

# PHẦN MỞ ĐẦU

## 1. Lí do chọn đề tài

Chúng ta có thể thấy rằng, nông sản đóng vai trò quan trọng trong đời sống con người và không chỉ là nguồn cung cấp thực phẩm thiết yếu mà nông sản còn góp phần vào sự phát triển kinh tế của Việt Nam nói chung và các quốc gia trên thế giới nói riêng. Trong nền kinh tế nông nghiệp, đặc biệt ở các quốc gia đang phát triển thì hàng triệu nông dân vẫn phụ thuộc và dựa vào việc trồng trọt và buôn bán nông sản để trang trải cuộc sống. Ở nhiều nước, nông sản không chỉ là một loại hàng hóa đơn thuần mà còn là yếu tố văn hóa và xã hội gắn liền với lối sống và truyền thống lâu đời. Hơn nữa, trong bối cảnh toàn cầu hóa thì nông sản cũng ảnh hưởng trực tiếp đến sự ổn định và phát triển của nền kinh tế, tuy nhiên thị trường nông sản hiện nay đang phải đối mặt với nhiều thách thức từ biến đổi khí hậu, sự biến động của thị trường trên toàn cầu. Những thách thức này đòi hỏi các doanh nghiệp trong ngành phải có những cải tiến đáng kể trong quy trình sản xuất và mua bán để đảm bảo chất lượng, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của thị trường.

Sự phát triển của xã hội cùng với ý thức về sức khỏe ngày càng cao đã thúc đẩy nhu cầu tiêu dùng nông sản sạch và an toàn, người tiêu dùng hiện nay không chỉ quan tâm đến việc nông sản có cung cấp đủ dinh dưỡng hay không mà còn đặc biệt chú trọng đến nguồn gốc và quy trình sản xuất sản phẩm. Các vụ bê bối liên quan đến an toàn thực phẩm trong những năm gần đây đã làm cho người tiêu dùng lo ngại về việc sử dụng hóa chất và chất bảo quản trong nông sản nên nhu cầu sạch ngày càng mở rộng sang thị trường quốc tế. Do đó, việc đảm bảo chất lượng nông sản không chỉ là nhiệm vụ của các nhà sản xuất mà còn là trách nhiệm của các doanh nghiệp mua hàng, bao gồm Công ty TNHH Xuất Nhập Khẩu Thế Giới Xanh trong việc lựa chọn và kiểm soát đầu vào.

Trên thực tế, thị trường nông sản ngày càng trở nên cạnh tranh khốc liệt với sự tham gia của nhiều nhà cung cấp và doanh nghiệp từ khắp nơi trên thế giới. Sản xuất nông sản không còn giới hạn các quy mô nhỏ lẻ mà đã phát triển thành các ngành công nghiệp lớn với quy trình sản xuất và quản lý hiện đại. Tuy nhiên, sự cạnh tranh này cũng dẫn đến những thách thức không nhỏ đối với các doanh nghiệp, đặc biệt là về giá cả, chất lượng sản phẩm và thời gian giao hàng. Các doanh nghiệp không chỉ phải đối mặt với áp lực giảm giá để cạnh tranh mà còn phải đảm bảo chất lượng sản phẩm đạt yêu cầu của người tiêu dùng ở các thị trường khó tính. Công ty TNHH Xuất Nhập Khẩu Thế

Giới Xanh với vai trò là một doanh nghiệp lớn trong lĩnh vực xuất nhập khẩu nông sản cũng không là ngoại lệ để có thể duy trì lợi thế cạnh tranh, công ty cần phải xem xét lại và nâng cao quy trình mua hàng để đảm bảo sản phẩm được chọn lựa có thể đáp ứng được các tiêu chuẩn cao nhất về chất lượng và an toàn.

Thêm nữa, toàn cầu hóa cũng thúc đẩy sự cạnh tranh không chỉ giữa doanh nghiệp trong cùng một quốc gia mà còn với các doanh nghiệp đến từ nhiều quốc gia khác nhau. Điều này bắt buộc các doanh nghiệp phải nâng cao năng lực cạnh tranh thông qua quy trình sản xuất, cải tiến chất lượng sản phẩm, quy trình mua hàng. Do đó, Công ty TNHH Xuất Nhập Khẩu Thế Giới Xanh phải luôn liên tục đổi mới và cải tiến để giữ vững vị thế trên thị trường toàn cầu. Vì vậy, tôi thực hiện đề tài “Đề xuất nâng cao hiệu quả quy trình thu mua nông sản nội địa của Công ty TNHH Xuất Nhập Khẩu Thế Giới Xanh”.

## **2. Mục tiêu nghiên cứu**

Mục tiêu của đề tài là đề xuất nâng cao hiệu quả quy trình thu mua nông sản nội địa tại Công ty TNHH Xuất Nhập Khẩu Thế Giới Xanh

## **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 tài liệu thứ cấp như bài viết, báo cáo hay các tài liệu liên quan đến quá trình thu mua của công ty.

## **4. Đối tượng nghiên cứu**

Đối tượng nghiên cứu: hiệu quả quy trình thu mua nông sản nội địa của Công ty TNHH Xuất Nhập Khẩu Thế Giới Xanh

## **5. Phạm vi nghiên cứu**

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

Phạm vi không gian: Công ty TNHH Xuất Nhập Khẩu Thế Giới Xanh.

## **6. Kết cấu khóa luận tốt nghiệp**

Bên cạnh các phần như mở đầu, phụ lục, kết luận và danh mục tài liệu tham khảo đề tài gồm 3 chương lớn như sau:

**Chương 1:** Cơ sở lý luận về hoạt động thu mua nông sản nội địa của doanh nghiệp;

**Chương 2:** Tổng quan về doanh nghiệp và tìm hiểu quy trình thu mua nông sản nội địa của Công ty TNHH Xuất Nhập Khẩu Thế Giới Xanh;

**Chương 3:** Đề xuất giải pháp nâng cao quy trình thu mua nông sản nội địa.

# **CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN CỦA HOẠT ĐỘNG THU MUA NÔNG SẢN XUẤT KHẨU CỦA DOANH NGHIỆP**

## **1.1 Tổng quan về hoạt động thu mua nông sản nội địa**

### **1.1.1 Khái niệm Purchasing (thu mua)**

Thu mua là một phần trong lĩnh vực kinh tế và quản lý chuỗi cung ứng. Đây là hoạt động bao gồm việc mua sắm hàng hóa, dịch vụ hoặc cụ thể hơn là thu mua nguyên liệu đầu vào từ các nhà cung cấp để phục vụ cho hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Monczka và cộng sự (2005) trong cuốn sách “Purchasing and Supply Chain Management” (lần xuất bản thứ tư) đã định nghĩa thu mua là quá trình liên quan đến việc xác định nhu cầu, tìm kiếm, đánh giá các nhà cung cấp, đàm phán, ký kết hợp đồng 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 năm 2018, tác giả Weele định nghĩa thu mua là quá trình quản lý và điều phối các hoạt động liên quan đến việc 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.

### **1.1.2 Vai trò và tầm quan trọng của thu mua nông sản nội địa**

#### **1.1.2.1 Vai trò của thu mua nông sản nội địa**

Hoạt động thu mua đóng vai trò vô cùng quan trọng trong việc duy trì và phát triển năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, đặc biệt khi xét đến yếu tố địa phương và sự ổn định của chuỗi cung ứng. Thu mua nội địa giúp doanh nghiệp giảm thiểu rủi ro về gián đoạn chuỗi cung ứng do khoảng cách địa lý hoặc biến động quốc tế. Weele (2018) đã nhấn mạnh rằng, việc tận dụng các nhà cung cấp trong nước không chỉ giúp doanh nghiệp tiết kiệm chi phí mà còn giảm thiểu thời gian giao hàng từ đó nâng cao hiệu quả sản xuất và đáp ứng nhanh chóng nhu cầu thị trường.

Hơn nữa, thu mua nội địa thường đi đôi với việc duy trì mối quan hệ bền vững với các nhà cung cấp trong nước đảm bảo chất lượng sản phẩm và dịch vụ từ đó thúc đẩy phát triển nền kinh tế địa phương và củng cố hình ảnh thương hiệu cho doanh nghiệp. Như Monczka, Trent & Handfield (2005) đã đề cập, việc duy trì một hệ thống thu mua nội địa hiệu quả có thể là yếu tố then chốt giúp doanh nghiệp duy trì sự linh hoạt và biến động của thị trường trong nước.

Thu mua cũng đóng vai trò then chốt trong quản lý chuỗi cung ứng và là một bước trung gian quan trọng giúp kết nối nhà cung cấp với khách hàng nội bộ của doanh nghiệp. Đây chính là bộ phận chịu trách nhiệm cung ứng sản phẩm và dịch vụ cho khách hàng bên ngoài (Stanley & Wisner, 2001).

#### ❖ **Mở rộng thị trường:**

Khi vào mùa vụ, lượng cung nông sản thường vượt quá nhu cầu tiêu thụ dẫn đến tình trạng dư thừa và giá cả giảm sút gây thiệt hại cho người nông dân. Tuy nhiên, nếu các doanh nghiệp có thể tận dụng nguồn nguyên liệu này để sản xuất ra các sản phẩm có thời gian bảo quản lâu hơn đồng thời đưa vào thị trường nội địa lẫn quốc tế tiêu thụ thì sẽ mở ra cơ hội tiềm năng cho người dân tiếp cận với thị trường lớn hơn và khả năng chi trả tốt hơn mang lại nguồn thu nhập ổn định cho cả người dân lẫn doanh nghiệp. Điều này đòi hỏi doanh nghiệp không chỉ tập trung vào việc thu mua đơn thuần mà còn phải điều chỉnh chiến lược của mình để phù hợp với các thay đổi như tình trạng dư thừa và biến động giá cả (Leenders & Fearon, 2008).

Khi áp dụng các ưu tiên cạnh tranh như chất lượng, chi phí và tính linh hoạt trong việc lựa chọn nhà cung cấp cũng như phát triển sản phẩm mới sẽ giúp các doanh nghiệp tối ưu hóa quy trình mua hàng và tạo ra giá trị cao hơn cho khách hàng từ đó củng cố vị thế cạnh tranh trên thị trường quốc tế (Hayes & Wheelright, 1984).

Ví dụ, các loại trái cây như xoài và thanh long từ Việt Nam là hai mặt hàng không chỉ được tiêu thụ trong nước mà còn rất được ưa chuộng tại các thị trường khó tính như Mỹ và Châu Âu. Việc mở rộng thị trường này không chỉ giúp giải quyết vấn đề dư thừa mà còn nâng cao giá trị sản phẩm, đem lại lợi ích kinh tế bền vững.

#### ❖ **Tăng giá trị sản phẩm**

Khi các sản phẩm nông nghiệp được thu mua dưới dạng nguyên liệu tươi sau đó trải qua các giai đoạn chế biến, đóng gói và phân phối trước khi đến tay người tiêu dùng cuối cùng. Quá trình này không chỉ giúp cải thiện chất lượng mà còn kéo dài thời gian bảo quản và tăng giá trị kinh tế của sản phẩm. Ví dụ, trái thanh long tươi sau khi thu hoạch có thể được cắt gọt, sấy khô và đóng gói trước khi tung ra thị trường không chỉ làm tăng giá trị của sản phẩm so với trái thanh long tươi mà còn kéo dài thời gian bảo quản tạo điều kiện thuận lợi cho việc vận chuyển và tiêu thụ trên thị trường quốc tế.

Hoạt động thu mua từ lâu đã được công nhận là một phần quan trọng vượt qua ranh giới công ty để hỗ trợ các hoạt động vận hành (Leenders & Fearon, 2008). Với sự

ổn định của mình, hoạt động thu mua đã liên tục điều chỉnh chiến lược để đáp ứng những thay đổi trong tình trạng thiếu hụt, biến động giá cả và sự thay đổi trong nhu cầu người tiêu dùng (Leenders & Fearon, 2008). Điều này càng trở nên quan trọng trong bối cảnh hiện nay khi doanh nghiệp phải cạnh tranh trên thị trường toàn cầu, nơi mà chất lượng và sự đổi mới trở thành những ưu tiên hàng đầu.

#### ❖ **Tạo việc làm và phát triển cơ sở hạ tầng**

Hoạt động thu mua nông sản đóng vai trò quan trọng tổng việc tạo ra nhiều cơ hội việc làm cho người dân ở khu vực nông thôn. Khi các doanh nghiệp thu mua nông sản để mở rộng hoạt động kinh doanh, các nhà sản xuất cần một lượng lớn nguồn lao động để tập trung vào các khâu như thu hoạch, sơ chế, đóng gói và vận chuyển để kịp tiến độ giao đơn hàng cho doanh nghiệp xuất khẩu sản phẩm ra thị trường quốc tế. Hành động này giúp giảm tỷ lệ thất nghiệp tại địa phương và tạo ra nguồn thu nhập ổn định cho người dân. Theo Leenders & Fearon (2008), hoạt động thu mua đã thể hiện vai trò ổn định của mình bằng cách điều chỉnh chiến lược theo những thay đổi của thị trường, bao gồm việc đáp ứng nhu cầu nhân lực trong các khâu sản xuất và phân phối.

Ngoài ra, để đảm bảo chất lượng sản phẩm nhằm thúc đẩy nhu cầu ở thị trường quốc tế tăng mạnh, việc phát triển hạ tầng ở nông thôn là không thể thiếu. Các hệ thống giao thông, kho bãi,... cần được xây dựng và nâng cấp để phục vụ việc vận chuyển và lưu trữ nông sản. Các kho bãi được trang bị hiện đại giúp bảo quản nông sản tốt hơn, giảm tổn thất sau thu hoạch và đảm bảo chất lượng sản phẩm khi đến tay người tiêu dùng. Đây là một phần của chiến lược thu mua nhằm cải thiện hiệu suất và tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường quốc tế như đã được nêu trong nghiên cứu của Hayes và Wheelwright (1984) và ưu tiên cạnh tranh và phát triển cơ sở hạ tầng hỗ trợ chuỗi cung ứng.

#### ❖ **Tăng kim ngạch xuất khẩu**

Xuất khẩu nông sản là một trong những yếu tố then chốt đóng góp vào kim ngạch xuất khẩu của một quốc gia, đặc biệt là những nước có nền kinh tế phụ thuộc vào nông nghiệp như Việt Nam. Hoạt động thu mua và chế biến nông sản không chỉ giúp tăng trưởng kim ngạch mà còn nâng cao vị thế của ngành nông sản ở Việt Nam trên thị trường quốc tế. Theo Hayes và Wheelwright (1984), việc áp dụng các ưu tiên cạnh tranh trong chiến lược mua hàng, như chất lượng, chi phí và tính linh hoạt có thể giúp các doanh

nghiệp nâng cao khả năng cạnh tranh trên thị trường quốc tế, từ đó đóng góp vào tăng trưởng xuất khẩu.

Trong những năm gần đây, xuất khẩu trái cây của Việt Nam đã đóng góp đáng kể vào kim ngạch xuất khẩu của quốc gia. Theo báo cáo từ Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn, kim ngạch xuất khẩu trái cây đã tăng trưởng ấn tượng, từ chỉ vài trăm triệu USD mỗi năm trong thập kỷ trước lên đến hơn 5.6 tỷ USD vào năm 2023 và tăng 65.6% so với năm 2022. Những loại trái cây như thanh long, xoài, dứa,... đang ngày càng chiếm lĩnh thị trường quốc tế nhờ vào chất lượng cao và đáp ứng được các tiêu chuẩn an toàn thực phẩm của các nước nhập khẩu. Cụ thể:

Thanh long là một trong những sản phẩm trái cây xuất khẩu chủ lực của Việt Nam. Đến nay, thanh long Bình Thuận đã được xuất khẩu sang hơn 20 quốc gia và vùng lãnh thổ, bao gồm cả những thị trường khó tính như Nga, Hàn Quốc,... và giá trị xuất khẩu đạt 523 triệu USD.

#### ***1.1.2.2 Tầm quan trọng của thu mua nông sản nội địa***

Hoạt động thu mua nông sản đóng vai trò thiết yếu trong sự phát triển của nền kinh tế, đặc biệt là ở những quốc gia có nền nông nghiệp phát triển mạnh như Việt Nam. Đây không chỉ là hoạt động thương mại đơn thuần mà còn là một mắt xích quan trọng trong chuỗi cung ứng, kết nối sản xuất nông nghiệp với thị trường tiêu thụ.

Tầm quan trọng của thu mua trở nên rõ ràng hơn khi chúng ta nhận ra rằng phần lớn hàng hóa và dịch vụ đều được doanh nghiệp mua sắm từ bên ngoài (Giunipero & Brand, 1996; Lambert và cộng sự, 1998). Tầm quan trọng của thu mua nội địa được thể hiện qua một số khía cạnh chính sau đây:

##### **❖ Đối với nông dân**

**Ổn định đầu ra:** doanh nghiệp thu mua sản phẩm nông sản dài hạn đóng vai trò quan trọng trong việc ổn định đầu ra cho nông dân. Hoạt động này không chỉ giúp người dân giảm thiểu rủi ro trong sản xuất mà còn tạo điều kiện để người dân tập trung vào việc cải thiện chất lượng và hiệu quả sản xuất. Như William B. Joyce (2006) đã đề cập “việc mua hàng chịu trách nhiệm cuối cùng trong việc thiết lập và duy trì mối quan hệ tốt với nhà cung cấp... Hợp đồng dài hạn thường phát triển thành mối quan hệ hợp tác trong đó người mua và người bán hợp tác về nhiều vấn đề khác nhau nhằm mang lại lợi ích cho cả hai bên.”. Điều này cho thấy, mối quan hệ lâu dài giữa doanh nghiệp và nông

dân không chỉ đảm bảo đầu ra ổn định mà còn giúp nông dân yên tâm đầu tư cho các mùa vụ tiếp theo.

**Tăng thu nhập:** khi nông sản được thu mua với giá cả hợp lý thì thu nhập của người dân cũng được cải thiện giúp người dân có cuộc sống tốt hơn và có điều kiện để đầu tư vào sản xuất. Theo William B. Joyce (2006), “Nếu không có nhà cung cấp tốt và không có hoạt động thu mua vượt trội, chuỗi cung ứng sẽ không cạnh tranh hiệu quả trên thị trường.” Việc thu mua giá cả hợp lý không chỉ hỗ trợ nông dân mà còn góp phần duy trì chuỗi cung ứng ổn định và hiệu quả từ đó cải thiện chất lượng sản phẩm và tăng thu nhập cho nông dân.

#### ❖ **Đối với doanh nghiệp**

**Mở rộng thị trường:** hoạt động thu mua nông sản không chỉ giúp doanh nghiệp mở rộng quy mô sản xuất mà còn tạo điều kiện để họ tiếp cận với các thị trường quốc tế. Theo Cox (1996), “Việc mua hàng được coi là dẫn đường cho việc phân tích thị trường bên ngoài và phát triển các mối quan hệ phù hợp và đàm phán các hợp đồng sẽ làm tăng lợi nhuận cho công ty và chuỗi cung ứng.” Ta có thể thấy được rằng, thu mua nông sản không chỉ giúp doanh nghiệp mở rộng thị trường mà còn tạo nền tảng để nâng cao lợi nhuận thông qua hoạt động xuất khẩu.

**Giảm chi phí và tối ưu hóa lợi nhuận:** hoạt động thu mua nội địa còn giúp các doanh nghiệp tối ưu hóa chi phí từ đó tăng khả năng cạnh tranh và lợi nhuận. William B. Joyce (2006) chỉ ra rằng “trong sản xuất, 60% giá thành phẩm đến từ các bộ phận và nguyên liệu được mua.” Cái này cho thấy, nếu doanh nghiệp quản lý hiệu quả hoạt động thu mua họ có thể giảm chi phí sản xuất đáng kể từ đó tăng lợi nhuận. một trong những nguồn lợi nhuận chính mà doanh nghiệp thu được từ hoạt động thu mua nông sản là sự chênh lệch giá sau quá trình chế biến và đóng gói. William B. Joyce (2006) đã nhấn mạnh rằng: “thu mua đầu vào là hoạt động hỗ trợ chính trong quá trình sản xuất sản phẩm của công ty.” Hoạt động này không chỉ tạo ra giá trị gia tăng thông qua quá trình chế biến để tối đa hóa lợi nhuận cho doanh nghiệp mà còn gia tăng giá trị kinh tế của nông dân.

**Đa dạng hóa sản phẩm:** thu mua nhiều loại nông sản khác nhau giúp doanh nghiệp giảm thiểu rủi ro và đảm bảo sự ổn định trong kinh doanh. Theo William B. Joyce (2006) "Thu mua chịu trách nhiệm cuối cùng trong việc thiết lập và duy trì mối quan hệ tốt với nhà cung cấp... Việc kinh doanh có thể được tiến hành thông qua sự tương tác

trên máy tính." Điều này cho thấy, việc đa dạng hóa sản phẩm không chỉ giúp doanh nghiệp duy trì doanh thu mà còn xây dựng mối quan hệ lâu dài với các nhà cung cấp từ đó đảm bảo sự ổn định và bền vững trong kinh doanh.

**Xây dựng thương hiệu:** khi doanh nghiệp cam kết cung cấp nguồn nông sản chất lượng, họ không chỉ thu được lợi nhuận mà còn xây dựng được thương hiệu mạnh trên thị trường. William B. Joyce (2006) cũng nhấn mạnh rằng, "Quản lý thu mua và nhà cung cấp rất quan trọng đối với kế toán quản lý và hiệu quả của chuỗi cung ứng... Thu mua cũng tham gia vào công việc thiết kế và phát triển sản phẩm." Sự cam kết về chất lượng và an toàn giúp doanh nghiệp tạo dựng uy tín từ đó tăng khả năng cạnh tranh và thu hút được sự tin tưởng từ khách hàng.

**Đảm bảo chất lượng và thời gian giao hàng:** thu mua nội địa không chỉ giúp doanh nghiệp kiểm soát chi phí mà còn giúp doanh nghiệp đảm bảo chất lượng sản phẩm và thời gian giao hàng, đây là hai yếu tố quan trọng có thể tác động trực tiếp đến hoạt động sản xuất và kinh doanh. Joyce (2006) cũng nhấn mạnh rằng "tầm quan trọng của việc mua hàng không chỉ nằm ở giá vốn hàng hóa đã mua mà các yếu tố quan trọng khác bao gồm chất lượng hàng hóa và dịch vụ cũng như thời gian giao hàng hóa và dịch vụ."

#### ❖ Đối với nền kinh tế

**Nâng cao giá trị nông sản:** các doanh nghiệp đóng vai trò quan trọng trong việc gia tăng giá trị cho nông sản thông qua quá trình chế biến sâu. Quá trình này không chỉ mang lại lợi nhuận cao hơn mà còn góp phần nâng cao thương hiệu nông sản Việt Nam trên thị trường quốc tế. Theo Joyce (2006), "Hoạt động quản lý chuỗi cung ứng, bao gồm cả hoạt động mua hàng có thể đóng góp lớn vào việc nâng cao giá trị của sản phẩm thông qua quá trình chế biến và phân phối hiệu quả." Quá trình này giúp chuyển đổi các sản phẩm thô thành các sản phẩm có giá trị kinh tế cao hơn từ đó giúp nâng cao hình ảnh và vị thế của nông sản Việt Nam trên trường quốc tế.

**Tăng giá trị cho chuỗi cung ứng và nền kinh tế:** thu mua nội địa giúp doanh nghiệp nông sản duy trì mối quan hệ chặt chẽ với các nhà cung cấp địa phương từ đó đảm bảo chất lượng và ổn định đầu vào nguồn nguyên liệu. Như William B. Joyce (2006) đã nhấn mạnh "việc thu mua có trách nhiệm giúp lựa chọn nhà cung cấp và thiết lập mối quan hệ đôi bên cùng có lợi. Nếu không có nhà cung cấp tốt và không có hoạt động thu mua vượt trội, chuỗi cung ứng sẽ không thể cạnh tranh hiệu quả trên thị trường." Chính

mối quan hệ này đã giúp tăng cường sự gắn kết giữa các mắt xích trong chuỗi cung ứng từ đó đóng góp tích cực vào sự phát triển của nền kinh tế.

**Tạo việc làm:** hoạt động thu mua và phân phối nông sản của các doanh nghiệp không chỉ giúp gia tăng giá trị sản phẩm mà còn tạo ra nhiều cơ hội việc làm cho người dân lao động. Joyce (2006) nhận định rằng, "quá trình mở rộng các hoạt động thu mua có thể tạo ra nhiều cơ hội việc làm thông qua việc phát triển các mối quan hệ đối tác và hoạt động thương mại quốc tế." Từ sản xuất, thu mua, chế biến, vận chuyển đến bán lẻ, mỗi khâu trong chuỗi giá trị này đều góp phần giải quyết vấn đề việc làm, thúc đẩy phát triển kinh tế và cải thiện đời sống của người dân.

**Đóng góp vào xuất khẩu:** nhiều doanh nghiệp đóng vai trò chủ chốt trong việc đưa nông sản Việt Nam ra thị trường quốc tế góp phần tăng kim ngạch xuất khẩu của đất nước. Như đã được Joyce (2006) chỉ ra, "thu mua không chỉ giúp giảm chi phí mà còn mở ra các thị trường mới giúp nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp và quốc gia trên trường quốc tế." Điều này cho thấy rằng, hoạt động xuất khẩu không chỉ là một yếu tố quan trọng trong việc phát triển doanh nghiệp mà còn là động lực thúc đẩy tăng trưởng kinh tế quốc gia thông qua việc quảng bá thương hiệu nông sản Việt Nam và gia tăng kim ngạch xuất khẩu. Các doanh nghiệp không chỉ đảm bảo chất lượng sản phẩm đạt tiêu chuẩn quốc tế mà còn xây dựng và quảng bá thương hiệu nông sản Việt Nam trên toàn cầu.

### **1.1.3 Các hình thức thu mua nông sản:**

Thu mua trực tiếp: doanh nghiệp thường lựa chọn hình thức thu mua trực tiếp từ nông dân nhằm kiểm soát chất lượng sản phẩm ngay từ khâu đầu tiên và xây dựng mối quan hệ hợp tác bền vững với nông dân. Theo Joyce (2006), "Mua hàng trực tiếp từ nhà cung cấp giúp doanh nghiệp giảm thiểu rủi ro về chất lượng sản phẩm đồng thời tạo dựng lòng tin và mối quan hệ win-win với các bên liên quan." Hành động này không chỉ giúp doanh nghiệp đảm bảo nguồn cung ổn định mà còn tăng cường sự gắn kết và tin tưởng giữa doanh nghiệp và nông dân góp phần phát triển chuỗi cung ứng bền vững.

Thu mua qua hợp tác xã: một phương thức khác là thu mua thông qua các hợp tác xã. Hợp tác xã đóng vai trò trung gian giúp doanh nghiệp thu mua nông sản với số lượng lớn và chất lượng đồng đều từ đó tiết kiệm thời gian và chi phí. Joyce (2006) chỉ ra rằng, "Mua hàng thông qua các tổ chức tập thể như hợp tác xã giúp doanh nghiệp tiết kiệm chi phí giao dịch và đảm bảo sự đồng nhất về chất lượng sản phẩm." Từ đó tạo

điều kiện thuận lợi cho việc lập kế hoạch sản xuất và tiêu thụ đồng thời giúp doanh nghiệp tối ưu hóa chuỗi cung ứng của mình.

Thu mua qua sàn giao dịch: doanh nghiệp cũng có thể lựa chọn tham gia các sàn giao dịch nông sản để thực hiện việc thu mua. Hình thức này giúp doanh nghiệp tiếp cận nhiều nhà cung cấp và dễ dàng so sánh giá cả và chất lượng đồng thời đảm bảo tính minh bạch trong giao dịch. Joyce (2006) nhấn mạnh rằng, "Sàn giao dịch là nơi cung cấp một môi trường minh bạch và công bằng cho các bên tham gia, giúp tối ưu hóa quá trình mua hàng và giảm thiểu rủi ro." Đây là một phương thức thu mua hiện đại và hiệu quả, giúp doanh nghiệp nâng cao năng lực cạnh tranh và đáp ứng nhanh chóng nhu cầu của thị trường.

## **1.2 Nội dung thu mua nông sản**

Tôi nghĩ rằng, hoạt động thu mua nông sản là một quy trình phức tạp và đòi hỏi sự tỉ mỉ, chính xác trong từng khâu để đảm bảo rằng sản phẩm được thu mua đáp ứng được các yêu cầu về chất lượng, số lượng, thời gian và giá cả. Để đạt được mục tiêu này, doanh nghiệp cần tiến hành các bước quan trọng từ việc xác định nhu cầu đến việc theo dõi và đánh giá quy trình thu mua.

Coyle và cộng sự (2003) cũng đã nói rằng quy trình mua hàng như một cây quyết định bắt đầu bằng lựa chọn mua hoặc tự sản xuất và kết thúc bằng việc đánh giá hiệu quả sau khi hoàn tất giao dịch.

### **1.2.1 Xác định nhu cầu thu mua nông sản**

Để đáp ứng nhu cầu của thị trường thì việc xác định nhu cầu loại nông sản cần thu mua là bước đầu tiên và quan trọng nhất. Đầu tiên, doanh nghiệp cần phân tích thị trường và xu hướng của người tiêu dùng đồng thời đánh giá khả năng cung cấp sản phẩm. Ví dụ, khi đến mùa vụ của các loại nông sản như xoài, chuối, thanh long hoặc khi những mặt hàng này có nhu cầu cao ở thị trường quốc tế thì doanh nghiệp nên tăng cường chào hàng và tìm kiếm nhà cung cấp đáp ứng được yêu cầu của khách hàng. Joyce (2006) nhấn mạnh tầm quan trọng của việc hiểu rõ nhu cầu thị trường và nguồn cung ứng, đặc biệt trong ngành nông sản là nơi mà các yếu tố như mùa vụ và nhu cầu thị trường có thể thay đổi nhanh chóng.

### **1.2.2 Tìm và lựa chọn nhà cung cấp**

Trong quá trình tìm kiếm và lựa chọn nhà cung cấp thích hợp doanh nghiệp cần xác định và lựa chọn đối tác thỏa mãn được 5 yếu tố cơ bản: loại hàng, số lượng, chất

lượng, thời gian giao hàng và chi phí thấp. Có nhiều cách để tìm kiếm nhà cung cấp chẳng hạn như thông qua mạng xã hội, internet, hội chợ, triển lãm và các chương trình quảng cáo. Joyce (2006) khuyến khích doanh nghiệp nên xây dựng danh sách các nhà cung cấp tiềm năng bao gồm các hộ nông dân, hợp tác xã và doanh nghiệp sản xuất nông sản để có nhiều sự lựa chọn.

Để lựa chọn được đối tác phù hợp nhất doanh nghiệp cần tiến hành đánh giá năng lực sản xuất, chất lượng sản phẩm, giá cả và sự uy tín của nhà cung cấp thông qua việc kiểm tra sản lượng sản xuất, giấy chứng nhận có liên quan đến sản phẩm, quy mô nhà máy và khả năng cung cấp. Ví dụ, nếu doanh nghiệp cần tìm nhà cung cấp sản phẩm hữu cơ thì cần đối tác cung cấp giấy chứng nhận hữu cơ. Joyce (2006) cũng khuyên rằng sau khi đánh giá năng lực của nhà cung cấp doanh nghiệp nên ghé thăm cơ sở sản xuất để kiểm tra trực tiếp quy trình sản xuất và đảm bảo những thông tin được cung cấp là chính xác.

Cuối cùng, khi đã thu nhập đủ thông tin về các nhà cung cấp doanh nghiệp cần so sánh các yếu tố như giá cả, chất lượng sản phẩm, thời gian giao hàng và các yếu tố khác để đưa ra quyết định lựa chọn đối tác phù hợp nhất. Quyết định lựa chọn không chỉ dựa trên giá cả tốt mà còn phải cân nhắc đến độ tin cậy và khả năng cung cấp ổn định cũng như thiện chí hợp tác lâu dài. Dwyer và cộng sự (1987) nhấn mạnh rằng việc mua hàng có thể tăng cường cam kết từ nhà cung cấp thông qua định hướng dài hạn với nguồn cung cấp duy nhất.

### **1.2.3 Thương lượng và đặt hàng**

Thương lượng giá cả là một bước không thể thiếu trong quá trình thu mua nhằm đảm bảo lợi ích cho cả hai bên. Doanh nghiệp cần có chiến lược thương lượng linh hoạt dựa trên hiểu biết về chi phí sản xuất của nhà cung cấp và tình hình thị trường nhưng vẫn phải tạo ra mối quan hệ win-win cho cả hai bên. Trong đàm phán hợp tác, đàm phán giữa người mua và nhà cung cấp tạo ra tình huống đôi bên cùng có lợi để quyết định cách phân chia và chia sẻ chiếc bánh giá trị mở rộng (Monczka và cộng sự, 2004). Trong tình huống này, đàm phán hiệu quả từ quan điểm của người mua sẽ tạo ra giá trị khi nhận được mức giá tốt hơn so với đối thủ cạnh tranh, hỗ trợ phát triển công nghệ mới hoặc thiết kế sản phẩm, thời gian đặt hàng và giao hàng ngắn hơn.

Ví dụ, trong trường hợp thị trường nông sản biến động mạnh, doanh nghiệp có thể điều chỉnh giá theo thị trường. Joyce (2006) cũng nhấn mạnh rằng điều kiện thanh

toán là một yếu tố quan trọng trong thương lượng bao gồm hình thức thanh toán, thời gian thanh toán và các điều khoản liên quan. Có thể thỏa thuận thanh toán trước một phần khi ký hợp đồng và phần còn lại sẽ được thanh toán sau khi hàng hóa được giao đầy đủ.

Sau khi thương lượng thành công cần lên bản hợp đồng mua bán rõ ràng và cụ thể để đảm bảo cả hai bên tuân thủ các thỏa thuận đã thương lượng. Hợp đồng này bao gồm các điều khoản cụ thể về chất lượng, số lượng, thời gian giao hàng, phương thức thanh toán, trách nhiệm của hai bên và điều khoản trừng phạt nếu một trong hai bên vi phạm hợp đồng.

#### **1.2.4 Theo dõi và kiểm tra hàng hóa**

Doanh nghiệp cần theo dõi quá trình sản xuất và đóng gói của nhà cung cấp để đảm bảo sản phẩm được sản xuất đúng tiến độ và đáp ứng các tiêu chuẩn đã thỏa thuận. Joyce (2006) khuyến nghị rằng sau khi ký hợp đồng và bắt đầu sản xuất doanh nghiệp nên cử nhân viên kiểm soát chất lượng (QC) đến cơ sở sản xuất để giám sát và theo dõi nhằm đảm bảo sản phẩm được giao đến khách hàng đúng như yêu cầu tăng lòng tin đối với khách hàng và thúc đẩy mong muốn đặt hàng lần sau.

Khi hàng hóa được giao, doanh nghiệp cần kiểm tra kỹ về chất lượng, số lượng và bao bì để đảm bảo hàng hóa đáp ứng các yêu cầu đã thỏa thuận. Ngoài ra, việc lấy mẫu kiểm nghiệm và lưu lại tại công ty là cần thiết để đối chiếu và giải quyết các vấn đề phát sinh khi sản phẩm đến tay khách hàng.

#### **1.2.5 Giao hàng và đánh giá kết quả thu mua**

Sau khi hoàn tất các bước kiểm tra và xác nhận chất lượng, doanh nghiệp cần sắp xếp hàng hóa cho vận chuyển đến khách hàng. Joyce (2006) nhấn mạnh rằng bước này rất quan trọng và cần được thực hiện cẩn thận để tránh làm hư hỏng hàng hóa trong quá trình vận chuyển. Tùy thuộc vào loại hàng hóa, doanh nghiệp có thể lựa chọn phương thức vận chuyển phù hợp như vận chuyển bằng đường hàng không đối với hàng tươi hoặc bằng container lạnh cho hàng đã chế biến cần giữ ở điều kiện lạnh.

Sau khi hoàn tất quá trình thu mua và giao hàng, doanh nghiệp cần đánh giá quá trình này và ghi nhận các vấn đề gặp phải trong đơn hàng hiện tại đồng thời lưu lại cách giải quyết vấn đề để cải thiện cho những lần sau. Joyce (2006) cho rằng quá trình này giúp doanh nghiệp nhận diện được điểm mạnh và điểm yếu trong quá trình thu mua từ đó cải thiện quy trình và lựa chọn nhà cung cấp phù hợp hơn trong tương lai.

### **1.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến thu mua nông sản**

#### **1.3.1 Môi trường bên ngoài**

##### **❖ Mùa vụ:**

Mùa vụ là một yếu tố then chốt ảnh hưởng đến giá cả và chất lượng nông sản, từ đó tác động trực tiếp đến quyết định thu mua của doanh nghiệp. Tại các vùng sản xuất nông nghiệp, mùa vụ thường chia thành hai giai đoạn chính: mùa thu hoạch chính và ngoài mùa. Trong mùa thu hoạch chính, sản lượng nông sản dồi dào dẫn đến giá cả thường giảm do cung vượt cầu. Tuy nhiên, do thu hoạch đồng loạt nên chất lượng sản phẩm có thể không đồng đều dễ gặp tình trạng dư thừa hoặc hư hỏng nếu không được bảo quản đúng cách và vận chuyển kịp thời. Yếu tố này đặt ra thách thức lớn cho doanh nghiệp trong việc duy trì chất lượng và tối ưu hóa chi phí.

Ngược lại, trong giai đoạn ngoài mùa sản lượng nông sản thường có xu hướng giảm khiến giá cả tăng cao. Mặc dù giá cả cao hơn nhưng chất lượng sản phẩm thường ổn định và cao hơn do điều kiện canh tác được kiểm soát tốt hơn. Ví dụ, trong ngành sản xuất rau quả, cà chua thu hoạch vào mùa chính có thể rẻ nhưng không đồng đều về kích thước và chất lượng, trong khi cà chua trồng trong nhà kính ngoài mùa lại có giá cao hơn nhưng đồng nhất về chất lượng.

##### **❖ Thời tiết**

Thời tiết là yếu tố không thể kiểm soát nhưng lại có tác động lớn nhất đến sản lượng và chất lượng nông sản. Các điều kiện thời tiết bất lợi như hạn hán, lũ lụt, bão,... có thể là giảm đáng kể năng suất cây trồng dẫn đến tình trạng khan hiếm hàng hóa từ đó đẩy giá nông sản và gây khó khăn cho doanh nghiệp trong việc duy trì nguồn cung ổn định.

Ngoài ra, thời tiết cũng ảnh hưởng đến quá trình thu hoạch và bảo quản nông sản. Mưa lớn trong mùa thu hoạch có thể gây ngập úng, làm giảm chất lượng nông sản và tăng nguy cơ hư hỏng. Ngược lại, nắng nóng quá mức có thể làm khô héo hoặc chín quá nhanh dẫn đến sản phẩm mất giá trị. Những thảm họa tự nhiên như động đất, núi lửa, và sóng thần cũng có thể gây ra thiệt hại lớn về cơ sở hạ tầng, làm gián đoạn quá trình thu mua và vận chuyển nông sản.

##### **❖ Thói quen, sở thích và nhận thức về an toàn thực phẩm của người tiêu dùng**

Thói quen, sở thích của người tiêu dùng có ảnh hưởng lớn đến nhu cầu và loại nông sản được ưa chuộng. Ví dụ, người tiêu dùng ở các thành phố lớn có xu hướng ưa

chuộng các sản phẩm hữu cơ, sạch, và có nguồn gốc rõ ràng hơn so với người tiêu dùng ở các khu vực nông thôn. Điều này yêu cầu doanh nghiệp phải điều chỉnh chiến lược sản xuất và thu mua để đáp ứng nhu cầu đa dạng của thị trường.

Ngoài ra, người tiêu dùng ngày càng quan tâm đến nguồn gốc, chất lượng, và an toàn thực phẩm vì vậy các doanh nghiệp cần phải tuân thủ các tiêu chuẩn khắt khe hơn trong quá trình sản xuất và chế biến nông sản. Điều này không chỉ giúp doanh nghiệp đáp ứng nhu cầu của thị trường mà còn xây dựng được uy tín và thương hiệu bền vững.

#### ❖ **Cạnh tranh**

Cạnh tranh giữa các doanh nghiệp là một yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến quyết định thu mua nông sản. Sự cạnh tranh không chỉ dừng lại ở giá cả mà còn liên quan đến chất lượng sản phẩm, dịch vụ hậu mãi và mối quan hệ với nhà cung cấp. Các doanh nghiệp có thể cạnh tranh bằng cách đàm phán giá tốt hơn với nhà cung cấp, cung cấp các điều kiện thanh toán linh hoạt hoặc đầu tư vào dịch vụ hậu mãi để thu hút và giữ chân khách hàng. Trong một thị trường có nhiều đối thủ, doanh nghiệp cần có chiến lược cạnh tranh hiệu quả để duy trì lợi thế của mình.

### **1.3.2 Môi trường bên trong**

#### ❖ **Vốn**

Vốn đóng vai trò quan trọng trong việc thu mua nông sản, nếu doanh nghiệp có nguồn vốn dồi dào sẽ có lợi thế hơn trong việc tận dụng cơ hội kinh doanh, đặc biệt là trong những trường hợp thị trường biến động. Nếu một doanh nghiệp có nguồn vốn yếu, khi đi thu mua không đủ vốn để chi trả hàng hóa sẽ ảnh hưởng đến uy tín và có thể làm gián đoạn quy trình thu mua dẫn đến việc mất cả khách hàng lẫn đối tác.

#### ❖ **Con người**

Chất lượng đội ngũ nhân viên bao gồm trình độ chuyên môn, kinh nghiệm và kỹ năng giao tiếp, đàm phán sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp. Một đội ngũ nhân viên có trình độ cao và được đào tạo bài bản sẽ giúp doanh nghiệp hoạt động trơn tru, giảm thiểu sai sót và tối ưu hóa hiệu suất làm việc.

Ngoài ra, năng lực lãnh đạo và tầm nhìn chiến lược của những người đứng đầu cũng quyết định đến sự thành công của doanh nghiệp. Người đứng đầu dẫn dắt phải có khả năng đưa ra các quyết định nhanh chóng, đúng đắn và kịp thời để dẫn dắt doanh nghiệp vượt qua các thách thức và nắm bắt được cơ hội thị trường.

### ❖ Sản phẩm

Chất lượng sản phẩm là yếu tố quan trọng ảnh hưởng trực tiếp đến uy tín và khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp. Các sản phẩm có chất lượng cao và ổn định sẽ giúp doanh nghiệp xây dựng được lòng tin của khách hàng từ đó mở rộng thị trường tiêu thụ và tăng trưởng bền vững.

Đa dạng sản phẩm: việc đa dạng hóa sản phẩm không chỉ giúp doanh nghiệp giảm thiểu rủi ro mà còn tăng khả năng thích ứng với các biến động của thị trường. Ví dụ như, một doanh nghiệp thu mua trái cây có thể mở rộng danh mục sản phẩm sang nhiều loại rau củ quả khác để đảm bảo nguồn cung cấp ổn định và duy trì hoạt động trong các mùa vụ khác nhau.

## **TÓM TẮT CHƯƠNG 1**

Chương 1 đã cung cấp cơ sở lý luận về hoạt động thu mua nông sản xuất khẩu của doanh nghiệp. Nội dung bao gồm khái niệm về hoạt động thu mua, vai trò và tầm quan trọng của thu mua nông sản nội địa, các hình thức thu mua như thu mua trực tiếp, qua hợp tác xã, hoặc qua sàn giao dịch. Bên cạnh đó, chương này cũng thảo luận về quy trình thu mua nông sản từ việc xác định nhu cầu, tìm kiếm nhà cung cấp, thương lượng, đặt hàng đến theo dõi và đánh giá kết quả. Ngoài ra, chương này còn đề cập đến các yếu tố ảnh hưởng đến thu mua nông sản như môi trường bên ngoài như thời tiết, mùa vụ, thị trường và môi trường bên trong như vốn, nguồn nhân lực, sản phẩm.

# CHƯƠNG 2 PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG THU MUA NÔNG SẢN NỘI ĐỊA TẠI CÔNG TY TNHH XUẤT NHẬP KHẨU THẾ GIỚI XANH

## 2.1 Tổng quan về công ty TNHH Xuất Nhập Khẩu Thế Giới Xanh

### 2.1.1 Thông tin chung về công ty

- Tên doanh nghiệp: Công ty TNHH Xuất Nhập Khẩu Thế Giới Xanh
- Tên viết tắt: TGX
- Tên tiếng anh: Green World Import – Export Company Limited;
- Loại hình doanh nghiệp: Trách nhiệm hữu hạn;
- Giám đốc: Ông Phạm Huy Cường;
- Mã số thuế: 0311446615;
- Địa chỉ trụ sở chính: 37 đường Hồ Đắc Di, phường Tây Thạnh, quận Tân Phú, Thành phố Hồ Chí Minh;
- Số điện thoại: 039493363;
- Fax: 039491332;
- Email: [corporation@greenworldvn.com](mailto:corporation@greenworldvn.com);
- Website: [www.greenworldvn.com](http://www.greenworldvn.com)
- Logo:



Hình 2.1: Logo Công ty TNHH Xuất Nhập Khẩu Thế Giới Xanh

## **2.1.2 Lịch sử hình thành và phát triển của công ty**

Công ty TNHH Xuất Nhập Khẩu Thế Giới Xanh được thành lập vào ngày 29 tháng 12 năm 2011 theo quyết định của Sở Kế hoạch và Đầu tư. Ngay từ những tháng đầu năm 2012, nhận thấy tiềm năng và lợi thế của mặt hàng nông sản chế biến bao gồm giá trị hàng hóa cao, có khả năng xuất khẩu sang nhiều quốc gia trên thế giới và được bảo quản trong quá trình vận chuyển đường dài... Công ty TNHH XNK Thế Giới Xanh đã quyết định tập trung xuất khẩu sang thị trường Trung Á. Song song đó, công ty vẫn duy trì hoạt động kinh doanh xuất khẩu tại các thị trường truyền thống trước đó như Trung Quốc, Indonesia và Malaysia. Đến tháng 7 năm 2012, Thế Giới Xanh tiếp tục mở rộng thị trường sang các nước ở Châu Âu.

Một năm sau đó, Thế Giới Xanh tiếp tục mở rộng thị trường xuất khẩu trái cây tươi sang Bắc Mỹ. Từ năm 2013 đến năm 2015, công ty tập trung đẩy mạnh sản xuất và phát triển các vùng nguyên liệu thô trong nước để đáp ứng nhu cầu xuất khẩu ngày càng tăng.

Kể từ năm 2016 đến nay, công ty không ngừng nâng cao chất lượng sản phẩm cũng như duy trì mối quan hệ tốt đẹp với các đối tác nhập khẩu lâu năm và tích cực tìm kiếm thêm khách hàng mới tại các thị trường tiềm năng. Bên cạnh đó, công ty còn là thành viên tích cực của các tổ chức uy tín như Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI), Hiệp hội Lương thực Việt Nam (VFA) và Hiệp hội Rau quả Việt Nam (Vinafruits).

### **❖ Tầm nhìn**

Tự hào là doanh nghiệp xuất khẩu hàng đầu Việt Nam, Công ty TNHH XNK Thế Giới Xanh luôn cam kết mang đến cho khách hàng sản phẩm chất lượng cao với giá cả cạnh tranh.

Với khẩu hiệu “The top quality is our mission” – “Lấy chất lượng làm uy tín”, Thế Giới Xanh đảm bảo cung cấp cho khách hàng sản phẩm đạt tiêu chuẩn quốc tế thông qua quy trình sản xuất và đóng gói khép kín.

Mục tiêu hàng đầu của công ty là mang đến cho khách hàng chất lượng và dịch vụ hoàn hảo, từ đó góp phần củng cố vị thế là một trong những doanh nghiệp xuất khẩu uy tín hàng đầu Việt Nam.

### 2.1.3 Đặc điểm kinh doanh của Công ty TNHH Xuất Nhập Khẩu Thế Giới Xanh

- Chuyên mua bán và xuất khẩu các mặt hàng nông sản. Ngoài ra, công ty còn đẩy mạnh kinh doanh các mặt hàng thủy hải sản.
- Mặt hàng kinh doanh đa dạng, bao gồm: rau củ quả tươi đã qua chế biến, thực phẩm đông lạnh, thực phẩm khô, thủy hải sản và gia vị.
- Mặt hàng xuất khẩu chủ lực là các loại trái cây, rau củ tươi hoặc đông lạnh như thanh long, bơ, xoài,... và các sản phẩm nông sản đã qua chế biến như cơm dừa, nước thanh long, nước chanh dây, bánh phở,...
- Các sản phẩm của công ty được tiêu thụ rộng rãi tại các thị trường nước ngoài như: Mỹ, Canada, Úc, Hàn Quốc, Đức,...

#### ❖ Một số sản phẩm của công ty:



Hình 2.4: Chanh tươi



Hình 2.3: Ớt bột khô



Hình 2.2: Mít đông lạnh



Hình 2.7: Bánh phở khô



Hình 2.6: Cá cơm khô



Hình 2.5: Chanh dây puree

### 2.1.4 Chức năng và nhiệm vụ của công ty

#### ❖ Chức năng

- Tổ chức tìm kiếm các đối tác nước ngoài;
- Công ty chuyên xuất khẩu trực tiếp các mặt hàng nông sản (trái cây tươi, đông lạnh, sấy dẻo, rau củ và gia vị,...) có nguồn gốc tại Việt Nam ra nước ngoài.
- Bên cạnh sản xuất hàng xuất khẩu, công ty còn cung cấp kiến thức dành cho nông dân trong việc bảo quản và nâng cao chất lượng nguồn nguyên liệu.

Kết quả: đem lại lợi ích kinh tế cho quốc gia bao gồm các nguồn ngoại tệ cho đất nước, giới thiệu chất lượng của các sản phẩm Việt Nam đến thị trường quốc tế.

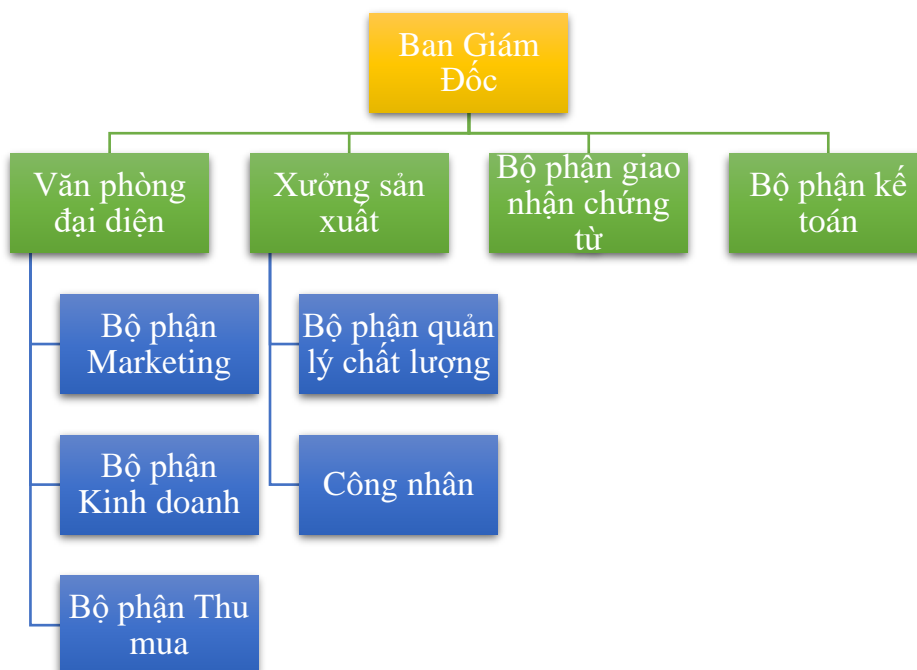
❖ **Nhiệm vụ**

- Nghiêm chỉnh tuân thủ pháp luật, kinh doanh đúng ngành nghề mà công ty đã đăng ký và hoạt động theo đúng mục đích thành lập doanh nghiệp;
- Xây dựng chiến lược phát triển, lên kế hoạch kinh doanh phải phù hợp với nhu cầu, tình hình thị trường, khả năng phát triển của công ty và tổ chức thực hiện chiến lược, kế hoạch đã đề ra
- Hạch toán và báo cáo tài chính trung thực theo đúng chế độ kế toán thống kê theo quy định nhà nước;
- Đảm bảo các biện pháp an toàn vệ sinh thực phẩm và bảo vệ môi trường trong quá trình sản xuất kinh doanh;
- Thực hiện tốt chính sách lao động, tiền lương, tạo môi trường làm việc tốt đẹp, chăm lo cho đời sống tinh thần, bồi dưỡng và nâng cao tay nghề cho đội ngũ nhân viên;
- Góp phần nâng cao giá trị, khẳng định thế mạnh của nông sản Việt Nam trên thị trường quốc tế.

## **2.1.5 Cơ cấu tổ chức của công ty**

### **2.1.5.1 Sơ đồ bộ máy tổ chức**

Cơ cấu của công ty được tổ chức theo mô hình trực tuyến chức năng dựa trên cơ sở đánh giá trực tiếp và gián tiếp bao gồm 03 phòng ban và 01 tổ sản xuất chung dưới sự quản lý của Ban Giám đốc và các phòng chức năng. Theo cơ cấu này, người lãnh đạo cao nhất của công ty được sự giúp đỡ của những người lãnh đạo chức năng để chuẩn bị các quyết định, hướng dẫn và kiểm tra việc thực hiện.



**Sơ đồ 2.1: Sơ đồ bộ máy tổ chức của công ty**

#### 2.1.5.2 Chức năng và nhiệm vụ của các phòng ban chính

**Ban Giám Đốc:** Đại diện công ty cũng như chịu trách nhiệm về mặt pháp luật toàn bộ hoạt động của công ty. Ban Giám Đốc sẽ điều hành, quản lý và quyết định mọi hoạt động của các bộ phận phòng ban, quản lý nhân sự và các chính sách liên quan đến người lao động. Ngoài ra, đây cũng là phòng ban đề ra phòng hướng, kế hoạch kinh doanh của công ty trong mỗi quý.

**Văn phòng đại diện:** Người đứng đầu là quản lý văn phòng, chịu trách nhiệm điều hành sản xuất theo yêu cầu của Ban Giám Đốc. Xưởng sẽ căn cứ vào tình hình thực tế do bộ phận kinh doanh đưa ra và sản xuất.

**Bộ phận kế toán tài chính:** Đây là bộ phận tham mưu cho Ban Giám Đốc về việc điều hành tài chính và xây dựng kế hoạch, quản lý tài chính và thu chi. Ngoài ra, đây cũng là bộ phận chịu trách nhiệm tổ chức, giám sát và lập ngân sách hoạt động cho công ty; tổng hợp, thống kê các số liệu về tài chính để cung cấp nhanh, chính xác theo yêu cầu của Ban Giám Đốc.

**Nhân viên chứng từ:** Đây là bộ phận tiếp nhận thông tin và lập chứng từ theo yêu cầu của khách hàng. Nhân viên chứng từ cần theo dõi tiến độ thực hiện xuất nhập khẩu trong và ngoài nước, lưu trữ chứng từ về lô hàng và các giấy tờ khác sau khi đã hoàn thành lô hàng.

**Nhân viên giao nhận:** Bộ phận này hỗ trợ nhân viên chứng từ trong việc hoàn thiện các chứng từ xuất nhập khẩu và thực hiện việc giao nhận hàng hóa theo đúng yêu cầu của cô hàng mà công ty đã ký kết. Ngoài ra, nhân viên giao nhận cần kiểm tra thực tế hàng hóa sau khi giao và nhận hàng tại cảng; giải quyết các vấn đề phát sinh trong quá trình giao nhận hàng hóa xuất khẩu.

**Bộ phận thu mua:** Bộ phận thu mua đóng vai trò quan trọng trong hoạt động kinh doanh của công ty, nhân viên làm việc ở bộ phận này có trách nhiệm tìm kiếm, đánh giá và lựa chọn nhà cung cấp nguyên liệu uy tín, đảm bảo cung cấp sản phẩm đến khách hàng với chất lượng cao và giá cả tốt nhất; kiểm tra chất lượng trong khâu sản xuất trước khi hàng hóa đến tay khách hàng và có trách nhiệm đảm bảo sản phẩm đúng quy cách, chất lượng và yêu cầu của công ty.

### 2.1.6 Kết quả hoạt động kinh doanh của công ty trong 3 năm 2021 – 2023

Công ty TNHH XNK Thế Giới Xanh từ khi hoạt động đến nay chủ yếu kinh doanh xuất khẩu các mặt hàng nông sản bao gồm tất cả các loại trái cây tươi, gia vị, sản phẩm đã qua chế biến cho thị trường nước ngoài.

Như mục tiêu đã được đưa ra từ khi lên kế hoạch thành lập công ty, Thế Giới Xanh luôn cố gắng mang đến cho khách hàng những sản phẩm và dịch vụ chất lượng, đảm bảo tiêu chuẩn quốc tế để có thể duy trì được mối quan hệ với khách hàng và phát triển như hiện nay.

Nhờ sự nhiệt huyết, cam kết đảm bảo cho khách hàng có được sản phẩm và dịch vụ tốt khi lựa chọn công ty, Thế Giới Xanh đã và đang khẳng định thế mạnh xuất khẩu nông sản của công ty và Việt Nam.

Sau đây là kết quả hoạt động kinh doanh trong giai đoạn 2021 – 2023.

#### ❖ Hoạt động kinh doanh

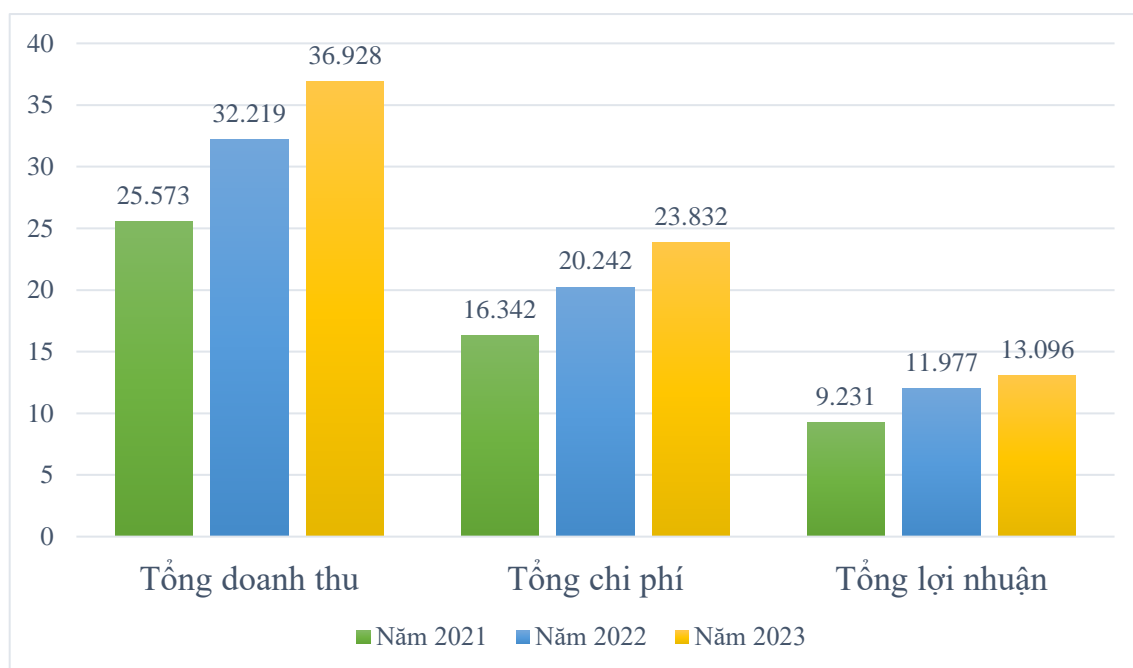
*Đơn vị: triệu đồng*

**Bảng 2.1: Kết quả hoạt động kinh doanh của công ty giai đoạn 2021-2023**

Chỉ tiêu	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023
<b>Tổng doanh thu</b>	25.573	32.219	36.928
<b>Tổng chi phí</b>	16.342	20.242	23.832
<b>Tổng lợi nhuận</b>	9.231	11.977	13.096

*(Phòng Kế toán công ty)*

Đơn vị: triệu đồng



**Biểu đồ 2.1: Kết quả hoạt động kinh doanh của công ty giai đoạn 2021-2023**

(Nguồn: Phòng Kế toán công ty)

#### **✚ Nhận xét**

**Về doanh thu:** dựa vào biểu đồ cho thấy kết quả kinh doanh của Công ty TNHH XNK Thế Giới Xanh có xu hướng tăng theo từng năm. Cụ thể, tổng doanh thu năm 2021 đạt 25.573 triệu đồng. Năm 2022 đạt 32.219 triệu đồng, tăng 25.9% so với năm 2021. Năm 2023 đạt 36.928, tăng 14.6% so với năm 2022. Do dịch bệnh Covid-19, người tiêu dùng tại các thị trường Châu Á có xu hướng quan tâm nhiều hơn đến sức khỏe và lựa chọn thực phẩm an toàn, chất lượng cao mà nông sản tại Việt Nam (trong đó có Thế Giới Xanh) có chất lượng tốt và giá cả hợp lý dẫn đến việc tăng doanh thu.

**Về chi phí:** Tổng chi phí năm 2021 đạt 16.342 triệu đồng. Năm 2022 đạt 20.242 triệu đồng, tăng 23.8% so với năm 2021. Năm 2023 đạt 23.832 triệu đồng, tăng 17.7 so với năm 2022. Nguyên nhân làm cho chi phí tăng là do nhu cầu vận tải hàng hóa trên toàn cầu tăng do sự phục hồi kinh tế sau đại dịch mà nguồn cung ứng container và tàu biển còn hạn chế làm cho giá cước vận tải tăng, ngoài ra còn do giá nguyên liệu đầu vào cho việc sản xuất nông nghiệp có xu hướng tăng làm ảnh hưởng đến chi phí sản xuất.

**Về lợi nhuận:** Tổng lợi nhuận năm 2021 đạt 9.231 triệu đồng. Năm 2022 đạt 11.977 triệu đồng, tăng 29.7% so với năm 2021. Năm 2023 đạt 13.096 triệu đồng, tăng 9.3% so với năm 2022. Nguyên nhân lợi nhuận tăng là mặc dù chi phí cũng tăng dần

qua các năm, tuy nhiên một số quốc gia sản xuất nông sản lớn trên thế giới như Trung Đông, Brazil,... đang đối mặt với hạn hán, dịch bệnh khiến nguồn cung cấp bị giảm sút tạo điều kiện cho giá nông sản tăng cao trên thị trường quốc tế, mà Thế Giới Xanh đã nâng cao năng lực cạnh tranh của mình bằng cách thỏa mãn nhu cầu của khách hàng khi cung cấp sản phẩm chất lượng cao và đáp ứng tiêu chuẩn quốc tế nên ký kết được các hợp đồng xuất khẩu với giá tốt.

Nhờ hội nhập kinh tế, nhu cầu xuất nhập khẩu hàng hóa tăng cao mang lại nhiều cơ hội cho các doanh nghiệp xuất khẩu trong đó có Công ty TNHH XNK Thế Giới Xanh, công ty đã tiếp cận được nhiều khách hàng hơn nhưng cũng đảm bảo được chất lượng, tạo dựng niềm tin và uy tín trên thị trường từ đó mang lại doanh thu cho công ty. Qua đó ta thấy được rằng hoạt động kinh doanh tại công ty đã gặt hái nhiều thành công và được thể hiện qua hiệu quả hoạt động và lợi nhuận của công ty.

❖ **Các sản phẩm chính**

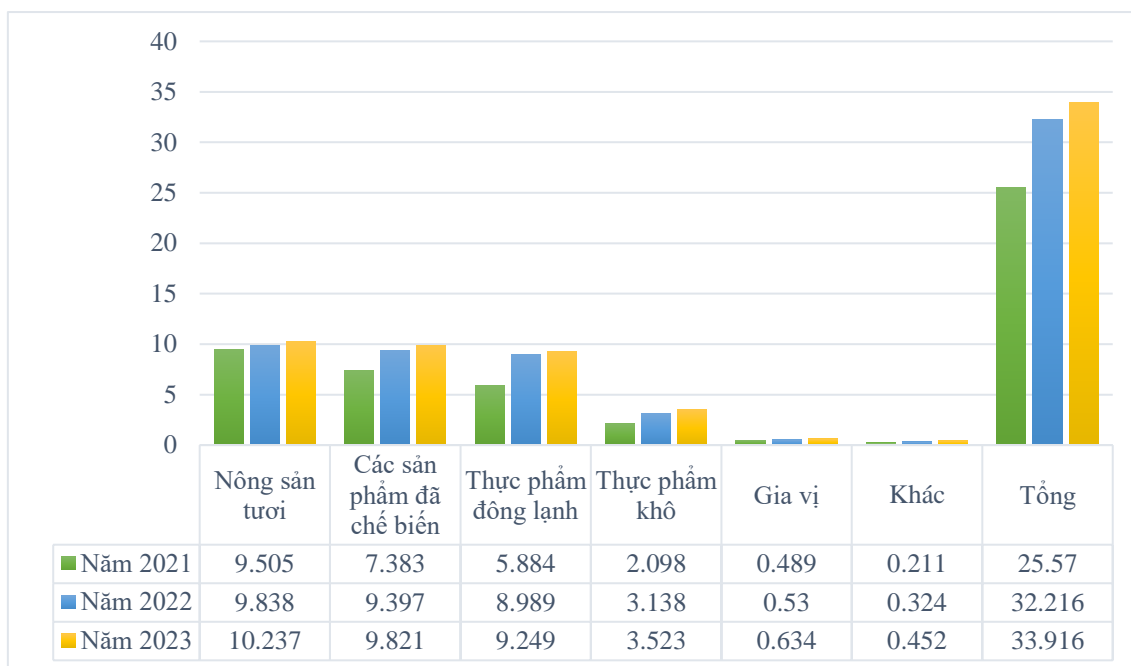
*Đơn vị: triệu đồng*

**Bảng 2.2: Số liệu các sản phẩm xuất khẩu chính**

Sản phẩm	Năm		
	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023
Nông sản tươi	9.505	9.838	10.237
Các sản phẩm đã chế biến	7.383	9.397	9.821
Thực phẩm đông lạnh	5.884	8.989	9.249
Thực phẩm khô	2.098	3.138	3.523
Gia vị	0.489	0.530	0.634
Khác	0.211	0.324	0.452
<b>Tổng</b>	<b>25.57</b>	<b>32.216</b>	<b>33.916</b>

*(Nguồn: Phòng kế toán công ty)*

Đơn vị: triệu đồng



**Biểu đồ 2.2: Biểu đồ các sản phẩm xuất khẩu chính**

(Nguồn: Phòng Kế toán công ty)

#### ✚ Nhận xét

Nhìn vào biểu đồ ta có thể thấy rằng mỗi năm công ty đều có sự thay đổi tích cực, giá trị xuất khẩu của các mặt hàng chính của Công ty TNHH Xuất Nhập Khẩu Thế Giới Xanh trong giai đoạn từ năm 2021 – 2023 đều có xu hướng tăng.

**Nông sản tươi:** giá trị xuất khẩu đều trong cả 3 năm. Giai đoạn 2021 – 2022 tăng 3.5%, cụ thể năm 2021 đạt 9.505 triệu đồng và năm 2022 đạt 9.838 triệu đồng. Giai đoạn 2022 – 2023 tăng 4.1%, cụ thể năm 2023 đạt 10.237 triệu đồng. Các sản phẩm nông sản tươi chủ yếu gồm ổi, xoài, chanh dây, măng cầu,...

**Các sản phẩm đã chế biến:** giá trị xuất khẩu các sản phẩm đã chế biến cũng có xu hướng tăng trong cả 3 năm, từ 7.383 triệu đồng năm 2021 lên 9.821 triệu đồng năm 2023. Cụ thể, năm 2022 đạt 9.397 triệu đồng tăng 27.27% so với năm 2021 và năm 2023 tăng nhẹ 4.5% so với năm 2022. Các mặt hàng đã chế biến bao gồm ổi sấy, xoài sấy, cóc sấy,...

**Thực phẩm đông lạnh:** giá trị xuất khẩu thực phẩm đông lạnh cũng tăng đều đặn trong cả 3 năm, từ 5.884 triệu đồng năm 2021 lên 9.249 triệu đồng năm 2023. Cụ thể, năm 2022 đạt 8.989 triệu đồng tăng mạnh 52.8% so với năm 2021 và năm 2023

cũng tăng nhẹ 2.9% so với năm 2022. Các mặt hàng thực phẩm đông lạnh bao gồm ôi đông lạnh, chanh dây đông lạnh,...

**Thực phẩm khô:** Giá trị xuất khẩu thực phẩm khô tăng mạnh trong giai đoạn 2021-2023, từ 2.098 triệu đồng năm 2021 lên 3.523 triệu đồng năm 2023. Cụ thể, năm 2022 đạt 3.138 triệu đồng và tăng 49.6% so với năm 2021, năm 2023 tăng 12.3% so với năm 2022. Các mặt hàng thực phẩm khô bao gồm tinh bột sắn, bột nghệ, gừng khô,...

**Gia vị:** Giá trị xuất khẩu gia vị cũng có xu hướng tăng trong giai đoạn 2021-2023, từ 0.489 triệu đồng năm 2021 lên 0.634 triệu đồng năm 2023. Cụ thể, năm 2022 đạt 0.53 triệu đồng tăng 8.4% so với năm 2021 và năm 2023 tăng 19.6% so với năm 2022. Các mặt hàng gia vị bao gồm ớt nguyên trái đông lạnh, hành tây bào, chanh, tỏi nguyên tép sấy khô,...

**Khác:** Giá trị xuất khẩu các mặt hàng nông sản khác cũng có xu hướng tăng trong giai đoạn 2021 – 2023, từ 0.211 triệu đồng năm 2021 lên 0.452 triệu đồng năm 2023. Cụ thể, năm 2022 đạt 0.324 triệu đồng tăng 53.5% so với năm 2021 và năm 2023 tăng 67.3% so với năm 2022. Các mặt hàng khác như ớt chuông đông lạnh, ớt tươi,...

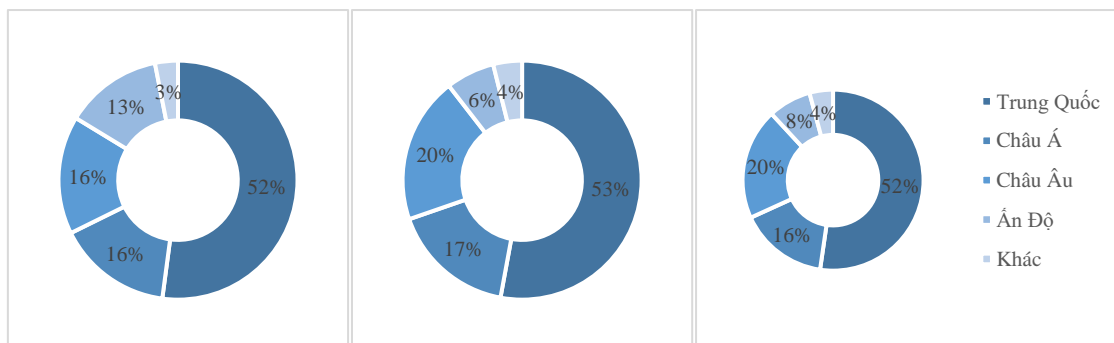
❖ **Thị trường xuất khẩu**

*Đơn vị: phần trăm*

**Bảng 2.3: Thị trường xuất khẩu nông sản giai đoạn 2021 - 2023**

<b>Năm</b>	<b>Năm 2021</b>	<b>Năm 2022</b>	<b>Năm 2023</b>
<b>Thị trường</b>			
<b>Trung Quốc</b>	52.1	52.9	52.3
<b>Châu Á</b>	15.6	16.8	15.9
<b>Châu Âu</b>	16.0	19.8	19.9
<b>Ấn Độ</b>	13.2	6.6	7.7
<b>Khác</b>	3.1	3.9	4.2
<b>Tổng</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*(Nguồn: Phòng Kế toán công ty)*



**Biểu đồ 2.3: Biểu đồ thị trường xuất khẩu nông sản giai đoạn 2021 - 2023**

(Nguồn: Phòng Kế toán công ty)

### ✚ Nhận xét

Qua biểu đồ thị trường xuất khẩu nông sản của công ty Thế Giới Xanh trong giai đoạn 2021-2023. Có thể nhận ra rằng, nhìn chung thị trường xuất khẩu nông sản của công ty Thế Giới Xanh có sự thay đổi trong giai đoạn 2021-2023.

**Trung Quốc:** là thị trường xuất khẩu lớn nhất của công ty Thế Giới Xanh trong cả 3 năm, tuy nhiên tỷ trọng xuất khẩu sang thị trường này có xu hướng giảm nhẹ từ 52.1% năm 2021 xuống 52.3% năm 2023.

**Thị trường Châu Á:** là thị trường xuất khẩu lớn thứ hai của công ty Thế Giới Xanh, tỷ trọng xuất khẩu sang thị trường này có xu hướng tăng nhẹ từ 15.6% năm 2021 lên 15.9% năm 2023.

**Châu Âu:** là thị trường xuất khẩu lớn thứ ba của công ty Thế Giới Xanh, tỷ trọng xuất khẩu sang thị trường này có xu hướng tăng nhẹ từ 16.0% năm 2021 lên 19.9% năm 2023.

**Thị trường Ấn Độ:** Là thị trường xuất khẩu có tỷ trọng giảm mạnh nhất trong giai đoạn 2021 – 2023, từ 13.2% năm 2021 xuống 7.7% năm 2023.

**Thị trường khác:** là thị trường xuất khẩu có tỷ trọng nhỏ nhất, tuy nhiên tỷ trọng xuất khẩu sang thị trường này có xu hướng tăng nhẹ từ 3.1% năm 2021 lên 4.2% năm 2023.

## 2.2 Phân tích hoạt động thu mua nông sản tại Việt Nam

### 2.2.1 Tình hình thu mua nông sản tại Việt Nam

Nông nghiệp là một trong những ngành quan trọng nhất của Việt Nam. Giống như một cái cây lớn, nông nghiệp nuôi sống cả đất nước. Nhờ nông nghiệp, chúng ta mới có đủ gạo ăn, có rau củ quả tươi ngon và nhiều loại nông sản khác để xuất khẩu.

Không chỉ vậy, nông nghiệp còn giúp cho cuộc sống của người dân ở nông thôn trở nên ổn định. Nói cách khác, nông nghiệp là trụ cột vững chắc của nền kinh tế và xã hội Việt Nam.”

Trong những năm gần đây, các hiệp định thương mại tự do như CPTPP, EVFTA và RCEP đã mở ra nhiều cơ hội cho xuất khẩu nông sản của Việt Nam. Tuy nhiên, những thách thức như các yêu cầu khắt khe và sự cạnh tranh gay gắt từ các nước cũng đòi hỏi ngành nông nghiệp phải cải thiện năng lực cạnh tranh và chất lượng sản phẩm.

Theo số liệu từ Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn (MARD), giá trị xuất khẩu nông sản của Việt Nam năm 2023 đạt hơn 53 tỷ USD nhờ các sản phẩm chủ lực từ nông sản. Các mặt hàng chủ lực từ gạo, rau quả mà một số mặt hàng khác như cà phê và hạt điều đã góp phần đưa Việt Nam trở thành một trong những nước xuất khẩu hàng đầu thế giới. Nhờ điều kiện tự nhiên thuận lợi và nguồn nhân lực dồi dào ngành nông nghiệp Việt Nam có khả năng cạnh tranh mạnh mẽ trên thị trường quốc tế.

**Gạo:** Việt Nam là một trong những quốc gia xuất khẩu gạo hàng đầu thế giới với sản lượng xuất khẩu gạo năm 2023 đạt khoảng 8.1 triệu tấn tương đương 4.7 tỷ USD. Gạo Việt Nam đã được xuất khẩu đến hơn 150 quốc gia và vùng lãnh thổ, trong đó có các thị trường chính là Philippines, Trung Quốc, Ghana, Indonesia,...

**Cà phê:** Việt Nam đứng thứ hai trên thế giới về xuất khẩu cà phê với 1.6 triệu tấn cà phê được xuất khẩu năm 2023, đạt giá trị 4.2 tỷ USD. Cà phê Robusta của Việt Nam được ưa chuộng tại nhiều thị trường lớn như Đức, Hoa Kỳ, Ý,...

**Hạt điều:** Việt Nam duy trì vị thế là quốc gia xuất khẩu hạt điều lớn nhất thế giới. Năm 2023, Việt Nam xuất khẩu khoảng 644.000 tấn hạt điều trị giá 3.6 tỷ USD với các thị trường chính bao gồm Hoa Kỳ, Trung Quốc và Hà Lan.

**Rau củ quả:** rau củ quả trái cây là một trong những sản phẩm nông sản có giá trị xuất khẩu cao với tổng kim ngạch đạt 5.6 tỷ USD trong năm 2023. Các loại trái cây như sầu riêng, thanh long, xoài và rau củ như ớt, khoai lang,... được ưa chuộng tại các thị trường Trung Quốc, EU và Hàn Quốc

**Thủy sản:** Thủy sản là một ngành xuất khẩu chủ lực của Việt Nam với kim ngạch đạt gần 9.0 tỷ USD trong năm 2023. Các sản phẩm chủ lực bao gồm tôm, cá tra, cá ngừ và các loại sản phẩm khác với thị trường xuất khẩu chính là Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc,...

## **2.2.2 Cơ hội và thách thức đối với hoạt động thu mua nông sản Việt Nam**

Ngành nông nghiệp Việt Nam với vai trò quan trọng trong nền kinh tế quốc gia, nông nghiệp không chỉ đảm bảo nguồn cung lương thực mà còn đóng góp lớn vào kim ngạch xuất khẩu và GDP, tạo công ăn việc làm cho hàng triệu người lao động. Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế, đặc biệt là sự tham gia vào các hiệp định thương mại tự do (FTA) như CPTPP, EVFTA và RCEP, hoạt động thu mua nông sản tại Việt Nam đã và đang trải qua những thay đổi sâu rộng. Những cơ hội mới mở ra đã thúc đẩy sự phát triển mạnh mẽ của ngành nông sản đồng thời cũng đặt ra những thách thức không nhỏ cho các doanh nghiệp và nông dân.

Cơ hội mà các FTA mang lại là rất lớn, tạo điều kiện thuận lợi cho nông sản Việt Nam thâm nhập vào các thị trường quốc tế khó tính đồng thời cải thiện chất lượng sản phẩm và nâng cao giá trị gia tăng. Tuy nhiên, cùng với đó là những thách thức đến từ quy mô sản xuất nhỏ lẻ, thiếu thông tin thị trường, vốn còn hạn chế, các vấn đề biến đổi khí hậu, chất lượng sản phẩm và thị trường cạnh tranh... Để tận dụng và vượt qua được thách thức thì cần có sự hợp tác chặt chẽ giữa nông dân và doanh nghiệp hướng tới một chuỗi giá trị bền vững và hiệu quả cho ngành nông sản Việt Nam.

### **❖ Cơ hội**

Trong bối cảnh ngành nông nghiệp Việt Nam đang ngày càng hội nhập sâu rộng vào thị trường thế giới thì các mô hình hợp tác xã sản xuất đã trở thành yếu tố quan trọng để nâng cao hiệu quả sản xuất và thu mua nông sản. Khi các tiêu chuẩn và yêu cầu từ khách hàng ngày càng cao đã thúc đẩy các hợp tác xã phải tạo ra những sản phẩm chất lượng cao để có thể đáp ứng được khách hàng đồng thời cũng nâng cao tay nghề cho người dân và mang lại nguồn thu nhập ổn định và lâu dài. Ngoài ra, cũng tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp trong việc thu mua số lượng lớn nông sản với chi phí giao dịch thấp. Đối với doanh nghiệp, hợp tác xã là nơi giúp doanh nghiệp tiếp cận trực tiếp với người dân giúp giảm thiểu rủi ro về nguồn cung và đảm bảo xuất khẩu.

Ngoài ra, nhu cầu tiêu dùng nông sản sạch và hữu cơ tại Việt Nam cũng đang ngày càng tăng khi người tiêu dùng bắt đầu quan tâm đến chất lượng và an toàn thực phẩm. Đây là một cơ hội lớn cho các doanh nghiệp trong việc thu mua và phát triển sản phẩm nông sản đạt tiêu chuẩn sạch và hữu cơ để hướng đến các phân khúc thị trường cao cấp hơn. Thêm vào đó, doanh nghiệp cũng tiến hành hợp tác với các trang trại, hộ

nông dân để triển khai mô hình sản xuất nông sản sạch theo tiêu chuẩn quốc tế song song đó cũng xây dựng thương hiệu nông sản Việt Nam ở thị trường nội địa và quốc tế.

Có thể thấy rằng, Việt Nam là quốc gia có nhiều vùng miền với các loại nông sản đặc trưng theo từng vùng như xoài cát nổi tiếng ở Hòa Lộc, thanh long ở Bình Thuận,... Doanh nghiệp có thể tận dụng nguồn nguyên liệu với số lượng lớn từ các tỉnh đặc trưng và tạo ra các sản phẩm có giá trị cao hơn thông qua quá trình chế biến, đóng gói để phát triển thành các sản phẩm nông sản thành những thương hiệu quốc tế đồng thời mở rộng thị trường xuất khẩu và tăng khả năng cạnh tranh.

#### ❖ **Thách thức**

Hiện nay, biến đổi khí hậu là một trong những thách thức lớn nhất đối với ngành nông nghiệp trên toàn cầu và Việt Nam cũng không phải là ngoại lệ. Những thay đổi về thời tiết như lũ lụt, hạn hán và nhiệt độ thay đổi thất thường đã ảnh hưởng nghiêm trọng đến quá trình sản xuất nông nghiệp, sản lượng nông sản có thể bị biến động khi mùa vụ thất thường gây khó khăn cho doanh nghiệp trong việc xây dựng kế hoạch thu mua. Ngoài ra, chất lượng sản phẩm cũng bị ảnh hưởng khi thời tiết không thuận lợi dẫn đến việc trì hoãn hoạt động sản xuất và khả năng đáp ứng các tiêu chuẩn của thị trường quốc tế.

Một thách thức rất lớn đối với hoạt động thu mua nông sản tại Việt Nam là chất lượng sản phẩm không đồng đều do quy trình sản xuất, bảo quản và vận chuyển còn nhiều hạn chế khi người dân Việt Nam vẫn chủ yếu áp dụng các phương thức canh tác truyền thống, chưa tiếp cận đầy đủ với công nghệ tiên tiến dẫn đến chất lượng sản phẩm không đồng đều và điều này không chỉ gây khó khăn trong việc đảm bảo chất lượng đồng nhất khi thu mua mà còn ảnh hưởng đến uy tín của ngành nông sản Việt Nam trên thị trường quốc tế.

Hơn nữa, thị trường nông sản luôn có sự cạnh tranh gay gắt và không chỉ có ở các doanh nghiệp trong nước mà còn từ các đối thủ quốc tế, các nước láng giềng như Thái Lan và Trung Quốc có nhiều lợi thế về quy mô sản xuất, chất lượng và thương hiệu uy tín đã được khẳng định trên thị trường quốc tế hay các nước có chi phí thấp đến từ Châu Phi đã làm ảnh hưởng đến sự đòi hỏi từ khách quốc tế về giá cả thấp nhưng chất lượng phải cao. Tình hình này đã gây áp lực rất lớn đến doanh nghiệp Việt Nam trong việc duy trì năng lực cạnh tranh về giá cả và chất lượng đồng thời cũng đòi hỏi các doanh nghiệp Việt Nam phải liên tục cải tiến công nghệ để nâng cao chất lượng sản

phẩm và tìm kiếm các giải pháp đột phá để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của thị trường.

## 2.3 Tình hình thu mua nông sản nội địa để xuất khẩu tại Công ty TNHH Xuất Nhập Khẩu Thế Giới Xanh

### 2.3.1 Kim ngạch xuất khẩu nông sản tại Công ty TNHH Xuất Nhập Khẩu Thế Giới Xanh

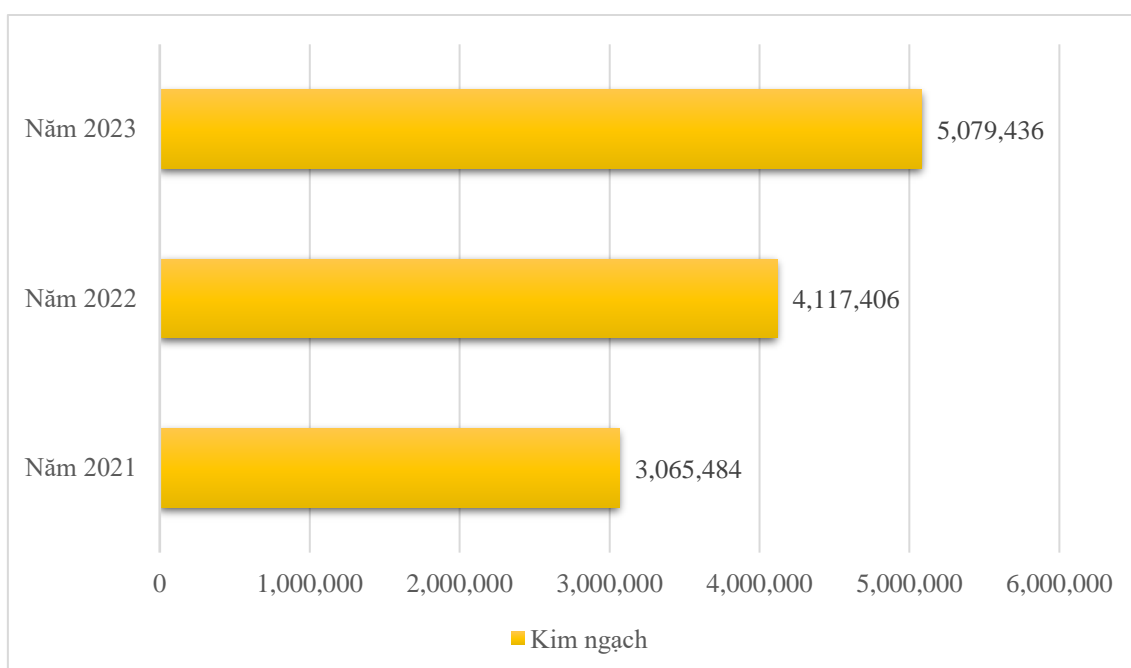
*Đơn vị tính: tỷ đồng*

**Bảng 2.4: Kim ngạch xuất khẩu nông sản 2021 – 2023**

Năm	Kim ngạch
2021	3.065.484
2022	4.117.406
2023	5.079.436

*(Nguồn: Phòng Kế toán Công ty)*

*Đơn vị: tỷ đồng*



**Biểu đồ 2.4: Biểu đồ kim ngạch xuất khẩu nông sản 2021 – 2023**

*(Nguồn: Phòng Kế toán Công ty)*

#### **✚ Nhận xét**

Dựa vào biểu đồ kim ngạch xuất khẩu trên của công ty qua các năm ta có thể thấy rằng kim ngạch tăng dần trong giai đoạn 2021 – 2023. Cụ thể, năm 2021 kim ngạch xuất

khẩu đạt 3.065.484 tỷ đồng. Năm 2022 kim ngạch xuất khẩu đạt 4.117.406 tỷ đồng, tăng 34,42% so với năm 2021 và năm 2023 kim ngạch xuất khẩu đạt 5.079.436 tỷ đồng, tăng 23,49% so với năm 2022 và tăng 66,08% so với năm 2021.

Kim ngạch xuất khẩu nông sản của công ty đã chứng kiến sự tăng trưởng mạnh mẽ trong giai đoạn 2021-2023. Điều này cho thấy công ty đã áp dụng những chiến lược xuất khẩu hiệu quả, giúp tăng cường khả năng cạnh tranh trên thị trường quốc tế. Những con số tăng trưởng ấn tượng cho thấy sự thành công trong việc mở rộng thị trường và nâng cao chất lượng sản phẩm.

Mặc dù kim ngạch xuất khẩu tiếp tục tăng qua từng năm nhưng tốc độ tăng trưởng có xu hướng giảm dần. Cụ thể, mức tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu nông sản bằng đường biển của công ty trong giai đoạn này lần lượt là 66,08% vào năm 2021, 34,42% vào năm 2022, và 23,49% vào năm 2023. Sự giảm dần trong tốc độ tăng trưởng này có thể là dấu hiệu cho thấy công ty cần phải tìm ra những biện pháp mới để duy trì và thúc đẩy xuất khẩu trong tương lai.

Hiện nay, thị trường xuất khẩu nông sản bằng đường biển của công ty chủ yếu tập trung vào các quốc gia như Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, Hoa Kỳ và các nước thuộc Liên minh châu Âu (EU). Để giảm thiểu rủi ro và nâng cao khả năng cạnh tranh, công ty cần tiếp tục đa dạng hóa thị trường xuất khẩu. Việc mở rộng thị trường sang các quốc gia khác không chỉ giúp giảm sự phụ thuộc vào một số ít thị trường mà còn mở ra những cơ hội mới để tăng trưởng doanh thu và lợi nhuận.

Chất lượng sản phẩm là yếu tố then chốt quyết định khả năng cạnh tranh của sản phẩm nông sản trên thị trường quốc tế. Công ty cần tiếp tục đầu tư vào nâng cao chất lượng sản phẩm nông sản xuất khẩu để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao và đa dạng của các thị trường quốc tế. Việc đảm bảo chất lượng sản phẩm không chỉ giúp giữ chân khách hàng hiện tại mà còn thu hút thêm nhiều khách hàng tiềm năng, từ đó củng cố vị thế của công ty trên thị trường toàn cầu.

### 2.3.2 Cơ cấu mặt hàng nông sản của Công ty TNHH Xuất Nhập Khẩu Thế Giới Xanh

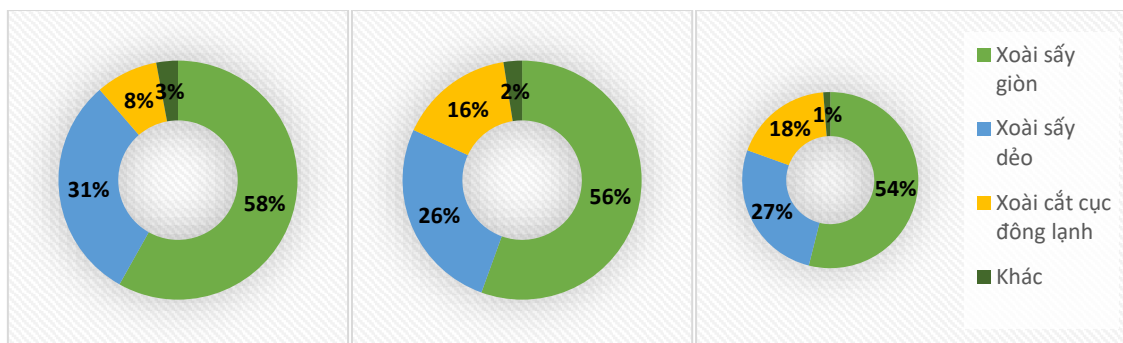
Đơn vị tính: tỷ đồng

**Bảng 2.5: Cơ cấu mặt hàng nông sản**

Mặt hàng	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023
Xoài sấy giòn	1.782.587	2.286.342	2.587.347
Xoài sấy dẻo	934.671	1.085.347	1.275.875
Xoài cắt cục đông lạnh	258.754	642.842	874.372
Khác	89.472	102.875	341.842
<b>Tổng</b>	<b>3.065.484</b>	<b>4.117.406</b>	<b>5.079.436</b>

(Nguồn: Phòng Kế toán Công ty)

Đơn vị tính: %



**Biểu đồ 2.5: Cơ cấu mặt hàng nông sản giai đoạn 2021 - 2023**

(Nguồn: Phòng Kế toán Công ty)

#### **✚ Nhận xét**

Biểu đồ dưới đây thể hiện cơ cấu mặt hàng nông sản của công ty trong giai đoạn 2021 – 2023. Biểu đồ được trình bày dưới dạng hình tròn, chia thành bốn phân khúc chính: Xoài sấy giòn, Xoài sấy dẻo, Xoài cắt cục đông lạnh và các sản phẩm khác. Mỗi phân khúc biểu thị tỷ trọng của chúng trong tổng doanh thu của công ty qua các năm. Xoài sấy giòn là mặt hàng có doanh thu cao nhất trong giai đoạn 2021 – 2023, chiếm tỷ trọng lần lượt là 58%, 56% và 54% trong tổng doanh thu của công ty. Doanh thu của mặt hàng này: Tăng trưởng đều đặn qua từng năm, với mức tăng trưởng lần lượt là 28,5% vào năm 2021, 13,2% vào năm 2022 và 26,5% vào năm 2023. Nguyên nhân là do nhu cầu tiêu dùng xoài sấy giòn của người dân ngày càng tăng. Điều này có thể là do hương vị hấp dẫn và sự tiện lợi của sản phẩm cùng với chiến lược marketing hiệu quả

của công ty. Ngoài ra, công ty đã đầu tư mạnh vào quảng bá sản phẩm, mở rộng kênh phân phối, và cải thiện chất lượng sản phẩm để đáp ứng nhu cầu thị trường.

Xoài sấy dẻo là mặt hàng có doanh thu lớn thứ hai trong giai đoạn 2021 – 2023, chiếm tỷ trọng lần lượt là 31%, 27% và 26% trong tổng doanh thu của công ty. Doanh thu của mặt hàng này tăng trưởng đều đặn trong cả ba năm, với mức tăng trưởng lần lượt là 16,3% vào năm 2021, 17,9% vào năm 2022 và 3,3% vào năm 2023. Nguyên nhân là do sự phổ biến của xu hướng tiêu dùng thực phẩm lành mạnh và tiện lợi. Công ty đã cải thiện chất lượng sản phẩm, nâng cao quy trình sản xuất, và đa dạng hóa sản phẩm để đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng bao gồm việc đầu tư vào nghiên cứu và phát triển để tạo ra các sản phẩm mới, cải tiến bao bì và tăng cường chiến lược tiếp thị.

Xoài cắt cục đông lạnh là mặt hàng có doanh thu tăng trưởng mạnh nhất trong giai đoạn 2021 – 2023, với mức tăng trưởng lần lượt là 148,7% vào năm 2021, 35,3% vào năm 2022 và 35,7% vào năm 2023. Doanh thu của mặt hàng này tuy còn thấp nhưng có tiềm năng phát triển lớn trong tương lai. Sản phẩm này đáp ứng nhu cầu tiêu dùng thực phẩm tiện lợi và nhanh chóng, một xu hướng ngày càng phổ biến trong xã hội hiện đại. Nguyên nhân là do công ty đã nhanh chóng bắt kịp xu hướng tiêu dùng thực phẩm tiện lợi, đồng thời mở rộng thị trường xuất khẩu sang các quốc gia khác. Sự tăng trưởng mạnh mẽ này có thể là kết quả của việc đầu tư vào công nghệ bảo quản và vận chuyển, đảm bảo sản phẩm giữ nguyên chất lượng khi đến tay người tiêu dùng.

Biểu đồ cho ta thấy cơ cấu mặt hàng nông sản của công ty đã có sự thay đổi tích cực trong giai đoạn 2021 – 2023. Các mặt hàng có giá trị gia tăng cao như Xoài sấy giòn và Xoài sấy dẻo đang ngày càng chiếm tỷ trọng lớn trong tổng doanh thu của công ty. Điều này phản ánh công ty đang đi đúng hướng trong việc nâng cao giá trị sản phẩm và tăng sức cạnh tranh trên thị trường.

## **2.4 Quy trình thu mua xoài sấy dẻo để xuất khẩu tại Công ty TNHH Xuất Nhập Khẩu Thế Giới Xanh**

### **2.4.1 Thông tin cơ bản về đơn hàng**

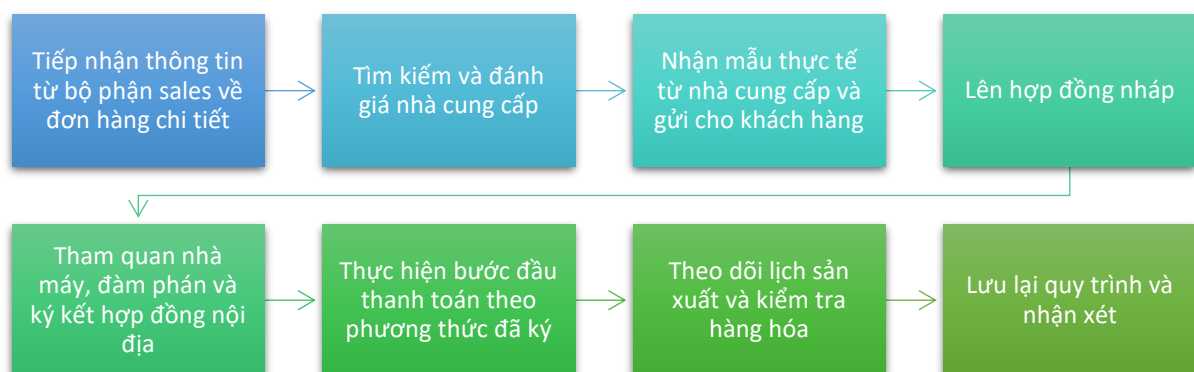
- Thông tin cơ bản về đơn hàng xoài sấy dẻo như sau:
- Tên mặt hàng: Xoài Sấy Dẻo 5% đường
- Số lượng: 1 cont 40ft ~ 20 tấn
- Độ ẩm: 18 – 20%
- Đóng gói: 4kgs/túi và 16kgs/thùng (thùng in ấn cơ bản)

- Số thùng: 1.250 thùng carton
- Chất lượng: xoài ngọt, không chua, không sượng, màu vàng tươi và không bị sẫm
- Hạn sử dụng: 12 tháng
- Số hợp đồng: GW-GE04/2024
- Ngày ký: 19 tháng 04 năm 2024
- Giao hàng: Cảng Cát Lái



**Hình 2.8: Xoài sấy dẻo**

#### 2.4.2 Quy trình thu mua xoài sấy dẻo để xuất khẩu tại Công ty TNHH Xuất Nhập Khẩu Thế Giới Xanh



**Sơ đồ 2.2: Quy trình thu mua xoài sấy dẻo tại công ty**

### **Bước 1: Tiếp nhận thông tin từ bộ phận sales về đơn hàng chi tiết**

Khi nhận được yêu cầu mua hàng từ khách hàng đối với một sản phẩm cụ thể, bộ phận sales sẽ bắt đầu thu thập các thông tin chi tiết về đơn hàng. Những thông tin này sẽ được chuyển đến bộ phận thu mua để tiến hành kiểm tra nguồn cung cấp và báo giá. Trong trường hợp khách hàng là người mới nhập khẩu hoặc chưa có nhiều kinh nghiệm với sản phẩm, bộ phận sales sẽ thông báo cho bộ phận thu mua để kiểm tra kỹ lưỡng và cung cấp thông tin cần thiết cho khách hàng.

Đôi khi, thông tin mà bộ phận sales cung cấp có thể chưa đầy đủ hoặc chưa rõ ràng. Khi đó, bộ phận thu mua sẽ liên hệ trực tiếp với nhà cung cấp có nhiều kinh nghiệm để được tư vấn chi tiết và đảm bảo thông tin cung cấp cho khách hàng là đầy đủ và chính xác.

### **Bước 2: Tìm kiếm và đánh giá nhà cung cấp**

Sau khi nhận được thông tin đơn hàng chi tiết với các yêu cầu về số lượng, đóng gói,... từ bộ phận sales thì bộ phận thu mua tiến hành tìm kiếm và đánh giá nhà cung cấp để lựa chọn ra nhà cung cấp có thể đáp ứng được các yêu cầu của khách, nguồn hàng đảm bảo và năng lực sản xuất với giá tốt. Quá trình tìm kiếm có thể thông qua internet hoặc các nhà cung cấp đã có sẵn trong tài liệu của công ty, nếu là nhà cung cấp đã từng hợp tác thì bộ phận thu mua tiến hành gửi đơn hàng chi tiết và yêu cầu báo giá để tính giá cho khách hàng. Nếu là nhà cung cấp mới cần hỏi thông tin về năng lực sản xuất một ngày để xem có đủ đáp ứng đơn hàng lớn không và yêu cầu gửi hình ảnh sản phẩm và nhà máy để đánh giá mức độ tiềm năng của nhà cung cấp. Quá trình này được thực hiện để tìm ra các nhà cung cấp phù hợp để tiến hành bàn sâu hơn cũng như thiện chí hợp tác lâu dài.

### **Bước 3: Nhận mẫu thực tế từ nhà cung cấp và gửi cho khách hàng**

Sau khi công ty đã lựa chọn được nhà cung cấp phù hợp và khách hàng đồng ý với báo giá được đề xuất, bước tiếp theo là yêu cầu nhà cung cấp gửi mẫu sản phẩm. Những mẫu này phải được làm dựa trên các yêu cầu cụ thể mà khách hàng đã cung cấp và mẫu được gửi sẽ giống lô hàng thực tế giao cho khách hàng. Quá trình này không chỉ đánh giá được khả năng của nhà cung cấp mà còn để công ty lưu lại mẫu sản phẩm tại công ty để so sánh với lô hàng thực tế sau này.

Sau khi nhận được mẫu, công ty sẽ tiến hành đóng gói và gửi mẫu này đến cho khách hàng để họ kiểm tra và xác nhận. Đây là một bước quan trọng nhằm đảm bảo rằng

sản phẩm mà khách hàng sẽ nhận được đáp ứng đúng yêu cầu mà khách đã cung cấp. Khi khách hàng hài lòng với mẫu sản phẩm, công ty mới bắt đầu soạn thảo hợp đồng nháp để đàm phán với nhà cung cấp.

#### **Bước 4: Lên hợp đồng nháp**

Sau khi đã lựa chọn được nhà cung cấp phù hợp, bộ phận thu mua sẽ bắt đầu soạn thảo một bản hợp đồng nháp bao gồm các thông tin cơ bản như thông tin chi tiết về nhà cung cấp và công ty cũng như các thông tin liên quan đến đơn hàng, yêu cầu của khách hàng, phương thức giao hàng, trách nhiệm của mỗi bên, thanh toán và quy định chung để đảm bảo tính rõ ràng và minh bạch trong quá trình hợp tác.

Tuy nhiên, điều quan trọng nhất trong bản hợp đồng nháp này chính là các yêu cầu cụ thể của khách hàng và phương thức thanh toán giữa hai bên vì đây là những yếu tố quan trọng trong buổi đàm phán với đối tác. Bộ phận thu mua sẽ phối hợp chặt chẽ với ban giám đốc để tiến hành đàm phán để đảm bảo rằng mọi điều khoản trong hợp đồng đều được thảo luận và thống nhất mang lại lợi ích cho cả hai bên trước khi đi đến bước ký kết hợp đồng chính thức

#### **Bước 5: Tham quan nhà máy, đàm phán và ký hợp đồng nội địa**

Nếu nhà cung cấp là đối tác mới và chưa từng hợp tác với công ty trước đây, doanh nghiệp sẽ có một chuyên tham quan trực tiếp nhà máy của nhà cung cấp. Mục tiêu của chuyên tham quan này là để đánh giá chính xác quy mô và năng lực sản xuất để đảm bảo rằng những thông tin mà nhà cung cấp đã đưa ra là chính xác. Sau khi đã chắc chắn và tin tưởng vào khả năng của nhà cung cấp, hai bên sẽ thực hiện bước tiếp theo là đàm phán và ký hợp đồng. Trong bước này, công ty luôn hướng đến một thỏa thuận và xây dựng mối quan hệ win-win nhằm đảm bảo rằng mỗi bên đều đạt được những mục tiêu kinh doanh của mình.

Kết quả cuối cùng của buổi đàm phán sẽ là việc ký kết hợp đồng giữa hai bên để đánh dấu sự khởi đầu cho mối quan hệ hợp tác lâu dài và bền vững. Nếu là nhà cung cấp cũ thì sẽ thực hiện theo như đơn hàng lần trước nếu không có bất kỳ vấn đề nào phát sinh giữa hai bên, nếu có sẽ tiến hành đàm phán lại và kết quả cuối cùng vẫn là ký hợp đồng.

#### **Bước 6: Thực hiện bước đầu của thanh toán theo phương thức đã ký**

Công ty thực hiện thanh toán theo các điều khoản đã được thỏa thuận và ghi rõ trong hợp đồng. Tổng số tiền cần thanh toán cho lô hàng này là 2.400.000.000 VNĐ.

Đối với nhà cung cấp lâu năm, công ty chia thành hai đợt thanh toán: đợt đầu tiên thanh toán 40% tổng giá trị đơn hàng tương đương 960.000.000 VNĐ và đợt thứ hai, thanh toán 60% còn lại tức là 1.440.000.000 VNĐ ngay sau khi hàng hóa được giao đến Cảng Cát Lái.

Tuy nhiên, nếu đối tác là nhà cung cấp mới công ty sẽ có phương án thanh toán khác để đảm bảo an toàn và kiểm soát rủi ro. Cụ thể, công ty sẽ đặt cọc trước một khoản tiền, ví dụ 200.000.000 VNĐ ngay sau khi ký hợp đồng. Sau đó, khoản thanh toán còn lại sẽ được chia thành nhiều đợt nhỏ hơn để công ty có thể đánh giá lại mức độ tin cậy của nhà cung cấp trong suốt quá trình hợp tác. Nếu nhà cung cấp mới đáp ứng đầy đủ các yêu cầu và đảm bảo chất lượng, các đơn hàng tiếp theo sẽ được thanh toán ít đợt hơn để tiện lợi cho cả hai bên.

### **Bước 7: Theo dõi lịch sản xuất và kiểm tra hàng hóa**

Sau khi hợp đồng được ký kết, mặc dù đã có lịch trình cụ thể cho ngày bắt đầu sản xuất và ngày giao hàng dự kiến nhưng bộ phận thu mua vẫn luôn theo dõi và liên hệ với nhà cung cấp để xác nhận lại lịch trình làm hàng để đảm bảo rằng mọi giai đoạn sản xuất đều diễn ra đúng tiến độ. Bộ phận thu mua sẽ thường xuyên đến nhà máy để giám sát quá trình sản xuất và kiểm tra kỹ lưỡng từng giai đoạn để đảm bảo sản phẩm đáp ứng đầy đủ các yêu cầu và chất lượng đúng như khách đã đưa ra từ ban đầu. Đồng thời, bộ phận thu mua cũng chụp ảnh và cập nhật tình hình sản xuất cho khách hàng để họ nắm rõ tiến độ cho đơn hàng.

Nếu trong quá trình giám sát có phát hiện bất kỳ sự sai lệch nào giữa sản phẩm thực tế và các yêu cầu ban đầu của khách hàng, bộ phận thu mua sẽ ngay lập tức liên hệ với nhà cung cấp để yêu cầu điều chỉnh kịp thời. Mục tiêu là đảm bảo sản phẩm cuối cùng hoàn toàn tuân theo các thỏa thuận đã được đàm phán trong hợp đồng. Trong trường hợp quá trình sản xuất diễn ra suôn sẻ, bộ phận thu mua tiếp tục theo dõi tiến độ hàng ngày để đảm bảo mọi thứ vẫn đi đúng tiến độ để tránh tình trạng hàng hóa chưa được sản xuất và đóng gói xong khi đến hạn giao hàng vì điều này có thể ảnh hưởng nghiêm trọng đến uy tín của công ty.

### **Bước 8: Lưu lại quy trình và nhận xét**

Sau khi đã kiểm tra hàng hóa kỹ lưỡng và hàng đã được giao ra Cảng đúng như thỏa thuận, bộ phận thu mua sẽ quay trở lại văn phòng để tiến hành các công việc tiếp theo. Trước hết, bộ phận thu mua sẽ tạo một file chi tiết về quy trình sản xuất tại nhà

máy mà đã quan sát được trong quá trình đi công tác để công ty lưu trữ lại thông tin đồng thời bộ phận thu mua cũng sẽ nhận xét và đánh giá toàn bộ quy trình sản xuất tại nhà máy. Trong nhận xét sẽ ghi chép lại những ưu điểm nổi bật của nhà cung cấp chẳng hạn như khả năng đáp ứng tiến độ và chất lượng sản phẩm hay thậm chí là thiện chí xử lý các yêu cầu của công ty, đồng thời cũng chỉ ra những nhược điểm, những vấn đề đã phát sinh trong quá trình sản xuất và cách khắc phục các vấn đề đó.

Thông tin này là nguồn tư liệu quý giá cho các nhân viên khác trong công ty khi không trực tiếp quan sát quy trình sản xuất và nhờ bản ghi chép này, các nhân viên sẽ có cái nhìn rõ để lần sau đi kiểm tra hàng hóa sẽ chú ý những vấn đề đã gặp để đảm bảo rằng vấn đề đó sẽ không lặp lại và cũng để cho nhân viên của công ty có thể xem và biết được tình hình về lô hàng để tránh lặp lại những sai sót đó.

## **TÓM TẮT CHƯƠNG 2**

Chương 2 tôi đã tập trung vào việc phân tích thực trạng hoạt động thu mua nông sản nội địa của Công ty TNHH Xuất Nhập Khẩu Thế Giới Xanh. Chương này giới thiệu tổng quan về công ty bao gồm lịch sử hình thành, cơ cấu tổ chức và kết quả kinh doanh trong 3 năm gần đây. Ở chương này cũng đi sâu vào phân tích tình hình thu mua nông sản tại Việt Nam cùng với đó là những cơ hội và thách thức đối với hoạt động thu mua nông sản xuất khẩu. Thực trạng thu mua của công ty được đánh giá qua các yếu tố như kim ngạch xuất khẩu, cơ cấu mặt hàng và quy trình thu mua xoài sấy dẻo để xuất khẩu.

# **CHƯƠNG 3 GIẢI PHÁP NÂNG CAO HOẠT ĐỘNG THU MUA NÔNG SẢN TẠI CÔNG TY TNHH XUẤT NHẬP KHẨU THẾ GIỚI XANH**

## **3.1 Nhận xét hoạt động thu mua nông sản nội địa để xuất khẩu tại Công ty TNHH Xuất Nhập Khẩu Thế Giới Xanh**

### **3.1.1 Ưu điểm**

#### ***3.1.1.1 Tính minh bạch và rõ ràng***

Quy trình thu mua được chia thành các bước cụ thể, từ việc tiếp nhận thông tin đơn hàng, tìm kiếm và đánh giá nhà cung cấp, đến việc kiểm tra hàng hóa và đánh giá quy trình sản xuất. Mỗi bước đều có những yêu cầu và trách nhiệm rõ ràng giúp đảm bảo rằng không có chi tiết nào bị bỏ sót. Ví dụ, việc yêu cầu mẫu từ nhà cung cấp và gửi cho khách hàng để kiểm tra trước khi ký hợp đồng là một bước quan trọng giúp giảm thiểu rủi ro phát sinh trong quá trình giao dịch và bước này không chỉ đảm bảo chất lượng sản phẩm mà còn giúp xây dựng niềm tin và sự hài lòng của khách hàng đối với công ty.

#### ***3.1.1.2 Khả năng linh hoạt trong việc xử lý các đơn hàng***

Một điểm mạnh khác của quy trình là khả năng điều chỉnh phương thức thanh toán tùy thuộc vào việc nhà cung cấp là đối tác cũ hay mới. Với nhà cung cấp mới, công ty có thể đặt cọc trước một khoản tiền và chia thành nhiều đợt thanh toán để kiểm soát rủi ro. Hành động này không chỉ giúp bảo vệ lợi ích của công ty mà còn tạo điều kiện để nhà cung cấp chứng tỏ năng lực sản xuất và xây dựng mối quan hệ hợp tác lâu dài. Chính sự linh hoạt này đã giúp công ty giảm thiểu rủi ro tài chính và duy trì sự ổn định trong hoạt động thu mua.

#### ***3.1.1.3 Giám sát chặt chẽ và đảm bảo chất lượng***

Bộ phận thu mua của công ty luôn duy trì sự giám sát chặt chẽ từ khi bắt đầu quá trình sản xuất cho đến khi hàng hóa được giao ra Cảng. Điều này giúp đảm bảo rằng sản phẩm cuối cùng đáp ứng đầy đủ các yêu cầu của khách hàng đồng thời cũng giúp công ty kịp thời phát hiện và xử lý các vấn đề phát sinh trong quá trình sản xuất. Việc chụp ảnh và cập nhật tình hình sản xuất cho khách hàng là một minh chứng rõ ràng về sự chuyên nghiệp và cam kết của công ty trong việc đảm bảo chất lượng sản phẩm.

### **3.1.1.4 Đánh giá và cải tiến liên tục**

Bộ phận thu mua ghi chép lại quy trình sản xuất và nhận xét về ưu nhược điểm của nhà cung cấp là một phần quan trọng của quy trình này. Đây không chỉ là một công cụ để cải tiến quy trình sản xuất mà còn là nguồn tư liệu quý giá cho công ty trong việc đào tạo nhân viên và tránh các sai sót trong tương lai. Tinh thần cầu tiến và sự chuyên nghiệp của Thế Giới Xanh được thể hiện rõ qua việc không ngừng đánh giá và cải thiện quy trình của mình.

### **3.1.2 Nhược điểm**

#### **3.1.2.1 Chưa có hệ thống cập nhật từ phòng sales sang thu mua**

Khi phụ thuộc chủ yếu vào trao đổi trực tiếp giữa hai bên khiến cho việc đối chứng và so sánh thông tin trở nên khó khăn và dễ dẫn đến sai sót trong quá trình thu mua đồng thời có thể khiến bộ phận thu mua không đáp ứng đúng yêu cầu của khách hàng dẫn đến hậu quả làm giảm doanh thu và ảnh hưởng tiêu cực đến hoạt động của công ty. Ngoài ra, do không có bất kỳ văn bản hay giấy tờ nào được gửi qua nên công ty không có cơ sở chính thức để kiểm chứng hay giải quyết khi có tranh chấp làm tăng rủi ro trong quá trình vận hành.

#### **3.1.2.2 Phụ thuộc nhiều vào nhà cung cấp**

Mặc dù quy trình của công ty đã bao gồm nhiều bước kiểm soát chất lượng nhưng vẫn có sự phụ thuộc lớn vào nhà cung cấp, đặc biệt là ở các giai đoạn đầu như kiểm tra nguồn cung và nhận mẫu sản phẩm. Điều này có thể gây ra sự chậm trễ và ảnh hưởng đến uy tín của công ty nếu nhà cung cấp không đáp ứng được các yêu cầu về chất lượng hoặc tiến độ. Chẳng hạn, nếu nhà cung cấp không tuân thủ đúng cam kết về thời gian giao hàng thì công ty có thể đối mặt với nguy cơ bị mất hợp đồng hoặc phải chịu phạt từ phía khách hàng.

#### **3.1.2.3 Nguy cơ bị trễ tiến độ**

Mặc dù quy trình giám sát chặt chẽ nhưng vẫn có nguy cơ xảy ra trễ tiến độ nếu nhà cung cấp không tuân thủ đúng lịch trình hoặc nếu có sự cố bất ngờ trong quá trình sản xuất, đặc biệt quan trọng đối với các đơn hàng lớn hoặc các đơn hàng có yêu cầu về thời gian giao hàng gấp. Nếu không có các biện pháp dự phòng kịp thời, công ty có thể đối mặt với các khoản phạt hoặc mất lòng tin từ khách hàng đồng thời ảnh hưởng đến mối quan hệ hợp tác lâu dài.

### ***3.1.2.4 Tham quan nhà máy tốn kém và không phải lúc nào cũng hiệu quả***

Đối với các nhà cung cấp ở xa thì việc sắp xếp tham quan nhà máy có thể gây tốn kém về chi phí đi lại và thời gian, Hơn nữa, một chuyến tham quan ngắn có thể không đủ để đánh giá toàn diện về năng lực sản xuất và chất lượng của nhà cung cấp dẫn đến rủi ro trong việc lựa chọn đối tác. Ví dụ, trong trường hợp nhà cung cấp có thể che giấu những vấn đề về quy trình sản xuất hoặc chất lượng sản phẩm khiến công ty chỉ phát hiện vấn đề sau khi đã ký hợp đồng và sản phẩm đã sản xuất.

### ***3.1.2.5 Rủi ro thanh toán trước khi nhận hàng***

Khi công ty phải đặt cọc một phần giá trị đơn hàng trước khi nhận hàng mà nhà cung cấp không giao hàng đúng hạn như hợp đồng hoặc sản phẩm không đạt yêu cầu sẽ rất khó trong việc thu hồi lại khoản tiền hoặc mất thời gian nhờ bên thứ ba giải quyết tranh chấp. Trong trường hợp thu hồi lại được vốn nhưng sản phẩm không giao đúng hạn có thể làm mất uy tín của công ty với khách hàng khi giao hàng không đúng hạn hoặc chấp nhận giao đúng hạn nhưng sản phẩm không đạt yêu cầu có thể dẫn đến việc đền bù tổn thất và mất khách hàng. Rủi ro này xảy ra khá cao khi làm việc với nhà cung cấp mới khi chưa đủ tin cậy.

## **3.2 Mục tiêu phát triển và nhiệm vụ trong những năm tới**

### **3.2.1 Mục tiêu chung của toàn công ty**

Trong những năm tới, Công ty TNHH Xuất Nhập Khẩu Thế Giới Xanh đặt ra mục tiêu trở thành doanh nghiệp dẫn đầu trong lĩnh vực xuất khẩu nông sản tại Việt Nam. Công ty không chỉ tập trung vào việc mở rộng quy mô mà còn tập trung nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ để mang lại sự hài lòng cho khách hàng. Để đạt được điều này, công ty sẽ đẩy mạnh chiến lược tiếp thị quốc tế đưa thương hiệu Thế Giới Xanh tiếp cận nhiều thị trường hơn như Bắc Mỹ, Nhật Bản,.... Do đó, tham gia vào các hội chợ thương mại là điều cần thiết để giúp công ty gặp gỡ đối tác, hiểu hơn về yêu cầu của các thị trường tiềm năng mới và xây dựng mối quan hệ bền vững với các khách hàng lớn. Đồng thời, công ty cũng đặt ra mục tiêu nâng cao chất lượng quy trình thu mua để đảm bảo sản phẩm luôn đáp ứng các yêu cầu khắt khe nhất về chất lượng và an toàn thực phẩm.

Ngoài ra, công ty sẽ đầu tư vào chiến lược tiếp thị kỹ thuật số thông qua các kênh truyền thông quốc tế như Alibaba, website chính thức với thương hiệu không chỉ gắn liền với chất lượng sản phẩm mà còn cam kết bền vững với khách hàng. Mục tiêu này

được đề ra từ trước đến nay nhằm bảo tạo ra sự khác biệt và nâng cao uy tín của công ty trong mắt người tiêu dùng toàn cầu và hiện tại công ty cần quảng bá mạnh hơn để được nhiều khách hàng biết đến hơn nữa.

Bên cạnh đó, công ty sẽ tiếp tục mở rộng danh mục sản phẩm. Công ty không chỉ tập trung vào các loại sản phẩm nông sản truyền thống mà còn phát triển thêm nhiều sản phẩm hơn nữa như thực phẩm chế biến và các sản phẩm hữu cơ. Việc đa dạng hóa sản phẩm không chỉ giúp công ty tối ưu hóa lợi nhuận mà còn tăng khả năng thích ứng với các yêu cầu đa dạng của thị trường quốc tế. Điều này sẽ giúp công ty duy trì sự ổn định và tăng trưởng bền vững trong môi trường cạnh tranh ngày càng khốc liệt.

### **3.2.2 Mục tiêu của bộ phận mua hàng trong những năm tới**

Bộ phận thu mua đóng vai trò quan trọng trong việc đảm bảo nguồn cung cấp đảm bảo chất lượng cho khách hàng giúp công ty duy trì năng lực cung cấp và đáp ứng nhu cầu của thị trường quốc tế. Mục tiêu của bộ phận thu mua trong những năm tới bao gồm việc xây dựng hệ thống nhà cung cấp bền vững đáp ứng được yếu tố cung cấp về số lượng và chất lượng sản phẩm nông sản.

Một trong những ưu tiên hàng đầu của bộ phận thu mua là tiếp tục cải tiến quy trình đánh giá và lựa chọn nhà cung cấp với việc kiểm soát chặt chẽ các tiêu chí về chất lượng, thời gian giao hàng và giá cả để giảm thiểu các rủi ro xảy ra trong quá trình sản xuất và giao hàng cho khách hàng.

Bên cạnh việc đảm bảo nguồn cung, bộ phận này cũng cần đặt ra mục tiêu tìm kiếm nhiều nhà cung cấp uy tín và xây dựng mối quan hệ tốt để cùng phát triển bền vững, đôi bên cùng có lợi. Mục tiêu này không chỉ giúp đảm bảo nguồn cung cấp ổn định mà còn góp phần phát triển cộng đồng nông dân và nền kinh tế nông nghiệp Việt Nam.

## **3.3 Kiến nghị một số giải pháp cơ bản để khắc phục và nâng cao hiệu quả hoạt động thu mua nông sản tại Công ty TNHH Xuất Nhập Khẩu Thế Giới Xanh**

### **3.3.1 Triển khai hệ thống quản lý thông tin (ERP)**

Hệ thống ERP (Enterprise Resource Planning) là một giải pháp cho việc quản lý và cập nhật thông tin giữa các phòng ban trong doanh nghiệp. Khi triển khai hệ thống ERP sẽ giúp tự động hóa quy trình truyền tải thông tin từ bộ phận sales sang bộ phận thu mua, thông tin khách hàng yêu cầu như số lượng, chất lượng, thời gian giao hàng sẽ

được cập nhật vào hệ thống và các bên liên quan ngay lập tức giúp giảm thiểu sai sót do thông tin bị thiếu hoặc không đồng bộ.

Ngoài ra, ERP cho phép lưu trữ và truy cập các thông tin dưới dạng điện tử tạo ra một nền tảng dữ liệu toàn diện để đối chiếu và kiểm chứng khi cần, đặc biệt là khi có sự thay đổi từ phía khách hàng hoặc cần xử lý các tranh chấp về yêu cầu thu mua. Khi có hệ thống ERP, mọi thay đổi đều được ghi lại một cách rõ ràng giúp bộ phận thu mua dễ dàng kiểm tra và điều chỉnh ngay lập tức mà không cần phải thông qua nhiều bước liên hệ trực tiếp với phòng sales.

### **3.3.2 Xây dựng quy trình truyền đạt thông tin rõ ràng bằng văn bản**

Nếu việc triển khai hệ thống ERP chưa khả thi do yêu cầu chi phí và thời gian thì công ty có thể xây dựng một quy trình truyền đạt thông tin bằng văn bản cũng là một giải pháp khả thi và hữu ích. Thay vì chỉ trao đổi trực tiếp qua điện thoại hoặc gặp gỡ, bộ phận sales cần phải gửi yêu cầu mua hàng (Purchase Order) hoặc bảng báo giá giúp công ty và bộ phận thu mua có cơ sở đối chứng và giúp đảm bảo thông tin được truyền đạt chính xác và không bị thiếu sót.

Ngoài ra, việc lưu trữ thông tin bằng văn bản giúp công ty có cơ sở đối chiếu trong trường hợp xảy ra sai sót hoặc có tranh chấp xảy ra. Nếu có sự khác biệt giữa yêu cầu của khách hàng và sản phẩm mà công ty cung cấp thì việc kiểm tra lại các mail hoặc thông tin văn bản đã trao đổi sẽ giúp xác định lỗi phát sinh ở đâu và ai chịu trách nhiệm.

Hoặc khi sử dụng quy trình văn bản sẽ giúp giảm thiểu sai sót trong thông tin truyền đạt giữa các phòng ban. Chẳng hạn như, khi bộ phận sales gửi yêu cầu cho bộ phận thu mua thì tất cả các thông tin như số lượng, loại hàng và giá cả đều phải được ghi rõ ràng trong mail hoặc tài liệu nội bộ và chỉ khi có xác nhận từ hai bên thì quy trình thu mua mới được thực hiện giúp tránh tình trạng hiểu nhầm và đảm bảo mọi thông tin đều được lưu lại và đối chiếu khi cần.

### **3.3.3 Đa dạng hóa nguồn cung cấp và xây dựng mối quan hệ với nhiều nhà cung cấp**

Đa dạng hóa nguồn cung cấp là một giải pháp quan trọng giúp công ty giảm bớt sự phụ thuộc quá mức vào một số nhà cung cấp cố định từ đó giảm thiểu rủi ro chậm trễ hoặc đứt gãy trong chuỗi cung ứng. Khi công ty chỉ dựa vào một vài đối tác thì sẽ dễ bị ảnh hưởng nếu nhà cung cấp gặp khó khăn về chất lượng sản phẩm hoặc có quá nhiều đơn hàng làm cho nhà cung cấp không thể giao hàng nhanh chóng và nếu khách hàng

của công ty cần hàng gấp thì không thể đáp ứng được. Ngoài ra, các yếu tố thời tiết, điều kiện tự nhiên cũng tác động trực tiếp đến chất lượng sản phẩm nên công ty cần có nhiều nhà cung cấp để có thể linh hoạt hơn trong việc lựa chọn nguồn cung đồng thời tạo ra sự cạnh tranh lành mạnh giữa các nhà cung cấp để đảm bảo giá cả và chất lượng luôn ở mức tốt nhất.

Không những thế, việc đa dạng nguồn cung cũng giúp công ty tối ưu hóa quy trình thu mua. Khi có nhiều lựa chọn khác nhau, công ty có thể tìm kiếm đối tác phù hợp với yêu cầu của từng đơn hàng, thời gian giao hàng ngắn cũng như chất lượng sản phẩm cao và giá cả cạnh tranh. Ví dụ, với những đơn hàng cần gấp, công ty có thể ưu tiên những nhà cung cấp gần hoặc có khả năng đáp ứng nhanh chóng ở thời điểm đó hoặc khi có những đơn hàng ít áp lực về thời gian, công ty cũng có thể chọn nhà cung cấp có giá thành tốt để dễ cạnh tranh với đối thủ.

Ngoài ra, việc mở rộng mạng lưới nhà cung cấp cũng tạo cơ hội xây dựng mối quan hệ lâu dài đối với các đối tác mới. Khi công ty hợp tác với nhiều nhà cung cấp thì có thể đánh giá hiệu suất của từng đối tác qua các đơn hàng nhỏ trước khi đi đến hợp tác các đơn hàng lớn và cũng tạo cơ hội cho các nhà cung cấp chứng tỏ năng lực và khả năng cam kết về chất lượng, tiến độ giao hàng. Đối với công ty, việc phát triển mối quan hệ lâu dài với những nhà cung cấp đáng tin cậy sẽ giúp đảm bảo nguồn cung ổn định đồng thời giảm thiểu rủi ro phải tìm kiếm các đối tác mới mỗi khi có nhu cầu phát sinh.

#### **3.3.4 Nâng cao chất lượng kiểm soát quy trình thu mua**

Một trong những điểm yếu thường gặp của các doanh nghiệp xuất khẩu là khả năng kiểm soát chất lượng trong suốt quá trình thu mua và sản xuất. Đối với công ty TNHH Xuất Nhập Khẩu Thế Giới Xanh việc kiểm soát chất lượng từ khâu thu mua nguyên liệu đến khâu giao hàng là rất quan trọng để đảm bảo sản phẩm đạt tiêu chuẩn quốc tế. Do đó, một giải pháp hiệu quả để giảm bớt sự phức tạp và tốn thời gian trong quá trình giám sát sản xuất là ủy quyền cho các nhân viên có năng lực tại nhà máy thay vì yêu cầu bộ phận thu mua phải theo dõi tất cả các giai đoạn sản xuất, công ty có thể đào tạo và giao nhiệm vụ cho các nhân viên giám sát. Những nhân viên này sẽ đảm nhận vai trò tiếp tục giám sát chất lượng và tiến độ giúp giảm áp lực cho bộ phận thu mua của công ty. Nhờ đó, quy trình giám sát sẽ trở nên đơn giản và hiệu quả hơn đồng thời tăng cường sự chủ động và chuyên nghiệp trong quá trình quản lý sản xuất.

Bên cạnh đó, việc ủy quyền giám sát cho nhân viên tại nhà máy không chỉ giúp tiết kiệm thời gian mà còn nâng cao hiệu suất công việc. Những người trực tiếp tham gia vào quá trình sản xuất thường có hiểu biết sâu về quy trình, nguyên liệu và các yêu cầu kỹ thuật. Khi được giao quyền giám sát, họ có thể nhanh chóng phát hiện và giải quyết vấn đề phát sinh giúp quy trình không bị gián đoạn và đảm bảo sản phẩm cuối cùng vẫn đạt tiêu chuẩn mà công ty yêu cầu.

Hơn nữa, việc ủy quyền sẽ giúp công ty quản lý tốt hơn khi có nhiều đơn hàng. Đối với các đơn hàng lớn và phức tạp, việc theo dõi từng chi tiết của quy trình sản xuất có thể trở nên quá tải nếu chỉ có bộ phận thu mua đảm nhận. Bằng cách trao quyền cho những nhân viên có kinh nghiệm, công ty có thể giám sát sản xuất đồng thời ở nhiều điểm khác nhau mà không gây ra tình trạng quá tải cho một đội ngũ duy nhất. Đây cũng là cách để đảm bảo rằng chất lượng và tiến độ của các đơn hàng luôn được duy trì một cách ổn định.

Cuối cùng, việc ủy quyền còn giúp giảm bớt áp lực cho nhân viên thu mua, nâng cao tinh thần làm việc và cải thiện chất lượng công việc thay vì bị cuốn vào các công việc giám sát chi tiết và tốn thời gian họ có thể tập trung vào các nhiệm vụ khác mà công ty giao cho như đánh giá đối tác, tìm kiếm nguồn cung mới,... giúp tăng hiệu quả làm việc và góp phần phát triển cho công ty dài hạn.

### **3.3.5 Xây dựng kế hoạch dự phòng và đảm bảo tiến độ giao hàng**

Trong bối cảnh thị trường nông sản luôn biến động thì việc xây dựng kế hoạch dự phòng là một việc cần thiết đối với bất kỳ doanh nghiệp nào. Kế hoạch dự phòng sẽ giúp công ty đối phó với những tình huống khẩn cấp chẳng hạn như nguồn cung cấp bị gián đoạn do thời tiết xấu hoặc dịch bệnh hay là sự thay đổi bất ngờ về nhu cầu của khách hàng.

Kế hoạch dự phòng có thể là việc có một vài nhà cung cấp khác dự phòng thay vì chỉ phụ thuộc vào một số đối tác nhất định để có thể dễ dàng chuyển đổi nguồn cung khi cần thiết giúp giảm bớt áp lực khi thị trường nông sản bị biến động về giá cả hoặc sản lượng. Hơn nữa, việc duy trì mối quan hệ tốt với các đối tác dự phòng cũng giúp công ty có lợi thế khi đàm phán với các điều kiện hợp tác, tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động kinh doanh.

Xây dựng các biện pháp dự phòng không chỉ giúp đảm bảo sự ổn định trong hoạt động thu mua mà còn là cách để công ty khẳng định cam kết về chất lượng và tiến độ

với khách hàng. Những biện pháp này góp phần củng cố mối quan hệ hợp tác lâu dài đồng thời giảm thiểu các rủi ro có thể xảy ra như bị phạt vì không đáp ứng đúng cam kết. Bằng cách chuẩn bị kỹ lưỡng và có các phương án dự phòng, công ty sẽ luôn trong tư thế chủ động và sẵn sàng xử lý mọi tình huống không lường trước giúp duy trì uy tín và vị thế trên thị trường.

Bên cạnh đó, việc phân chia đơn hàng thành nhiều giai đoạn khác nhau cũng là một biện pháp giúp đảm bảo tiến độ. Thay vì chờ hoàn thành toàn bộ để giao hàng cho khách, công ty có thể sắp xếp giao hàng từng phần cho khách hàng giúp giảm áp lực cho nhà cung cấp và công ty trong việc đảm bảo tiến độ giao hàng và tạo lòng tin từ phía khách hàng, đặc biệt là các đơn hàng có giá trị lớn hoặc yêu cầu khẩn cấp.

Ngoài việc chuẩn bị về nguồn cung, công ty cũng cần có các biện pháp dự phòng trong quy trình sản xuất và giao hàng. Ví dụ, thời tiết không thuận lợi hoặc có các yếu tố làm gián đoạn quá trình vận chuyển thì công ty cũng cần lên kế hoạch cho việc thay đổi phương thức vận chuyển. Việc chuẩn bị kỹ lưỡng như vậy sẽ giúp công ty duy trì hoạt động sản xuất và giao hàng đúng hạn giúp giảm thiểu rủi ro và bảo vệ uy tín trên thị trường quốc tế.

## **TÓM TẮT CHƯƠNG 3**

Chương 3 tập trung vào các giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động thu mua nông sản tại công ty TNHH Xuất Nhập Khẩu Thế Giới Xanh. Nội dung chính bao gồm nhận xét về các ưu điểm và nhược điểm trong quy trình thu mua hiện tại của công ty cùng với các giải pháp cụ thể như đa dạng hóa nguồn cung cấp, nâng cao quy trình kiểm soát chất lượng, và xây dựng kế hoạch dự phòng. Ngoài ra, cũng đưa ra các mục tiêu chung của công ty và mục tiêu của bộ phận thu mua và các giải pháp được trình bày nhằm cải thiện năng lực cạnh tranh và tăng cường hiệu quả hoạt động kinh doanh của công ty.

## KẾT LUẬN

Đề tài “*Đề xuất nâng cao hiệu quả quy trình thu mua nông sản xuất khẩu của Công ty TNHH Xuất Nhập Khẩu Thế Giới Xanh*” đã nghiên cứu chi tiết về thực trạng, những thuận lợi và khó khăn cũng như các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động thu mua nông sản nội địa tại công ty. Từ đó đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả thu mua và giúp công ty phát triển bền vững trong bối cảnh hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng.

Thứ nhất, qua quá trình phân tích có thể thấy rõ rằng Công ty TNHH Xuất Nhập Khẩu Thế Giới Xanh đã xây dựng được một quy trình thu mua nông sản ổn định và hiệu quả. Công ty đã thành công trong việc tạo dựng mối quan hệ hợp tác lâu dài với nhiều nhà cung cấp nội địa, đặc biệt là ở các vùng sản xuất nông sản chủ lực như Bình Thuận, Đồng Tháp, và Tiền Giang. Nhờ đó, công ty không chỉ đảm bảo nguồn cung chất lượng cho xuất khẩu mà còn duy trì được sự ổn định về giá cả trong bối cảnh thị trường quốc tế có nhiều biến động.

Tuy nhiên, không thể phủ nhận rằng hoạt động thu mua nông sản của công ty vẫn đối mặt với nhiều thách thức lớn như sự biến đổi khí hậu, tình trạng thiếu hụt nguyên liệu và sự cạnh tranh gay gắt từ các đối thủ trong và ngoài nước là những yếu tố có thể làm gián đoạn chuỗi cung ứng của công ty. Đặc biệt, yêu cầu ngày càng cao về tiêu chuẩn chất lượng và an toàn thực phẩm từ các thị trường quốc tế như Mỹ và Châu Âu đòi hỏi công ty phải không ngừng cải tiến quy trình thu mua, kiểm soát chất lượng sản phẩm và nâng cao trình độ chuyên môn của đội ngũ nhân viên.

Trong bối cảnh toàn cầu hóa hiện nay, các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản, đặc biệt là Công ty Thế Giới Xanh cần phải nâng cao năng lực cạnh tranh không chỉ dựa trên yếu tố giá cả mà còn dựa trên chất lượng sản phẩm và khả năng đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế. Công ty đã thực hiện nhiều biện pháp cải tiến như đa dạng hóa các nguồn cung, xây dựng mối quan hệ bền vững với các nhà cung cấp và chú trọng phát triển các sản phẩm có giá trị gia tăng cao như xoài sấy dẻo, chanh dây puree và các mặt hàng thực phẩm đông lạnh. Những giải pháp này đã giúp công ty tăng cường khả năng cạnh tranh và mở rộng thị trường xuất khẩu sang các khu vực tiềm năng như Châu Âu, Bắc Mỹ,...

Bên cạnh đó, đề tài này cũng đã đưa ra những giải pháp cụ thể để công ty có thể nâng cao hơn nữa hiệu quả thu mua nông sản. Các biện pháp như tăng cường kiểm soát chất lượng, xây dựng quy trình thông tin rõ ràng bằng văn bản, đào tạo nhân viên về kỹ

năng giao tiếp và phối hợp giữa các bộ phận và xây dựng kế hoạch dự phòng nhằm đối phó với những rủi ro bất ngờ là những yếu tố then chốt giúp công ty phát triển bền vững.

Kết luận, Công ty TNHH Xuất Nhập Khẩu Thế Giới Xanh đã và đang đứng trước nhiều cơ hội lớn để phát triển khi nhu cầu tiêu thụ nông sản sạch, an toàn và chất lượng cao ngày càng gia tăng trên toàn cầu. Tuy nhiên, để tận dụng được các cơ hội này công ty cần chủ động hơn nữa trong việc nâng cao chất lượng quy trình thu mua, tăng cường hợp tác với các nhà cung cấp chiến lược,... Những giải pháp được đề xuất trong khóa luận tôi hy vọng sẽ góp phần giúp công ty đạt được các mục tiêu chiến lược, gia tăng lợi nhuận và tiếp tục khẳng định vị thế của mình trên thị trường quốc tế.