MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN i
LỜI CẢM ƠN ii
MỤC LỤC iii
DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT vi
DANH MỤC CÁC BẢNG BIỂU vii
DANH MỤC CÁC HÌNH VẼ, SƠ ĐỒ viii
PHẦN MỞ ĐẦU x
1. Lý do chọn đề tài x
2. Mục đích nghiên cứu xi
3. Câu hỏi nghiên cứu xi
4. Đối tượng nghiên cứu xi
5. Phạm vi nghiên cứu xi
6. Phương pháp nghiên cứu xii
7. Bố cục của khóa luận xii
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HOẠT ĐỘNG THU MUA HÀNG HÓA .. 1
1.1. Nguồn cung, mua hàng và thu mua 1
1.1.1. Nguồn cung 1
1.1.2. Mua hàng 1
1.1.3. Thu mua 2
1.2. Quy trình thu mua cơ bản 3
1.2.1. Giai đoạn Nguồn cung 3
1.2.2. Giai đoạn Mua hàng 4
1.2.3. Giai đoạn Thanh toán 5
1.3. Lựa chọn và đánh giá nhà cung cấp 6
1.3.1. Khái niệm về đánh giá nhà cung cấp 6
1.3.2. Khi nào cần đánh giá nhà cung cấp? 6
1.3.3. Lí do nên đánh giá Nhà cung cấp 6
1.3.4. Các yếu tố cần để đánh giá nhà cung cấp 6

1.4. Danh mục tài liệu thu mua 7
TÓM TẮT CHƯƠNG 1 10
CHƯƠNG 2: PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG VỀ QUY TRÌNH THU MUA VẢI TẠI CÔNG TY TNHH UN-AVAILABLE 11
2.1. Giới thiệu sơ lược về Công ty TNHH Un-Available 11
2.1.1. Các thông tin chung 11
2.1.2. Lịch sử hình thành và phát triển 11
2.1.3. Mục tiêu, tầm nhìn, sứ mệnh và giá trị cốt lõi của Công ty 12
2.1.4. Đặc điểm sản xuất kinh doanh của Công ty 14
2.1.5. Cơ cấu tổ chức, chức năng và nhiệm vụ của các phòng ban 17
2.1.6. Phân tích kết quả SXKD của Công ty 03 năm gần đây nhất 20
2.2. Phân tích thực trạng về quy trình thu mua vải tại Công ty TNHH Un-Available 24
2.2.1. Chuỗi cung ứng vải tại Việt Nam 24
2.2.2. Phân tích quy trình thu mua vải tại Công ty TNHH Un-Available 25
Giai đoạn Nguồn cung 25
Giai đoạn Mua hàng 28
Giai đoạn Thanh toán 39
2.3. Phân tích một số yếu tố bên ngoài ảnh hưởng đến quy trình thu mua vải của Công ty TNHH Un-Available 43
2.3.1. Yếu tố kinh tế 43
2.3.2. Yếu tố tự nhiên 45
2.3.2. Yếu tố nhân khẩu học 47
2.3.3. Yếu tố xã hội và văn hóa 48
2.3.4. Yếu tố chính trị và pháp lý 50
2.3.5. Yếu tố công nghệ 52
2.4. Mô hình 5 lực lượng cạnh tranh của Michael Porter 53
2.4.1. Mức độ cạnh tranh trong ngành 53
2.4.2. Quyền lực thương lượng của nhà cung cấp 56
2.4.3. Quyền lực thương lượng của khách hàng 59
2.4.4. Mối đe dọa từ sản phẩm thay thế 62

2.4.5. Mối đe dọa từ những người gia nhập mới 63
2.4.6. Đánh giá mô hình 5 lực lượng cạnh tranh của Michael Porter..... 65
TÓM TẮT CHƯƠNG 2..... 67
CHƯƠNG 3: ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP CẢI THIỆN NĂNG LỰC TÌM KIẾM NHÀ CUNG CẤP TẠI CÔNG TY TNHH UN-AVAILABLE 68
3.1. Định hướng phát triển chiến lược của Công ty..... 68
3.2. Đề xuất giải pháp cải thiện năng lực tìm kiếm nhà cung cấp vải 69
3.2.1 Giải pháp đa dạng hóa chuỗi cung ứng 70
3.2.2. Giải pháp tối ưu hóa nguồn cung ứng vải..... 72
TÓM TẮT CHƯƠNG 3..... 83
PHẦN KẾT LUẬN..... 84
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO..... 85
TRANG KẾT QUẢ BÁO CÁO TRÙNG LẶP (TURNITIN)..... 87
PHỤ LỤC..... 88