chất lượng: Các quy định về nhập khẩu rèm tại các quốc gia khác nhau, đặc biệt là các tiêu chuẩn về môi trường và an toàn sản phẩm, có thể gây khó khăn cho công ty trong việc đảm bảo sản phẩm đáp ứng các yêu cầu pháp lý và tiêu chuẩn chất lượng.

Biến động về tỷ giá hối đoái: Do hoạt động mua hàng quốc tế phụ thuộc vào nhiều loại tiền tệ khác nhau, biến động tỷ giá hối đoái có thể làm tăng chi phí nhập khẩu và ảnh hưởng đến lợi nhuận của công ty.

Tình trạng gián đoạn chuỗi cung ứng: Các sự kiện bất ngờ như dịch bệnh, thiên tai, hay biến động chính trị tại các quốc gia cung cấp rèm hay nước nhập khẩu đều có thể ảnh hưởng lớn đến nguồn cung và kế hoạch sản xuất của công ty. Điều này đặc biệt quan trọng khi công ty phụ thuộc vào một số ít nhà cung cấp lớn. Ví dụ như cơn bão Yagi hình thành trên khu vực Thái Bình Dương đang ảnh hưởng trực tiếp tới Trung Quốc cũng như Việt Nam điều này tạo ra sự gián đoạn chuỗi cung ứng khi các phương tiện vận chuyển đều không thể hoạt động do ảnh hưởng thời tiết.

3.2. Cơ sở đề xuất nâng cao

Để có thể đề xuất nâng cao quy trình mua hàng quốc tế của Công ty TNHH Thương Mại & Dịch Vụ Linh Khôi. Chúng tôi dựa vào các cơ sở sau:

- Kết quả hoạt động kinh doanh của công ty Linh Khôi
- Tình hình thu mua của công ty
- Cơ cấu mặt hàng và quốc gia thu mua rèm cửa
- Quy trình thu mua rèm quốc tế của công ty Linh Khôi
- Yếu tố môi trường bên trong và bên ngoài của công ty Linh Khôi
- Thế mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức.

3.3. Đề xuất giải pháp nâng cao

3.3.1. Chi phí vận chuyển và lưu kho cao

Vấn đề lưu kho hiện tại có thể được cải thiện bằng cách tối ưu hóa quy trình quản lý kho bãi. Công ty cần đầu tư vào các hệ thống quản lý kho tự động như WMS (Warehouse Management System), giúp theo dõi hàng tồn kho, tối ưu hóa không gian lưu trữ và giảm sự lãng phí do quản lý thủ công. Hệ thống này có thể tích hợp với các phần mềm ERP để đảm bảo quản lý chặt chẽ toàn bộ quy trình từ mua hàng đến giao nhận.

Ngoài ra, công ty có thể xem xét hợp tác với các nhà cung cấp dịch vụ logistics 3PL (Third-Party Logistics) để quản lý kho bãi và vận chuyển chuyên nghiệp hơn. Thay vì tự quản lý kho, công ty có thể thuê kho của các đối tác có hệ thống lưu trữ hiện đại, qua đó giảm chi phí xây dựng và quản lý kho.

Để giảm chi phí vận chuyển quốc tế, công ty cần lập kế hoạch mua hàng chiến lược để tận dụng vận chuyển theo nhóm (consolidation shipping), gom hàng từ nhiều đơn hàng nhỏ thành một chuyến lớn nhằm tiết kiệm chi phí vận chuyển. Đồng thời, đàm phán các hợp đồng vận chuyển dài hạn với các hãng vận tải lớn giúp công ty có được mức giá ưu đãi và ổn định, tránh bị ảnh hưởng bởi các biến động giá vận chuyển trên thị trường.

Công ty cũng nên tận dụng các thỏa thuận thương mại tự do (FTA) mà Việt Nam tham gia như CPTPP, EVFTA để được hưởng mức thuế nhập khẩu ưu đãi, qua đó giảm chi phí tổng thể của việc nhập khẩu rèm từ các quốc gia đối tác.

3.3.2. Tăng khả năng tiếp cận nguồn hàng hóa

Để giảm thiểu rủi ro từ việc phụ thuộc quá nhiều vào nhà cung cấp Trung Quốc, công ty cần thực hiện chiến lược đa dạng hóa nguồn cung. Điều này có nghĩa là tìm kiếm và thiết lập quan hệ đối tác với các nhà cung cấp từ nhiều quốc gia khác như Thổ Nhĩ Kỳ, Hàn Quốc, Ấn Độ, Việt Nam và các quốc gia Đông Âu. Mỗi thị trường đều có lợi thế riêng về chi phí sản xuất, chất lượng sản phẩm và tính cạnh tranh, giúp công ty duy trì tính linh hoạt và giảm rủi ro về chuỗi cung ứng.

Công ty cũng nên phân tích và theo dõi xu hướng thị trường toàn cầu, đặc biệt là các nhà cung cấp mới nổi hoặc các quốc gia có chi phí sản xuất thấp nhưng chất lượng sản phẩm tốt. Việc tham gia các triển lãm thương mại quốc tế và hội nghị ngành sẽ giúp công ty tiếp cận trực tiếp với các nhà cung cấp tiềm năng từ nhiều quốc gia khác nhau.

Ngoài ra, công ty cần xem xét thiết lập các trung tâm lưu trữ hàng hóa ở các quốc gia khác nhau để giảm sự phụ thuộc vào một khu vực duy nhất. Ví dụ, có thể xem xét việc đặt kho lưu trữ tại các khu vực như Singapore, nơi có vị trí trung chuyển thuận lợi và chính sách thuế nhập khẩu linh hoạt.

3.3.3. củng cố đội ngũ nhân sự về thu mua

Việc phát triển đội ngũ thu mua quốc tế chuyên nghiệp là một yếu tố quan trọng giúp công ty mở rộng và quản lý hiệu quả hơn. Công ty cần xây dựng kế hoạch đào tạo chuyên sâu cho đội ngũ nhân viên về các chủ đề liên quan đến thị trường quốc tế, luật thương mại quốc tế, quy trình đàm phán và các tiêu chuẩn kỹ thuật quốc tế. Việc cử nhân viên tham gia các khóa học chuyên ngành về logistics và chuỗi cung ứng từ các trường đại học hoặc trung tâm đào tạo quốc tế là cách nhanh chóng để nâng cao năng lực.

Để gia tăng hiệu quả, công ty có thể hợp tác với các chuyên gia tư vấn quốc tế hoặc các tổ chức thương mại quốc tế để huấn luyện nhân viên về cách làm việc với các đối tác nước ngoài. Việc này không chỉ giúp cải thiện kỹ năng đàm phán mà còn nâng cao khả năng quản lý rủi ro và dự báo xu hướng thị trường.

Ngoài ra, công ty nên xem xét tăng cường đội ngũ thu mua bằng cách tuyển dụng thêm nhân sự có kinh nghiệm trong thị trường quốc tế. Họ có thể đến từ các ngành nghề tương tự hoặc từ các đối thủ cạnh tranh, qua đó mang lại kinh nghiệm thực tế và những chiến lược mới. Công ty cũng có thể xây dựng mối quan hệ hợp tác với các công ty tư vấn quốc tế để giúp đội ngũ nhân sự tiếp cận với các đối tác tiềm năng.

3.3.4. Tăng tính cạnh tranh trên thị trường

Cạnh tranh gay gắt trong ngành rèm cửa có thể được giải quyết thông qua việc đầu tư mạnh mẽ vào nghiên cứu và phát triển sản phẩm (R&D). Công ty cần thiết phải xây dựng thêm một đội ngũ chuyên trách nghiên cứu các xu hướng mới về vật liệu, màu sắc, và kiểu dáng, tạo ra những mẫu mã độc quyền và khác biệt so với đối thủ cạnh tranh. Điều này giúp công ty tạo ra lợi thế cạnh tranh về chất lượng và thiết kế sản phẩm.

Ngoài ra, công ty cần bảo mật thông tin sản phẩm và công nghệ của mình thông qua các biện pháp pháp lý, hợp đồng bảo mật với nhà cung cấp, và mã hóa dữ liệu sản xuất để tránh tình trạng đánh cắp công nghệ hoặc bị sao chép sản phẩm.

Đồng thời, công ty nên nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng, đảm bảo sự chăm sóc tận tâm và hỗ trợ kỹ thuật sau bán hàng, tạo điểm khác biệt với đối thủ. Tăng cường quảng bá thương hiệu qua các kênh truyền thông số và các chương trình

khuyến mãi độc quyền sẽ giúp nâng cao nhận diện thương hiệu, xây dựng lòng tin với khách hàng, từ đó tăng thị phần.

3.3.5. Cải thiện chuỗi cung ứng

Công ty cần lập kế hoạch dự phòng chuỗi cung ứng (Supply Chain Contingency Plan) để giảm thiểu rủi ro từ các sự cố bất ngờ như dịch bệnh, thiên tai, hoặc biến động chính trị. Điều này bao gồm việc xây dựng mối quan hệ đối tác với nhiều nhà cung cấp tại các khu vực khác nhau trên thế giới. Nếu một khu vực gặp khó khăn, công ty có thể chuyển sang nhà cung cấp khác mà không ảnh hưởng đến tiến độ sản xuất.

Ngoài ra, công ty cần duy trì hàng tồn kho an toàn (safety stock) để đảm bảo rằng dù có sự gián đoạn chuỗi cung ứng, công ty vẫn có đủ nguyên liệu và sản phẩm để tiếp tục sản xuất trong một thời gian ngắn. Việc áp dụng công nghệ theo dõi chuỗi cung ứng thời gian thực sẽ giúp công ty dự báo được các rủi ro trước khi chúng xảy ra, cho phép công ty nhanh chóng điều chỉnh kế hoạch nhập khẩu và lưu kho.

Cuối cùng, công ty có thể mua bảo hiểm rủi ro chuỗi cung ứng từ các công ty bảo hiểm quốc tế. Đây là biện pháp bảo vệ tài chính hữu hiệu khi có những sự cố lớn ngoài tầm kiểm soát. Các gói bảo hiểm này sẽ giúp công ty bù đắp các tổn thất tài chính do gián đoạn chuỗi cung ứng gây ra.

TÓM TẮT CHƯƠNG 3

Sau khi phân tích chương 3, đã làm rõ được các vấn đề công ty đang có lợi thế và những hạn chế nào trong quy trình mua hàng để cung ứng hàng cho khách hàng qua công cụ phân tích SWOT (Điểm mạnh; Điểm yếu; Cơ hội; Thách thức). Từ đó xác định được các vấn đề cần nâng cấp và cải thiện để nâng cao quy trình. Trong chương này, cũng đề ra một số những giải pháp và đề nghị nhằm cải thiện những điểm chưa tốt trong quy trình thu mua của công ty TNHH TM&DV Linh Khôi.

KẾT LUẬN

Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế, việc phát triển và mở rộng các hoạt động thu mua quốc tế đóng vai trò quan trọng trong nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp. Đối với Công ty TNHH Thương Mại và Dịch Vụ Linh Khôi, quá trình thu mua rèm cửa từ thị trường nước ngoài, đặc biệt là từ Trung Quốc, đã mang lại nhiều cơ hội để tối ưu hóa chi phí, tiếp cận nguồn cung ứng ổn định và phát triển hoạt động kinh doanh. Tuy nhiên, Linh Khôi cũng phải đối mặt với không ít thách thức như chi phí vận chuyển và lưu kho cao, các vấn đề về thanh toán quốc tế, cũng như sự cạnh tranh gay gắt trong ngành.

Với kinh nghiệm và mối quan hệ hợp tác lâu năm với các đối tác cung ứng, công ty đã thuận lợi hơn trong việc thực hiện các quy trình thu mua quốc tế. Đồng thời, các yếu tố nội bộ như năng lực của đội ngũ thu mua và cơ sở vật chất của công ty cũng ảnh hưởng đến kết quả thu mua.

Bài báo cáo này phân tích sâu hơn về thực trạng thu mua quốc tế của công ty Linh Khôi, tập trung vào quy trình thu mua từ các nhà cung cấp quốc tế. Qua đó, các điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức của công ty sẽ được làm rõ, giúp Linh Khôi có cơ sở cải thiện và hoàn thiện chiến lược thu mua quốc tế trong tương lai.

Từ những phân tích và đánh giá, bài báo cáo này đưa ra một số giải pháp và đề xuất thiết thực nhằm đóng góp khắc phục những hạn chế hiện tại, nâng cao hiệu quả quy trình thu mua quốc tế của công ty. Hy vọng rằng với những đề xuất này, Công ty TNHH Thương Mại và Dịch Vụ Linh Khôi sẽ tiếp tục phát triển bền vững, tối ưu hóa hoạt động thu mua quốc tế, nâng cao năng lực cạnh tranh và đáp ứng các yêu cầu của thị trường toàn cầu.