

CHƯƠNG 1 CƠ SỞ LÝ LUẬN

1.1 Khái niệm về hoạt động thu mua trong chuỗi cung ứng.

1.1.1 Khái niệm về chuỗi cung ứng

Chuỗi cung ứng là hệ thống gồm những tổ chức, thông tin, hoạt động, con người, nguồn lực liên quan đến quá trình di chuyển của dịch vụ hoặc sản phẩm từ nhà sản xuất hoặc nhà cung cấp đến với khách hàng. Quá trình chuỗi cung ứng hoạt động liên quan đến sự chuyển biến của nguyên liệu, tài nguyên thiên nhiên và các thành phần của một sản phẩm hoàn chỉnh để vận chuyển đến tay người tiêu dùng cuối cùng. Đồng thời trong các chuỗi phức tạp, những sản phẩm đã qua sử dụng được tái hòa nhập lại chuỗi vào bất cứ thời điểm nào khi chúng còn giá trị tái chế.

Ngoài ra, định nghĩa liên quan đến chuỗi cung ứng còn có rất nhiều. Theo Hội đồng chuỗi cung ứng viết quản trị chuỗi cung ứng là xác định nguồn gốc nguyên liệu chi tiết, quản lý việc cung cầu, lắp ráp và sản xuất, kiểm tra hàng tồn kho, tiếp nhận và quản lý đơn hàng, phân phối hàng hóa qua các kênh trung gian và đến tay người tiêu dùng cuối cùng.

(Nguồn: Hội đồng chuỗi cung ứng viết quản trị chuỗi cung ứng)

Tiếp đến Viện quản trị cung ứng thì cho rằng nó là việc quản lý và thiết kế những tiến trình liên tục, nhằm sinh ra giá trị cho tổ chức để họ có thể đáp ứng được nhu cầu thực tế của người tiêu dùng. Việc tích hợp và phát triển về công nghệ, nguồn lực về con người là nhân tố quyết định để có chuỗi cung ứng thành công.

(Nguồn: Viện quản trị cung ứng)

Cuối cùng theo Tiến sĩ Hau lee và Corey Billington cho rằng quản trị chuỗi cung ứng là việc tổng hợp những hoạt động diễn ra tại các cơ sở trong mạng lưới nhằm làm nguyên vật liệu, di chuyển chúng vào thành phẩm trung gian, tiếp sau đó là đến sản phẩm hoàn thiện cuối cùng và sau cùng là phân phối các sản phẩm đến tay người tiêu dùng thông qua các kênh phân phối. Nhưng thực chất quản trị chuỗi cung ứng là như thế nào? “Quản trị chuỗi cung ứng là bao gồm tất cả các hoạt động hậu cần như lên kế hoạch và quản lý tất cả các hoạt động liên quan đến

việc tìm nguồn cung cấp và thu mua, bao gồm cả hoạt động Logistics. Hơn nữa, nó còn là sự hợp tác và phối hợp giữa các đối tác trong một chuỗi cung ứng toàn diện, trong đó có thể có các nhà cung cấp dịch vụ bên thứ ba, nhà cung cấp và khách hàng. Xét về bản chất, quản trị chuỗi cung ứng là sự tổng hợp quản trị cung cầu giữa các công ty khác nhau”.

(Nguồn: Lê Kiều Giang)

1.1.2 Khái niệm về hoạt động thu mua

Kinh doanh sản xuất với sự tăng trưởng nhanh chóng và được sự hỗ trợ nhiều từ sự phát triển của nền kinh tế khu vực và thế giới. Bắt đầu những doanh nghiệp uy tín, chất lượng xuất hiện làm cho cạnh tranh giữa những doanh nghiệp ngày càng khốc liệt từ chất lượng, cơ sở hạ tầng, thời gian làm ra sản phẩm, ... Qua đó nhận thấy được sự quan trọng của hoạt động thu mua hơn bao giờ đồng thời cũng là tiền đề tạo ra những nhân tố đầu vào kịp thời, đầy đủ, chính xác để doanh nghiệp kinh doanh được thuận lợi.

Trong chiến tranh Thế giới thứ I và chiến tranh Thế giới thứ II, công việc thu mua trở nên quan trọng và sức mua tăng nhanh vì nhu cầu tiêu dùng vật tư, nguyên liệu cho những nhà máy. Cùng về những năm sau thì bộ máy thu mua càng trở nên hoàn chỉnh hơn với nhiều hệ thống quản lý được đưa vào áp dụng. Trong thời điểm này, bộ máy thu mua phát triển cùng sự nhấn mạnh việc kiểm soát chất lượng, số lượng, hàng tồn kho, độ tin cậy và thời gian làm tiền đề của những chiến lược để đưa ra cạnh tranh. Trong những năm 2000, việc thu mua của những doanh nghiệp được xuyên suốt đánh giá và hoàn chỉnh. Bước đầu tạo dựng mối quan hệ thân thiết với nhà cung cấp đồng thời quản lý hệ thống này hiệu quả.

Hiện nay, bộ phận thu mua được đánh giá quan trọng và mang lại giá trị lớn cho doanh nghiệp. Do đó khái niệm về thu mua rất phong phú và đa dạng tùy mục đích và ngành nghề nghiên cứu, chúng ta có thể tham khảo các khái niệm về thu mua của các nhà nghiên cứu sau:

Theo Arjan J. Van Weele (2009), thu mua là công tác quản lý toàn bộ nguồn nguyên vật liệu, cung cấp dịch vụ, hàng hóa, kiến thức và khả năng cần thiết để vận hành, quản lý và duy trì các hoạt động chính của doanh nghiệp bảo đảm cho doanh nghiệp luôn có được những điều kiện thuận lợi nhất.

(Nguồn: Lê Kiều Giang)

Tiếp đến là theo John, Chandra and Tim (2008), cho rằng thu mua là quá trình tìm kiếm nguồn cung cấp dịch vụ sản phẩm, mua ,vận chuyển từ nơi cung cấp đến doanh nghiệp, nó đóng vai trò quan trọng vì nguyên liệu và những bộ phận chiếm phần lớn chi phí của sản phẩm được tạo ra.

(Nguồn: Lê Kiều Giang)

Tiếp theo là Lysons (2006), thu mua là mua đúng nguyên vật liệu, chất lượng, số lượng, giao đúng thời điểm, đúng nơi và mức giá hợp lí.

(Nguồn: Lê Kiều Giang)

Quy trình thu mua bắt đầu từ khâu đặt hàng đến xác nhận, tiến hành giao hàng và cuối cùng là thanh toán. Mặc khác nó còn bao hàm việc tìm kiếm nhà cung ứng mới, duy trì và tạo dựng mối quan hệ tốt với những nhà cung cấp cũ. Công việc được thực hiện liên tục giúp doanh nghiệp tìm được những nguồn hàng mới phù hợp, ổn định, đạt yêu cầu và giảm chi phí.

Mặc dù có rất nhiều khái niệm về thu mua được diễn đạt với ngôn từ khác nhau, nhưng chung quy bản chất thu mua là một chuỗi những hoạt động nhằm tạo ra nguyên liệu, hàng hóa,... để đáp ứng nhu cầu của doanh nghiệp trong kinh doanh.

1.1.3 Vai trò của hoạt động thu mua

1.1.3.1 Nguồn cung ứng của doanh nghiệp

Giữ vai trò quan trọng và chính của hoạt động thu mua là cung ứng sản phẩm, sắp xếp những dòng hàng di chuyển đều độ trong bộ phận để doanh nghiệp có đủ sản phẩm phục vụ cho việc kinh doanh. Bộ phận thu mua phải trao đổi liên tục với những bộ phận khác để hiểu về đặc tính của sản phẩm nhằm xác định giá sản phẩm chính xác để quá trình thu mua có được hiệu quả. Mặc khác, những sản phẩm thu mua phải đúng chất lượng, giao hàng đúng thời gian, đúng nơi đảm bảo được yêu cầu của những bộ phận khác.

1.1.3.2 Quản lý hệ thống nhà cung cấp

Ngoài việc tìm kiếm, lựa chọn, thương lượng, đàm phán với nhà cung cấp, trách nhiệm bộ phận thu mua còn phải theo dõi hiệu quả vận hành từ những nhà cung cấp. Phải liên tục kiểm soát chất lượng và đánh giá hiệu suất của các nhà cung cấp, việc này bao gồm giám sát chất lượng sản phẩm, thời gian giao hàng,

hiệu suất và chi phí. Vì thế có thể hiểu rằng một trong những yếu tố cốt lõi của việc thu mua đó là việc quản lý, tìm kiếm tốt những nhà cung ứng. Hơn nữa để có được sản phẩm chất lượng từ nhà cung cấp, phía thu mua cần đưa ra những yếu tố quan trọng như năng lực cung ứng sản phẩm, khả năng phát triển của nhà cung cấp, độ chính xác cao, bảo đảm được chất lượng, giao hàng đúng địa điểm thời gian, với giá hợp lý, có được kiến thức chuyên môn và tạo dựng uy tín trên thị trường.

1.1.3.3 Kiểm soát hệ thống giá cả

Ngoài việc thu mua thì bộ phận còn đảm đương trách nhiệm việc sử dụng và duy trì nguồn kinh phí hợp lý. Để có được mức chi phí tối ưu nhất thì cần chắc chắn những sản phẩm từ nhà cung cấp được làm ra với chi phí thấp nhất. Ngoài ra, phía thu mua còn có thể sử dụng những phương pháp kiểm soát giá sản phẩm bằng việc mở rộng diện tích giao hàng để có thể hưởng được một phần doanh thu từ ưu đãi và chiết khấu, sử dụng sàng thương mại điện tử đặt hàng để hạn chế chi phí, cuối cùng là thanh toán đúng thời gian để hạn chế phát sinh chi phí trễ hạn.

1.2 Các chỉ tiêu đánh giá hoạt động thu mua.

Hoạt động thu mua là tiền đề vững chắc trong kinh doanh của doanh nghiệp, nó liên kết chặt chẽ với những bộ phận khác trong công ty. Thành quả của quá trình thu mua đáp ứng được điều kiện vật chất cho hoạt động kinh doanh. Hoạt động chính của thu mua phải song song với nhiệm vụ và tầm nhìn chiến lược kinh doanh trong doanh nghiệp. Hơn nữa, yếu tố quan trọng ảnh đến khả năng của hoạt động thu mua chính là tài chính doanh nghiệp nó tác động đến kết quả kinh doanh. Nên vậy, để có được kết quả như mong muốn thì bộ phận thu mua cần đạt được những chỉ tiêu đề ra

1.2.1 Chỉ tiêu số lượng

Số lượng hàng hóa là tiêu chí trước tiên dùng đánh giá hiệu quả hoạt động thu mua. Số lượng sản phẩm doanh nghiệp cần để đáp ứng cho việc kinh doanh đồng thời lượng hàng tích trữ phải đủ để tránh tình trạng gián đoạn trong kinh doanh. Song song vào đó để ứng phó sự biến động của thị trường tạo nên tình trạng dư thừa hoặc khan hiếm hàng, công việc thu mua hàng hóa ít hay nhiều đều ảnh hưởng đối với doanh nghiệp trong kinh doanh. Do vậy, bộ phận thu mua cần có kế

hoạch thu mua phù hợp để lượng hàng có thể đáp ứng yêu cầu trong việc kinh doanh.

1.2.2 Chỉ tiêu chất lượng

Chất lượng của sản phẩm bao gồm những tiêu chí đặc trưng nổi bật, thể hiện qua nhu cầu cần được thỏa mãn của khách hàng. Sản phẩm luôn gắn liền chất lượng vì đây là yếu tố then chốt quan trọng trong việc tạo ra sản phẩm để đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng trên thị trường. Sản phẩm tạo ra có chất lượng cao chưa phải là tối ưu nhất khi nó có thể dẫn đến làm tăng chi phí và gây ra sự e ngại cho khách hàng trong việc lựa chọn sản phẩm phù hợp với điều kiện tài chính và khả năng thanh toán của họ.

1.2.3 Chỉ tiêu thời gian

Chu trình thu mua được diễn ra từ lúc nhận được đơn hàng đến lúc sản phẩm đó có trong kho. Đây là tiêu chí tương đối quan trọng dùng để đánh giá hiệu quả của hoạt động thu mua. Khoảng thời gian diễn ra chu kỳ của quá trình thu mua chậm hay nhanh đều ảnh hưởng đối với hoạt động kinh doanh. Trưởng phòng thu mua có vai trò cực kỳ quan trọng trong việc đảm bảo quá trình mua được diễn ra suôn sẻ và tận dụng thời gian một cách tối đa nhất.

1.2.4 Chỉ tiêu chi phí

Đối với việc tối ưu hóa chi phí sản phẩm đầu vào là yếu tố quan trọng để có thể hạ giá sản phẩm bán ra trong kinh doanh. Để giảm thiểu chi phí hoạt động thu mua thì cần nắm bắt được những yếu tố ảnh hưởng phát sinh ra chi phí chẵn hạn như phí vận chuyển, phí kho bãi, chi phí cơ hội vốn,...Biết được những yếu tố ảnh hưởng sẽ giúp cho bộ phận thu mua rất trong việc đưa ra những giải pháp làm giảm chi phí từ đó tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường.

TÓM TẮT CHƯƠNG 1

Trong chương này tác giả đã khái quát các kiến thức liên quan về các khái niệm, vai trò, nguồn cung ứng, hệ thống quản lý, hệ thống kiểm soát giá cả, những tiêu chí đánh giá và các nhân tố tác động đến hoạt động thu mua đồng thời rút ra được bài học từ các công trình nghiên cứu trước đó. Dựa trên các cơ sở lý thuyết đó, tác giả đã đưa ra được 5 nhân tố chính tác động gồm nhà cung cấp, quy trình thu mua, chính sách kinh tế, nguồn lực doanh nghiệp, đối thủ cạnh tranh và chuỗi chỉ tiêu đánh giá đến hoạt động gồm số lượng, chất lượng, chi phí và thời gian.

Từ đó trong chương 2, tác giả sẽ trình bày cái nhìn tổng quan về công ty Tân Tiến cũng như tình hình thực tế về hoạt động thu mua của công ty bằng việc đưa ra ưu điểm và nhược điểm của từng chỉ tiêu. Với phương pháp thu thập dữ liệu và phân tích định tính tác giả sẽ tiến hành đánh giá các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động thu mua của công ty.

CHƯƠNG 2 THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG THU MUA TRONG CHUỖI CUNG ỨNG CỦA CÔNG TY CP PHẦN PHỐI CÔNG NGHỆ TÂN TIẾN.

2.1 Tổng quan về Công ty Tân Tiến

2.1.1 Thông tin chung của Tân Tiến

Bắt đầu xuất hiện từ thế kỷ 19 và nổi lên mạnh mẽ vào những năm của thế kỷ 20, ngành công nghiệp điện tử có vai trò lớn cho phát triển công nghệ như hiện nay với quy mô trên toàn cầu. Nhận thấy được tầm quan trọng và tiềm năng phát triển của ngành năm 2009 công ty Cổ phần Phân Phối Công Nghệ Tân Tiến đã được thành lập (ban đầu có tên Cổ phần Phát triển Thương mại Á Châu).

Tên doanh nghiệp: Công ty Cổ phần Phân Phối Công Nghệ Tân Tiến.

Tên giao dịch tiếng anh: Advanced Technology Distribution JSC

Địa chỉ: Kinh doanh tại TP. Hồ Chí Minh địa chỉ 816/2 Trường Sa, Phường 14, Quận 3, TP. Hồ Chí Minh.

Công Ty Cổ phần Phân Phối Công Nghệ Tân Tiến được cấp phép kinh doanh vào ngày 23/08/2009 do ông Mai Đức Phú làm đại diện pháp luật và có mã số thuế 0309350095.

Với hơn 10 năm hoạt động kinh doanh các sản phẩm công nghệ thông tin, tin học công ty Tân Tiến đã tìm cho mình được chỗ đứng trên thị trường khẳng định sản phẩm, chất lượng, thương hiệu và các dịch vụ do công ty cung cấp từ đó tạo nên sự uy tín cho Tân Tiến. Để có được sự thành công ấy trong những năm qua công ty đã không ngừng phân đấu và nỗ lực góp phần vào sự phát triển của ngành. Song song đó đội ngũ nhân lực đầy kinh nghiệm và am hiểu thị trường cũng đóng góp một phần không nhỏ tạo nên sự thành công với mong muốn đem đến cho khách hàng sự hài lòng khi trải nghiệm sản phẩm và dịch vụ do công ty cung cấp.



Hình 2. 1 Logo Công ty Cổ phần Phân Phối Công Nghệ Tân Tiến

(Nguồn: Công ty Tân Tiến)

Về tầm nhìn: “ATD hướng tới tương lai! Với 10 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực phân phối các sản phẩm tin học, công nghệ thông tin và hạ tầng tại Việt Nam. Chúng tôi mong muốn sẽ trở thành Công ty hàng đầu trong lĩnh vực này với đội ngũ nhân viên dày dặn kinh nghiệm, nhiệt huyết sẵn sàng hỗ trợ quý đại lí 24/7/365”.

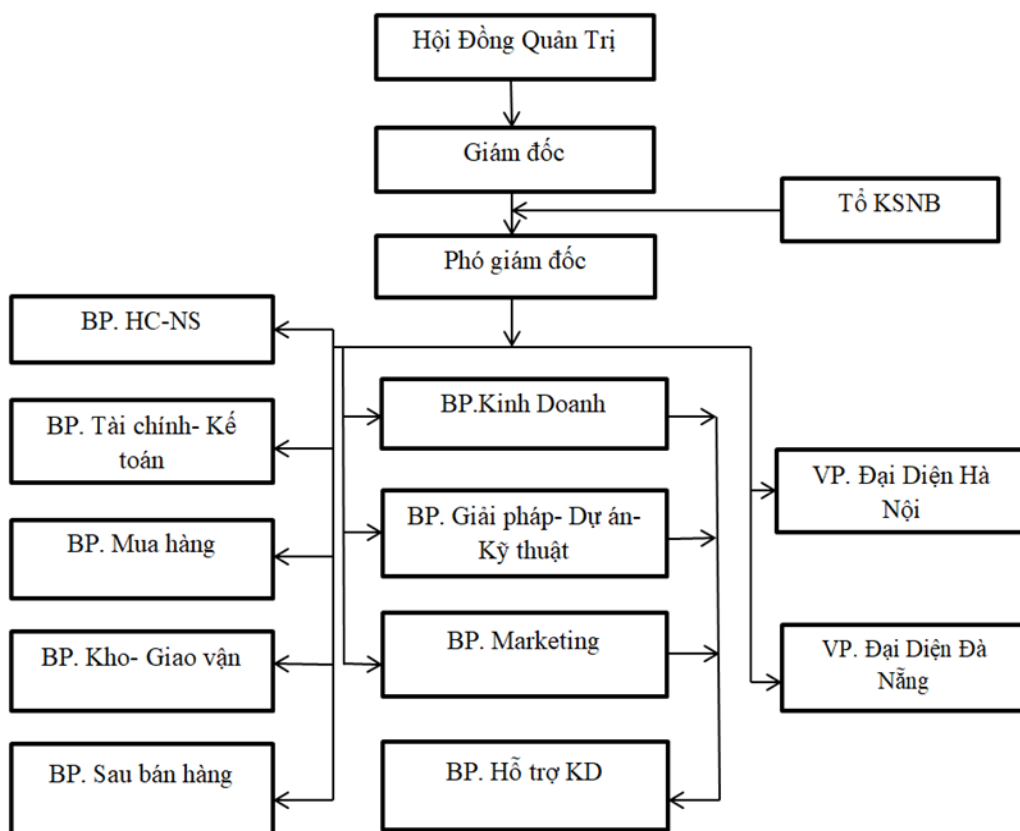
Về sứ mệnh: “Đem các sản phẩm chính hãng, những công nghệ tiên tiến tới gần đến người sử dụng hơn. Tư vấn, đưa ra các giải pháp công nghệ tiên tiến hiện đại vào cuộc sống tối ưu nhất có thể theo mong muốn của người sử dụng. Góp phần xây dựng một xã hội văn minh, đẩy lùi hàng nhái, hàng kém chất lượng”

Về giá trị cốt lõi: “ATD – Cùng đi tới Thành Công!”

Mặc khác, ngoài có được đội ngũ nhân viên giàu kinh nghiệm và nhiệt huyết hiện nay Công ty ATD đang mở rộng phân phối các sản phẩm trên toàn quốc với các chi nhánh chính tại 3 miền. Công ty cũng đã thiết lập được với nhiều đối tác chiến lược, trở thành nhà cung cấp, đại lý phân phối cho nhiều tập đoàn, các công ty công nghệ lớn tại Việt Nam.

2.1.2 Cơ cấu tổ chức

a. Sơ đồ tổ chức



Hình 2. 2 Sơ đồ tổ chức Công ty ATD

(Nguồn: Công ty Tân Tiến)

b. Chức năng, vai trò các bộ phận trong doanh nghiệp

Bộ phận hành chính-nhân sự: Lưu trữ hồ sơ, tham gia phỏng vấn, đào tạo, phổ biến quy trình, quy định, chế độ của công ty đối với các nhân sự mới. Cập nhật quy trình, quy định, chế độ của công ty khi có điều chỉnh và tiếp nhận các thông tin cần hỗ trợ, chăm lo chế độ xã hội, công đoàn theo quy định của Nhà nước trong công ty.

Bộ phận tài chính- kế toán: Đảm nhận vai trò chuyên môn của bộ phận kế toán, cập nhật các thông tin liên quan đến bộ phận kinh doanh đồng thời kiểm tra các điều kiện thanh toán trên các đơn đặt hàng hoặc hợp đồng đầu vào và đầu ra. Kế toán trưởng ngoài việc chịu trách nhiệm chính về các hoạt động kế toán còn phải cùng cấp trên hoạch định tài chính cho các kế hoạch liên quan đến hoạt động của công ty. Tuyệt đối bảo mật an toàn thông tin liên quan đến tài chính kế toán, không chia sẻ thông tin khi chưa được phép của cấp trên và mọi công việc liên quan đến kế toán bao gồm cả báo cáo quỹ tiền mặt, bảng công nợ, tồn kho, tạm

ứng. Những hoạt động liên quan đến chi tiền bao gồm đề nghị tạm ứng, đề nghị thanh toán đều phải có chữ ký của Giám đốc trước khi chi và các đơn đặt hàng đầu vào và ra đều phải có chữ ký nháy của KTT trước khi trình Giám đốc ký.

Bộ phận mua hàng: Đặt hàng theo kế hoạch hàng stock phân phối cho từng đơn hàng cụ thể, tính toán giá cost dự kiến cho các đơn hàng. Đặt hàng với Hãng, với nguồn phát sinh trong nước và theo dõi tiến độ. Làm thủ tục hải quan đối với hàng đặt nước ngoài đồng thời kết hợp với bộ phận kho để sắp xếp hàng về nhập kho và tư vấn, góp ý cho cấp trên để giảm thiểu được các chi phí phát sinh không cần thiết.

Bộ phận kho – giao nhận: Quản lý, sắp xếp các kho hàng một cách khoa học, hợp lý, hạn chế tối đa hỏng hóc hàng hoá, dán đầy đủ nhãn phụ nhập khẩu, theo dõi số lượng xuất nhập tồn kho hàng ngày, đối chiếu tồn kho hàng tháng với bộ phận liên quan. Chuyển hàng giữa các kho, giao hàng đến khách hàng, các trường hợp ngoại lệ khác phải được cấp trên confirm mới xử lý, điều phối việc vận chuyển hàng hoá theo thứ tự First In – First Serve hoặc linh động theo mức độ quan trọng của đơn hàng đối với các đơn hàng trùng thời gian giao. Đảm bảo thông tin theo dõi giao hàng và thiết lập danh sách chành xe, thông tin liên hệ thường dùng qua đó đề xuất cấp trên các thông tin, phương án mang lại hiệu quả, tiết kiệm chi phí cho công ty.

Bộ phận kinh doanh: Thực hiện điều phối đội ngũ kinh doanh nhằm đảm bảo doanh số và doanh thu theo kế hoạch đề ra đồng thời thực hiện, phát triển hệ thống đại lý đối với các nhãn hàng mà công ty phân phối với team của mình. Chịu trách nhiệm đào tạo, phân bổ công việc và theo dõi hiệu quả làm việc của đội ngũ nhân viên kinh doanh làm báo cáo cho cấp trên các công việc thực hiện hàng tuần và kế hoạch tuần kế tiếp, theo dõi doanh số đã đạt và cần phải đạt. Đề xuất các phương án nhằm đảo bảo hoạt động phân phối hàng hoá, dịch vụ của công ty ra thị trường đạt hiệu quả và nhanh chóng nhất. Đối với nhân viên kinh doanh cần thực hiện kế hoạch kinh doanh của team dưới sự giám sát của Trưởng bộ phận mình và báo cáo cụ thể công việc thực hiện hàng tuần, kế hoạch tuần tiếp theo cho Trưởng bộ phận để hợp với Tổng Giám đốc đồng thời theo dõi, nắm vững thông tin hàng hoá thuộc đơn hàng của bản thân mình.

Bộ phận giải pháp - dự án - dịch vụ kỹ thuật: Tư vấn, hỗ trợ cho bộ phận kinh doanh lên các BoM để báo giá cho khách hàng đồng thời hướng dẫn cho bộ phận kinh doanh về sản phẩm và hướng dẫn kỹ thuật cho các nhân viên kỹ thuật khác trong công ty. Thực hiện hoạt động như một team kinh doanh cụ thể, trách nhiệm như một team kinh doanh đã được mô tả và các hoạt động về triển khai dịch vụ với bộ phận kinh doanh.

Bộ phận Marketing: Thực hiện các kế hoạch chương trình marketing đối với các nhãn mà công ty làm phân phối theo đó lên kế hoạch, triển khai thực hiện các sự kiện và xây dựng các kênh truyền thông.

Bộ phận hỗ trợ kinh doanh: Lên draft hợp đồng/ đơn đặt hàng sau đó gửi email thương thảo bản nháp này với khách hàng. Tiếp theo gửi/ theo dõi thư từ và chuẩn bị các giấy tờ thủ tục cần thiết mà đơn hàng yêu cầu đồng thời tổng hợp bán hàng giảm giá khi cần thiết.

Bộ phận sau bán hàng: Gồm các hoạt động hỗ trợ kỹ thuật, khắc phục sự cố từ xa sau bán hàng, hỗ trợ bảo hành. Hỏi thăm khách hàng về các đơn hàng vừa thực hiện: mức độ tương tác, hỗ trợ của nhân viên kinh doanh; bộ phận giao hàng, bộ phận hỗ trợ kỹ thuật.

Tổ kiểm soát bán hàng: Kiểm tra, nhắc việc tuân thủ các quy định của công ty: giờ giấc, giao tiếp với nhau, ý thức vệ sinh khu vực làm việc và văn phòng,... Có thể kiểm tra bất ngờ, định kỳ các văn phòng. Báo cáo Tổng Giám đốc các trường hợp nhắc nhở trên 3 lần để có hình thức kiểm điểm.

2.1.3 Các sản phẩm chính của Tân Tiến

Hiện nay, Công ty ATD đang kinh doanh 4 loại sản phẩm công nghệ chính bao gồm bộ lưu điện Vertiv, tủ iKORACK, tủ Rack Vertiv, Camera an ninh thương hiệu Avigilon Canada. Với sự phát triển công nghệ như hiện nay các sản phẩm của Tân Tiến hứa hẹn sẽ đáp ứng được nhu cầu của khách hàng và mang đến cho người tiêu dùng một trải nghiệm tốt nhất.



atdc.com.vn

ATD
ADVANCED TECHNOLOGY DISTRIBUTION
AUTHORIZED DISTRIBUTOR

Hình 2. 3 Sản phẩm bộ lưu điện Vertiv của Công ty ATD

(Nguồn: Công ty Tân Tiến)



atdc.com.vn

ATD
ADVANCED TECHNOLOGY DISTRIBUTION
AUTHORIZED DISTRIBUTOR

Hình 2. 4 Sản phẩm tủ iKORACK của Công ty ATD

(Nguồn: Công ty Tân Tiến)



Hình 2. 5 Sản phẩm tủ Rack Vertiv của Công ty ATD

(Nguồn: Công ty Tân Tiến)



Hình 2. 6 Sản phẩm Camera Avigilon của Công ty ATD

(Nguồn: Công ty Tân Tiến)

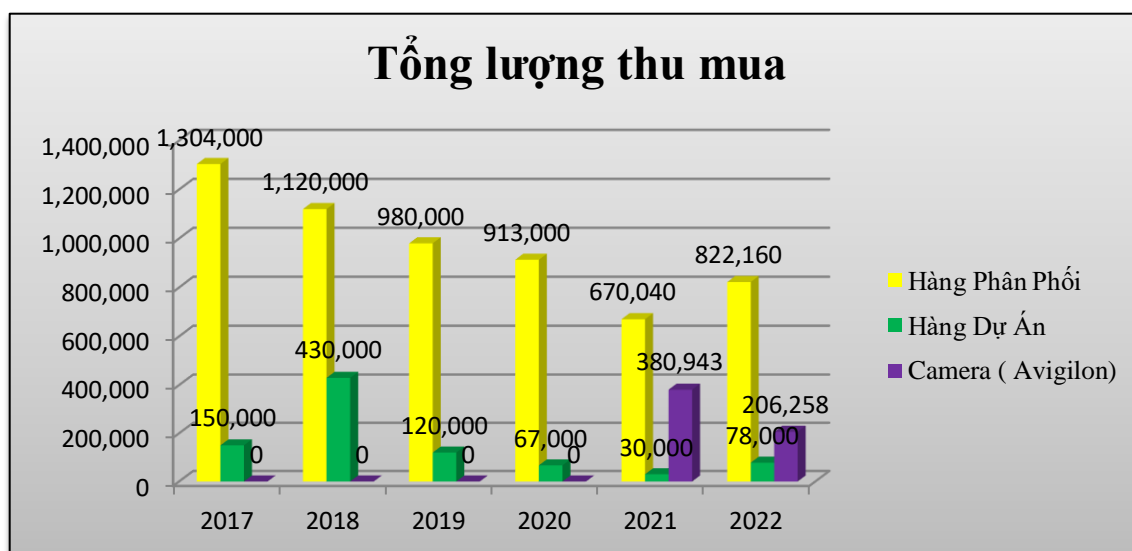
2.1.4 Tình hình hoạt động thu mua của Tân Tiến

a. Kết quả hoạt động thu mua trong 5 năm gần đây.

Bảng 2. 1 Kết quả hoạt động thu mua 5 năm của Công ty Tân Tiến

Năm	Bộ Lưu Điện + Các Mặt Hàng khác của Vertiv		Camera (USD)	Tổng Lượng Nhập Khẩu (USD)	Tỉ lệ (%)
	Hàng Phân Phối (USD)	Hàng Dự Án (USD)			
2017	1.304.000	150.000	0	1.454.000	19,97
2018	1.120.000	430.000	0	1.550.000	21,32
2019	980.000	120.000	0	1.100.000	15,13
2020	913.000	67.000	0	980.000	13,48
2021	670.040	30.000	380.943	1.080.983	14,87
2022	822.160	78.000	206.258	1.106.418	15,23

(Nguồn: Công ty Tân Tiến)



Hình 2. 7 Biểu đồ kết quả hoạt động thu mua 5 năm của Công ty Tân Tiến

(Nguồn: Công ty Tân Tiến)

b. Nhận xét hoạt động thu mua của Công ty Tân Tiến

Từ năm 2017-2018: Năm 2018 tổng hàng nhập khẩu đạt 1.550.000 USD chiếm 21,32% tăng 96.000 USD và tăng 1,35% so với năm 2017 tổng hàng nhập khẩu đạt 1.454.000 USD chiếm 19,97%. Trong đó: Năm 2018 hàng phân phối đạt 1.120.000 USD giảm 184.000 USD so với năm 2017 là 1.304.000 USD. Năm 2018 hàng dự án đạt 430.000 USD tăng 280.000 USD so với năm 2017 là 150.000 USD. Năm 2017 và 2018 công ty chưa nhập khẩu sản phẩm Camera.

Từ năm 2018-2019: Năm 2019 tổng hàng nhập khẩu đạt 1.100.000 USD chiếm 15,13% giảm 450.000 USD và giảm 6,19% so với năm 2018 tổng hàng nhập khẩu đạt 1.550.000 USD chiếm 21,32%. Trong đó: Năm 2019 hàng phân phối đạt 980.000 USD giảm 140.000 USD so với năm 2018 là 1.120.000 USD. Năm 2019 hàng dự án đạt 120.000 USD giảm 310.000 USD so với năm 2018 là 430.000 USD. Năm 2018 và 2019 công ty chưa nhập khẩu sản phẩm Camera.

Từ năm 2019-2020: Năm 2020 tổng hàng nhập khẩu đạt 980.000 USD chiếm 13,48% giảm 120.000 USD và giảm 1,65% so với năm 2019 tổng hàng nhập khẩu đạt 1.100.000 USD chiếm 15,13%. Trong đó: Năm 2020 hàng phân phối đạt 913.000 USD giảm 140.000 USD so với năm 2019 là 980.000 USD. Năm 2020 hàng dự án đạt 67.000 USD giảm 53.000 USD so với năm 2019 là 120.000 USD. Năm 2019 và 2020 công ty chưa nhập khẩu sản phẩm Camera.

Từ năm 2020-2021: Năm 2021 tổng hàng nhập khẩu đạt 1.080.983 USD chiếm 14,87% tăng 100.983 USD và tăng 1,39% so với năm 2020 tổng hàng nhập khẩu đạt 980.000 USD chiếm 13,48%. Trong đó: Năm 2021 hàng phân phối đạt 670.040 USD giảm 242.960 USD so với năm 2020 là 913.000 USD. Năm 2021 hàng dự án đạt 30.000 USD giảm 37.000 USD so với năm 2020 là 67.000 USD. Năm 2021 công ty nhập khẩu sản phẩm Camera đạt 380.943 USD.

Từ năm 2021-2022: Năm 2021 tổng hàng nhập khẩu đạt 1.106.814 USD chiếm 15,23% tăng 25.435 USD và tăng 0,36% so với năm 2021 tổng hàng nhập khẩu đạt 1.080.983 USD chiếm 14,87%. Trong đó: Năm 2021 hàng phân phối đạt 822.160 USD tăng 152.120 USD so với năm 2021 là 670.000 USD. Năm 2021 hàng dự án đạt 78.000 USD giảm 48.000 USD so với năm 2021 là 30.000 USD. Năm 2022 công ty nhập khẩu sản phẩm Camera đạt 206.258 USD giảm so với năm 2021 là 380.943 USD.

Nguyên nhân:

Từ năm 2017 đến năm 2021 hàng phân phối giảm vì:

Nhu cầu sử dụng công nghệ của người tiêu dùng có thể đã giảm do sự chậm trễ trong việc ra mắt các sản phẩm mới, xu hướng tiêu dùng thay đổi hoặc yếu tố kinh tế, ví dụ như suy thoái kinh tế, ảnh hưởng của đại dịch Covid-19 cũng tác động rất lớn đến nhu cầu của người tiêu dùng.

Sự thay đổi trong thị trường công nghệ và cạnh tranh của công ty đối thủ dẫn đến sự giảm hàng phân phối. Đồng thời các vấn đề trong sản xuất hoặc cung ứng sản phẩm công nghệ cũng làm ảnh hưởng đến giảm số lượng hàng phân phối điều này có thể do sự cạnh tranh về nguồn cung sản phẩm.

Tân Tiên thay đổi chiến lược kinh doanh của mình, phân tán ra các mảng sản phẩm khác dẫn đến sự giảm hàng phân phối công nghệ. Ngoài ra, công nghệ mới có thể đã thay đổi và khách hàng có thể không quan tâm hoặc không mua sản phẩm công nghệ cũ nữa.

Ảnh hưởng của kinh tế và chính trị như chiến tranh thương mại, biến động giá cả, thay đổi chính sách thương mại đã ảnh hưởng đến quyết định mua hàng và hoạt động phân phối của khách hàng.

Từ năm 2021 đến năm 2022 hàng phân phối tăng vì:

Công nghệ ngày càng quan trọng trong cuộc sống hàng ngày của con người. Nhu cầu tiêu dùng công nghệ, bao gồm các sản phẩm điện tử, thiết bị thông minh và dịch vụ trực tuyến tăng lên do sự phát triển của công nghệ và sự thay đổi trong lối sống.

Cùng với việc công nghệ liên tục phát triển và đổi mới, việc ra mắt các sản phẩm và dịch vụ mới tạo ra được sự hấp dẫn và sự kích thích khách hàng để mua các sản phẩm công nghệ mới.

Doanh nghiệp tăng cường áp dụng công nghệ trong các hoạt động kinh doanh. Điều này có thể bao gồm việc áp dụng công nghệ để nâng cao hiệu suất, tăng cường quy trình phân phối và cải thiện trải nghiệm khách hàng.

Dịch Covid-19 cũng tác động mạnh mẽ đến nhiều ngành công nghiệp nhưng đã tạo ra nhu cầu tăng về các sản phẩm và dịch vụ công nghệ. Với việc nhiều người làm việc và học tập từ xa, sự phụ thuộc vào công nghệ đã tăng lên, dẫn đến sự tăng cường trong việc phân phối công nghệ.

Công ty thay đổi chiến lược tiếp thị của mình để tăng cường việc phân phối công nghệ. Việc này có thể bao gồm tăng cường quảng cáo, khuyến mãi và tạo ra sự hấp dẫn cho người tiêu dùng để mua các sản phẩm công nghệ.

Hàng dự án từ năm 2017 đến năm 2022 biến động vì:

Sự phát triển công nghệ và đổi mới trong khoảng thời gian từ năm 2017 đến 2022. Việc phát triển này làm thay đổi yêu cầu và quy mô của các dự án công nghệ dẫn đến sự biến động trong hàng dự án.

Nhu cầu thị trường công nghệ thay đổi theo thời gian khi các yếu tố kinh tế, xã hội và công nghệ thay đổi. Sự biến động này làm thay đổi quy mô và phạm vi của các dự án công nghệ dẫn đến sự biến động trong hàng dự án.

Những chính sách và quy định về công nghệ thay đổi ảnh hưởng đến quy trình và tiến độ thực hiện dự án công nghệ đồng thời các thay đổi này đã tác động đến kế hoạch và hàng dự án.

Tình hình kinh tế biến động trong khoảng thời gian từ năm 2017 đến 2022 ảnh hưởng đến việc đầu tư và triển khai các dự án công nghệ dẫn đến sự biến động trong hàng dự án. Cùng với các sự kiện bất ngờ như đại dịch, thiên tai, khủng bố hoặc xung đột có thể xảy ra trong khoảng thời gian này. Những sự kiện này gây ra biến động lớn trong hàng dự án công nghệ và yêu cầu điều chỉnh kế hoạch và tiến độ diễn hình như đại dịch Covid-19, chiến tranh giữa Nga và Ukraine.

Doanh nghiệp đã thay đổi chiến lược và ưu tiên kinh doanh của mình dẫn đến sự biến động trong hàng dự án công nghệ điều này thể hiện sự thay đổi trong mục tiêu kinh doanh, tài chính hoặc các lĩnh vực hoạt động khác.

Từ năm 2021 Công ty bắt đầu nhập khẩu mặt hàng Camera vì:

Camera Avigilon được biết đến với chất lượng cao và hiệu suất tốt vì thế công ty đã nhận thấy sự tin tưởng và đánh giá cao về chất lượng của sản phẩm. Đồng thời Avigilon sử dụng công nghệ tiên tiến trong việc phát triển các sản phẩm camera nên vậy giá trị của công nghệ này mang lại cao do đó ATD muốn cung cấp cho khách hàng những giải pháp an ninh hiện đại và đáng tin cậy nhất.

Thị trường camera an ninh đang phát triển mạnh mẽ và có nhu cầu ngày càng tăng về các sản phẩm camera chất lượng cao. Công ty nhận thấy cơ hội kinh doanh trong lĩnh vực này và quyết định nhập khẩu camera Avigilon để đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

Avigilon đã xây dựng mối quan hệ đối tác đáng tin cậy với ATD đảm bảo sự hỗ trợ và dịch vụ tốt. Tân Tiến đánh giá cao mối quan hệ này và quyết định nhập khẩu sản phẩm của Avigilon để tận dụng lợi thế này. Cùng với việc nhập

khẩu camera Avigilon công ty có thể mở rộng danh mục sản phẩm của mình và cung cấp một loạt các giải pháp an ninh đa dạng cho khách hàng.

2.2 Thực trạng hoạt động thu mua trong chuỗi cung ứng của Công ty Tân Tiến

Sau quá trình phỏng vấn và trao đổi trực tiếp với trưởng phòng bộ phận thu mua của công ty Tân Tiến, tác giả đã rút ra được một số ưu điểm và nhược điểm về thực trạng thu mua tại công ty Tân Tiến như sau:

2.2.1 Thực trạng số lượng

Ưu điểm:

Doanh nghiệp có khả năng điều chỉnh quy mô thu mua theo nhu cầu thực tế cho phép công ty linh hoạt trong việc thu mua, tăng giảm số lượng hàng hóa theo yêu cầu của thị trường và tình hình kinh doanh. Bên cạnh đó, vì là doanh nghiệp vừa và nhỏ nên thường mua hàng với quy mô nhỏ hơn so với các doanh nghiệp lớn. Do đó mang lại lợi thế khi đàm phán giá cả với nhà cung cấp, vì họ có thể tận dụng quy mô nhỏ để đàm phán giá thành cạnh tranh và thu được ưu đãi từ nhà cung cấp.

Linh hoạt trong việc tìm kiếm các đối tác cung cấp, lựa chọn nhà cung cấp phù hợp với nhu cầu và nguồn lực của công ty, qua đó họ có thể tìm thấy những nhà cung cấp có chất lượng hàng hóa tốt và giá cả hợp lý. Mặt khác, vì doanh nghiệp mua hàng hóa với số lượng hàng nhỏ nên việc quản lý rủi ro trong kinh doanh sẽ tốt hơn. Bằng việc khi quy mô thu mua nhỏ sẽ tránh được rủi ro liên quan đến tồn kho không bán được hoặc mua hàng hóa không đạt chất lượng yêu cầu.

Doanh nghiệp thường có quan hệ gần gũi và đồng cảm với nhà cung cấp, họ xây dựng mối quan hệ bền vững và tạo ra một môi trường làm việc vui vẻ với những nhà cung ứng từ đó mang lại lợi ích lâu dài cho cả hai bên.

Với việc mua hàng với số lượng ít nên họ thường xuyên tìm kiếm các nhà cung cấp khác nhau để đảm bảo tính đa dạng trong nguồn cung cấp. Qua đó giúp công ty đảm bảo sự linh hoạt và ổn định trong quá trình mua hàng, đồng thời giảm thiểu rủi ro liên quan đến sự phụ thuộc vào một nguồn cung cấp duy nhất. Hơn nữa còn tạo ra cơ hội cho các doanh nghiệp mới tham gia vào hoạt động thu mua, việc mua hàng từ các nhà cung cấp mới giúp họ thúc đẩy sự đổi mới và phát triển của

các công ty khởi nghiệp đồng thời mang lại sự cạnh tranh và lựa chọn cho thị trường.

Nhược điểm:

Vì là công ty vừa và nhỏ với số lượng hàng hóa ít nên Tân Tiến gặp một trở ngại lớn trong rủi ro vận chuyển hàng hóa đây là một trong những vấn đề mà công ty vẫn chưa có hướng giải quyết.

Ngoài ra, việc quản lý kho hàng vẫn đang còn nhiều lập cập vì công ty vẫn còn thiếu hệ thống quản lý hàng hóa qua đó dẫn đến việc không quản lý tốt được hàng hóa khi lưu kho.

2.2.2 Thực trạng chất lượng

Ưu điểm:

Với quy mô nhỏ doanh nghiệp tập trung vào được việc kiểm soát chất lượng của hàng hóa mà họ mua đảm bảo sản phẩm chất lượng cao được chọn và mua vào doanh nghiệp. Họ thực hiện các quy trình kiểm tra chất lượng, đánh giá nhà cung cấp và thu thập thông tin phản hồi từ khách hàng trước khi quyết định mua hàng bảo đảm chất lượng của hàng hóa và dịch vụ được cung cấp.

Doanh nghiệp linh hoạt tùy chỉnh các yêu cầu chất lượng của mình, họ có thể làm việc chặt chẽ với nhà cung cấp để đảm bảo hàng hóa được cung cấp đáp ứng được yêu cầu đặc thù của doanh nghiệp và khách hàng của họ.

Doanh nghiệp đàm phán và thương lượng với nhà cung cấp về các yêu cầu cụ thể về chất lượng mà họ đưa ra để có thể đạt được các thỏa thuận về chất lượng sản phẩm như mong muốn. Ngoài ra, còn xây dựng mối quan hệ gần gũi và tương tác tốt với khách hàng giúp họ nhận được phản hồi nhanh chóng từ khách hàng về chất lượng sản phẩm mà mình cung cấp. Họ có thể sử dụng phản hồi này để cải thiện chất lượng và đáp ứng nhu cầu của khách hàng một cách hơn.

Nhược điểm:

Bên cạnh việc linh hoạt trong việc tìm kiếm nhà cung cấp thì công ty lại chưa có những tiêu chuẩn đánh giá tốt cho quá trình lựa chọn nhà cung cấp phù hợp với họ. Do vậy đây là một trong những nhược điểm của công ty trong quá trình đánh giá chất lượng nhà cung cấp để Tân Tiến có được một nguồn cung cấp hàng hóa chất lượng.

2.2.3 Thực trạng thời gian

Ưu điểm:

Có quy trình quản lý thu mua linh hoạt và nhanh chóng giúp họ đáp ứng nhanh chóng các yêu cầu mua hàng và đảm bảo quá trình thu mua không làm chậm quá trình kinh doanh. Ngoài ra, tương tác tốt với các nhà cung cấp cũng giúp họ dễ dàng trao đổi thông tin, thương lượng và đàm phán, giảm thiểu thời gian cần thiết để đạt được thỏa thuận và xử lý các vấn đề liên quan đến mua hàng.

Khả năng đa dạng hóa nguồn cung cấp giúp công ty tận dụng được sự cạnh tranh giữa các nhà cung cấp và chủ động trong việc lựa chọn nhà cung cấp phù hợp với yêu cầu của mình. Đồng thời, việc có nhiều nguồn cung cấp cũng giúp cho họ giảm thiểu rủi ro và đảm bảo rằng không xảy ra gián đoạn trong chuỗi cung ứng.

Quy trình thu mua của doanh nghiệp đơn giản và không phức tạp sẽ giúp giảm bớt thời gian và công sức cần thiết để thực hiện các bước mua hàng, từ việc xác định nhu cầu, tìm kiếm nhà cung cấp, đặt hàng, đàm phán và xử lý thanh toán. Bên cạnh đó, tối ưu hóa quy trình đặt hàng và giao nhận cũng tiết kiệm thời gian.

Có quy trình thanh toán nhanh chóng với nhà cung cấp, việc sử dụng các phương thức thanh toán điện tử như chuyển khoản ngân hàng hoặc thẻ tín dụng giúp giảm thời gian và công sức cần thiết để xử lý thanh toán. Qua đó giúp doanh nghiệp duy trì mối quan hệ tốt với nhà cung cấp trong quá trình mua hàng diễn ra một cách suôn sẻ.

Nhược điểm:

Do nền kinh tế đang trong quá trình chậm phát triển, qua đó dẫn đến việc thời gian sản xuất ra các mặt hàng thiết bị điện công nghiệp kéo dài làm cho quá trình kinh doanh gặp phải khó khăn trong quá trình cung cấp hàng hóa đến tay của khách hàng. Cụ thể thời gian sản xuất một mặt hàng thông thường là 6 đến 8 tuần kể từ ngày hai bên ký kết hợp đồng thương mại. Nhưng ở thời điểm hiện tại, do khan hiếm nguyên vật liệu đặc biệt là các loại chip điện tử dẫn đến thời gian sản xuất có thể kéo dài đến nửa năm.

2.2.4 Thực trạng chi phí

Ưu điểm:

Doanh nghiệp tận dụng khả năng đa dạng hóa nguồn cung cấp, việc có nhiều nguồn cung cấp giúp doanh nghiệp nắm bắt được sự cạnh tranh giữa các nhà cung cấp và giảm thiểu chi phí mua hàng. Đồng thời, việc có nhiều nguồn cung cấp cũng giúp doanh nghiệp giảm thiểu rủi ro và tình trạng đứt gãy chuỗi cung ứng.

Tận dụng các kênh tiếp thị như mạng xã hội, email marketing, trang web và tìm kiếm trực tuyến để quảng cáo và tiếp thị sản phẩm của họ. So với các hình thức quảng cáo truyền thống như quảng cáo trên truyền hình, báo chí, hoặc đài phát thanh, các hình thức quảng cáo kỹ thuật số thường có chi phí thấp hơn và hiệu quả hơn.

Doanh nghiệp hưởng lợi ít từ các chính sách và ưu đãi từ các nhà cung cấp để tiết kiệm chi phí. Các nhà cung cấp thường có các chương trình khuyến mãi, giảm giá hoặc ưu đãi đặc biệt dành cho các doanh nghiệp lâu năm. Mặc khác, họ cũng biết tận dụng các chính sách thanh toán linh hoạt, như chi trả sau khi nhận hàng, để giảm thiểu tác động tài chính ngắn hạn.

Trong thanh toán, doanh nghiệp tối ưu hóa quy trình thanh toán để giảm thiểu chi phí liên quan đến xử lý thanh toán. Họ sử dụng các phương thức thanh toán điện tử như chuyển khoản ngân hàng hoặc thẻ tín dụng, để giảm thiểu thủ tục giấy tờ và chi phí giao dịch. Đồng thời, việc duy trì mối quan hệ tốt với các nhà cung cấp cũng giúp đàm phán giá thành tốt hơn và giảm chi phí mua hàng.

Nhược điểm:

Vì lí do công ty là đại lí phân phối độc quyền của nhiều hãng thiết bị lớn nên có một số mặt hàng phải nhập khẩu theo điều kiện CIF dẫn đến làm tăng phát sinh thêm chi cho công ty. Cụ thể mặt hàng máy lạnh điều hòa hãng Vertiv nhập theo điều kiện CIF giá trung bình 11000\$ trong đó phần chi phí CIF chiếm lên đến 6% (660\$) cộng với chi phí thủ tục hàng hóa và vận chuyển nội địa tại đầu nhập khẩu là 5% (chưa tính thuế). Như vậy chi phí phát sinh lên đến 11% cho một máy lạnh điều hòa chính xác, trong khi đó nếu như công ty Tân Tiến nhập theo kiểu kiện CIF lựa chọn và cân đối nhà cung cấp thì chi phí cho lô hàng điều hòa không khí chính xác chiếm khoảng 8% đến 9%. Đặc biệt một số hãng tàu nhằm chào giá giá vận chuyển theo điều kiện CIF mà báo giá đầu xuất khẩu thấp sau đó nâng phần

chi phí vận chuyển nội địa tại đầu nhập khẩu nhằm bù lại. Dẫn đến chi phí của công ty tăng lên đáng kể .

2.5 Đánh giá hoạt động thu mua

Căn cứ vào thực trạng hoạt động thu mua của công ty CP Phân Phối Công Nghệ Tân Tiến được trình bày phía trên, qua các chỉ tiêu đánh giá tác giả đã phân tích các ưu điểm và nhược điểm của từng chỉ tiêu. Từ đó đưa ra được điểm mạnh và điểm yếu cho hoạt động thu mua trong chuỗi cung ứng.

2.5.1 Điểm mạnh

Qua việc phân tích và đánh giá về tình hình hoạt động thu mua tại Tân Tiến, tác giả đưa ra kết quả về những điểm mạnh mà công ty đang có không phải công ty nào cũng có được:

Đầu tiên, có khả năng thay đổi linh hoạt về quy mô mua hàng và lựa chọn nhà cung cấp cho công ty từ đó giúp công ty tránh được tình trạng phụ thuộc vào một nhà cung cấp duy nhất. Ngoài ra, công ty còn tạo dựng được mối quan hệ gần gũi với nhà cung cấp mang lại nhiều lợi ích lâu dài cho công ty sau này.

Thứ hai, dễ dàng tập trung vào kiểm tra chất lượng hàng hóa thu mua và linh hoạt điều chỉnh chất lượng hàng hóa để phù hợp với yêu cầu khách hàng của công ty. Mặt khác, họ thường đàm phán và thương lượng với nhà cung cấp về các yêu cầu chất lượng sản phẩm mà công ty mong muốn.

Thứ ba, có quy trình quản lý thu mua linh hoạt nhanh chóng nên rút ngắn được thời gian chờ sản phẩm của khách hàng. Sử dụng công nghệ trong hoạt động thu mua giúp tiết kiệm được thời gian và khả năng đa dạng hóa sản phẩm mang lại lợi thế cạnh tranh cho công ty. Cuối cùng là có quy trình thu mua và thanh toán đơn giản giúp công ty giảm bớt thời gian, công sức thực hiện các bước mua hàng.

Thứ tư, khả năng đa dạng hóa nhà cung cấp và tận dụng được các kênh tiếp thị mới giúp họ giới thiệu được sản phẩm của mình đến với khách hàng đồng thời tiết kiệm được chi phí hơn so với các kênh tiếp thị truyền thống. Ngoài ra, công ty còn tận dụng được các chính sách ưu đãi của nhà cung cấp giúp cho họ tiết kiệm được một phần chi phí sản phẩm đầu vào, song song đó với quy trình thanh toán đơn giản công ty cũng tiết kiệm được chi phí cho các bước trung gian.

2.5.2 Điểm yếu

Bên cạnh những điểm mạnh, công ty cũng còn một số nhược điểm còn tồn tại trong hoạt động thu mua nên không thể phát huy hết khả năng của mình. Dưới đây là một số điểm yếu của công ty trong hoạt động thu mua mà tác giả đã đưa ra được:

Thứ nhất, chưa quản trị được rủi ro trong quá trình vận chuyển hàng hóa đây là một vấn đề mà công ty vẫn chưa có hướng giải quyết. Hơn nữa, việc quản lí kho hàng vẫn đang còn nhiều lập cập vì còn thiếu hệ thống quản lý hàng hóa qua đó dẫn đến việc không quản lý tốt được hàng hóa khi lưu kho.

Thứ hai, công ty chưa có những tiêu chuẩn đánh giá tốt cho quá trình lựa chọn nhà cung cấp phù hợp với họ. Vì thế đây là một trong những yếu điểm của công ty trong quá trình đánh giá chất lượng nhà cung cấp.

Thứ ba, vì nền kinh tế đang trong quá trình chậm phát triển qua đó dẫn đến việc thời gian sản xuất ra các mặt hàng thiết bị điện công nghiệp kéo dài làm cho quá trình kinh doanh gặp phải khó khăn trong quá trình cung cấp hàng hóa đến tay của khách hàng.

Thứ tư, là đại lí phân phối độc quyền của nhiều hãng thiết bị lớn nên có một số mặt hàng phải nhập khẩu theo điều kiện CIF dẫn đến phát sinh thêm chi phí cho công ty.

TÓM TẮT CHƯƠNG 2

Tác giả đã trình bày xong chương 2 về tổng quan công ty CP Phân Phối Công Nghệ Tân Tiến và hoạt động thu mua của công ty trong 5 năm gần đây. Tác giả cũng đã trình bày thực trạng hoạt động thu mua của công ty qua 4 chỉ tiêu đánh giá từ đó đưa ra ưu và nhược điểm của từng tiêu chí và đồng thời cũng phân tích sự tác động của những nhân tố nguồn lực, quy trình thu mua, nhà cung cấp, đối thủ cạnh tranh, chính sách kinh tế về mức độ ảnh hưởng của nó đến hoạt động. Song song đó bằng việc khảo sát thực tế và chạy thống kê mô tả từ dữ liệu thu thập được từ ý kiến nhân viên tác giả cũng đã rút ra được điểm mạnh và điểm yếu của hoạt động thu mua. Dựa trên cơ sở này, trong chương 3 tác giả sẽ tiến hành đề xuất ra các giải pháp nhằm hoàn thiện hoạt động thu mua cho công ty Tân Tiến.

CHƯƠNG 3: CÁC GIẢI PHÁP NHẪM HOÀN THIỆN HOẠT ĐỘNG THU MUA TRONG CHUỖI CUNG ỨNG TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN PHÂN PHỐI CÔNG NGHỆ TÂN TIẾN.

3.1 Kết luận

Cùng với sự phát triển kinh tế của khu vực và thế giới đồng thời là sự phát triển của Tân Tiến, việc tập trung hoàn thiện và nâng cao chất lượng hoạt động thu mua trong chuỗi cung ứng của công ty đã giúp rất nhiều vào việc thực hiện mục tiêu hoạt động kinh doanh chung của doanh nghiệp. Bằng cách hoàn thiện hoạt động thu mua sẽ làm cơ sở tiền đề mang lại điều kiện thuận lợi cho sự phát triển của công ty.

Từ việc tìm hiểu thực trạng của hoạt động thu mua thông qua các chỉ tiêu đánh giá về số lượng, chất lượng, thời gian và chi phí tác giả đã nhận thấy với mỗi tiêu chí vẫn còn tồn tại những yếu điểm của chúng qua đó đưa ra các giải pháp nhằm hoàn thiện hoạt động thu mua, tác giả sẽ tập trung vào hoàn thiện các yếu điểm của hoạt động về:

Chi phí vận chuyển của một số loại hàng vẫn còn cao vì phải nhập khẩu hàng hóa theo điều kiện bắt buộc do đó công ty không quản lý được chi phí phát sinh của nó.

Thời gian sản xuất của các thiết bị điện đang bị kéo dài vì nên kinh tế ddang trong quá trình phát triển chậm do vậy công ty gặp khó khăn trong việc cung cấp sản phẩm đến khách hàng đúng thời gian.

Chưa quản trị được rủi ro trong quá trình vận chuyển hàng hóa đây là một vấn đề khó mà công ty chưa có hướng giải quyết.

Việc quản lý kho hàng vẫn còn nhiều bất cập vì công ty vẫn còn thiếu hệ thống quản lý hàng hóa nên dẫn đến việc hàng hóa lưu kho không được quản lý tốt.

Công ty vẫn chưa có tiêu chuẩn đánh giá tốt cho quá trình lựa chọn nhà cung cấp phù hợp với mình.

Với những yếu điểm trên tác giả sẽ đưa ra các giải pháp phù hợp nhất với khả năng có thể thực hiện được của công ty Tân Tiến nhằm giúp hoàn thiện và

nâng cao hiệu quả hoạt động thu mua trong chuỗi cung ứng từ đó góp phần phát triển Tân Tiến như định hướng tương lai.

3.2 Định hướng phát triển Tân Tiến trong thời gian tới

Đối với định hướng của công ty trong thời gian tới chính là trở thành một nhà phân phối các sản phẩm công nghệ hàng đầu bằng việc tăng cường kinh doanh, nâng cao chất lượng sản phẩm và tăng cường xây dựng mối quan hệ tốt đẹp với những nhà cung cấp để có thể có được nguồn hàng chất lượng được hưởng nhiều chính sách ưu đãi nhằm mang lại nhiều doanh thu hơn cho công ty. Để có thể trở thành một trong những nhà phân phối sản phẩm công nghệ hàng đầu trong lĩnh vực công nghệ thì công ty CP Phân Phối Công Nghệ Tân Tiến cần cố gắng hơn nữa và có những định hướng rõ ràng để phát triển công ty trong tương lai.

Đầu tiên về định hướng kinh doanh cho công ty trong những năm tiếp theo, với xu thế toàn cầu hóa nền kinh tế như hiện nay nếu công ty nắm bắt được nó thì sẽ mang lại nhiều lợi ích cho công ty. Do đó mà định hướng trong những năm tiếp theo của công ty sẽ tăng cường kinh doanh thêm nhiều mặt hàng mới để đa dạng hóa các mặt hàng giúp khách hàng có thêm nhiều sự lựa chọn. Bên cạnh đó, công ty cũng sẽ nâng cấp chất lượng các mặt hàng chính họ kinh doanh từ trước đến nay để mang lại sự thỏa mãn của khách hàng khi sử dụng các sản phẩm do Tân Tiến cung cấp.

Tiếp theo, về nguồn nhân lực của công ty thì theo như định hướng của Tân Tiến sẽ tập trung vào bồi dưỡng nâng cao chất lượng của nhân viên thông qua các khóa đào tạo chuyên nghiệp ngắn hạn và dài hạn.

Riêng đối với hoạt động thu mua trong chuỗi cung ứng, công ty Tân Tiến sẽ định hướng thực hiện hoàn thiện quy trình theo chuẩn quốc tế đồng thời sẽ nâng cấp cơ sở hạ tầng để hoàn thiện hơn giúp hỗ trợ quy trình song song vào đó cũng nâng cao chất lượng nguồn nhân lực bộ phận thu mua cả về kiến thức và kỹ năng để mang lại hiệu quả hơn cho hoạt động thu mua.

Tóm lại với định hướng phát triển của công ty Tân Tiến như vậy thì khá hợp lý với tình hình thực tế kinh tế hiện tại và xu hướng toàn cầu. Dựa vào thực trạng của hoạt động thu mua thông qua các chỉ tiêu đã trình bày chương 2, tác giả sẽ đưa ra một số giải pháp cho những hạn chế của hoạt động thu mua.

3.3 Các giải pháp nhằm hoàn thiện hoạt động thu mua trong chuỗi cung ứng Tân Tiến

Với việc hoàn thiện hoạt động thu mua có ý nghĩa lớn lao đối với sự phát triển của công ty. Quy mô công ty ngày càng mở rộng thì ý nghĩa của hoạt động thu mua càng được thể hiện rõ nét hơn. Để cho hoạt động thu mua ngày càng hoàn thiện đòi hỏi cần phải có những giải pháp phát huy thế mạnh và khắc phục được những mặt hạn chế tác động từ đó giúp cho Tân Tiến phát triển đúng định hướng đã đề ra và mang lại được kết quả tốt nhất.

Với việc phân tích thực trạng hoạt động thu mua trong chuỗi cung ứng của công ty Tân Tiến ở chương 2 thông qua các chỉ tiêu đánh giá về số lượng, chất lượng, thời gian, chi phí tác giả đã đưa ra các ưu điểm và những nhược điểm vẫn còn tồn tại. Do đó, cần phải có những giải pháp để khắc phục những nhược điểm để giúp hoạt động thu mua trong chuỗi cung ứng hoàn thiện hơn mang lại hiệu quả hoạt động tốt nhất cho Tân Tiến.

3.3.1 Giảm chi phí vận chuyển

Để hoạt động thu mua của công ty được hiệu quả và mang lại nhiều lợi nhuận thì giảm chi phí đóng vai trò then chốt. Khi chi phí vận chuyển giảm sẽ làm cho tổng chi phí chung đồng thời cũng giảm theo. Vì vậy, sau đây là một số giải pháp mà tác giả đưa ra để công ty tham khảo và áp dụng:

Đầu tiên, công ty có thể tìm hiểu và so sánh giá vận chuyển từ nhiều nhà cung cấp khác nhau để lựa chọn nhà cung cấp có giá tốt nhất. Song song đó, việc tận dụng các chương trình khuyến mãi, giảm giá vận chuyển từ các nhà cung cấp hoặc các dịch vụ vận chuyển cũng làm giảm được một phần chi phí.

Tiếp đến, việc kết hợp mua hàng với những đối tác khác để chia sẻ chi phí vận chuyển. Công ty có thể tìm những đối tác cùng quan tâm đến sản phẩm và hợp tác mua chung để tiết kiệm chi phí vận chuyển.

Đặt hàng trực tiếp từ nhà cung cấp để hạn chế chi phí trung gian. Công ty liên hệ trực tiếp với nhà cung cấp để đặt hàng và sắp xếp vận chuyển, giảm bớt chi phí từ các đại lý trung gian.

Công ty đặt hàng trước để có thời gian tìm hiểu và so sánh giá vận chuyển từ nhiều nhà cung cấp khác nhau. Bằng cách này có thể giúp họ đảm bảo được giá vận chuyển tốt nhất và tiết kiệm được chi phí vận chuyển.

Tận dụng các thời điểm khuyến mãi trong năm để đặt hàng bằng cách theo dõi các chương trình khuyến mãi, giảm giá của các nhà cung cấp để đặt hàng trong các thời điểm có giá ưu đãi. Như vậy, công ty có thể mua hàng với giá rẻ hơn và giảm thiểu được chi phí vận chuyển.

Nếu công ty mua hàng thường xuyên từ cùng một nhà cung cấp thì hãy trao đổi với họ về việc đàm phán chi phí vận chuyển để có thể mang lại được mức giá ưu đãi hoặc thỏa thuận về chi phí vận chuyển thấp hơn.

3.3.2 Kế hoạch thời gian mua hàng

Để có thể tiết kiệm được thời gian và không gián đoạn hoạt động kinh doanh của công ty đồng thời sử dụng thời gian hợp lý, tác giả đưa ra một số giải pháp nhằm tiết kiệm thời gian mà công ty có thể áp dụng:

Đánh giá lại lịch trình mua hàng của công ty và điều chỉnh nếu cần. Xem xét các mục hàng có thể được mua sớm hơn hoặc thay thế bằng các sản phẩm tương đương từ các nhà cung cấp khác để có thể đảm bảo hàng cấp cho khách hàng. Nếu công ty biết rằng thời gian sản xuất sẽ bị kéo dài, hãy đặt hàng trước để đảm bảo rằng công ty sẽ có đủ hàng khi cần.

Nếu nhà cung cấp hiện tại không thể đáp ứng yêu cầu của công ty thì hãy xem xét tìm nhà cung cấp khác có thể cung cấp hàng hóa trong thời gian ngắn hơn. Theo dõi quá trình sản xuất và giao hàng để hạn chế về thời gian được xử lý và các biện pháp phòng ngừa được áp dụng để tránh tình trạng này xảy ra dài hạn trong tương lai.

Nếu thời gian sản xuất bị kéo dài, hãy xem xét các tùy chọn vận chuyển khác như giao hàng nhanh để đảm bảo rằng hàng hóa sẽ đến đúng thời hạn. Tăng cường quản lý kho của công ty để đảm bảo có đủ tồn kho để đáp ứng nhu cầu trong thời gian sản xuất kéo dài.

Nếu không thể đáp ứng được nhu cầu mua hàng trong thời gian sản xuất bị kéo dài thì hãy xem xét tìm kiếm các giải pháp tạm thời như sử dụng sản phẩm thay thế để đảm bảo hoạt động kinh doanh tiếp tục. Hơn nữa cần xem xét thay đổi

kế hoạch tiếp thị của công ty để thông báo cho khách hàng về tình huống và cung cấp thông tin cập nhật về thời gian giao hàng mới

Liên lạc và thảo luận với khách hàng để giải thích tình huống và cung cấp hỗ trợ từ phía công ty để giữ chân khách hàng và duy trì mối quan hệ kinh doanh.

3.3.3 Quản trị rủi ro trong quá trình vận chuyển

Để hạn chế được rủi ro trong quá trình vận chuyển hàng hóa nhằm để hàng hóa được an toàn từ nơi cung cấp đến kho của công ty, tác giả đề xuất một số giải pháp nhằm hạn chế rủi ro mà công ty có thể áp dụng:

Công ty cần xác định các rủi ro tiềm năng trong quá trình vận chuyển hàng, bao gồm các vấn đề như mất mát, hư hỏng, trễ hẹn giao hàng, và trộm cắp. Đánh giá xem rủi ro nào có thể xảy ra và ảnh hưởng như thế nào đến hoạt động. Xác định nguồn gốc của các rủi ro đã xác định như khâu gói hàng, vận chuyển, xử lý hàng hóa, hoặc điều kiện môi trường điều này giúp công ty tập trung vào các khu vực cần cải thiện để giảm thiểu rủi ro.

Chọn nhà vận chuyển đáng tin cậy và có kinh nghiệm để đảm bảo rằng hàng hóa được vận chuyển một cách an toàn và đúng thời gian. Nghiên cứu và so sánh các nhà vận chuyển khác nhau trước khi đưa ra quyết định. Đưa ra các biện pháp bảo vệ để giảm thiểu rủi ro trong quá trình vận chuyển ví dụ sử dụng bao bì chất lượng cao, bảo hiểm hàng hóa, theo dõi bằng công nghệ, và áp dụng các quy trình kiểm tra chất lượng.

Đảm bảo nhân viên liên quan đến quá trình vận chuyển được đào tạo về các quy trình an toàn và biện pháp phòng ngừa rủi ro bao gồm việc hướng dẫn về cách xử lý hàng hóa, sử dụng thiết bị bảo vệ, và giải quyết các tình huống khẩn cấp. Theo dõi và kiểm tra quá trình vận chuyển để đảm bảo các biện pháp bảo vệ đang được áp dụng một cách hiệu quả. Sử dụng công nghệ và hệ thống theo dõi để giám sát tình trạng hàng hóa và định vị vị trí trong thời gian thực ví dụ Internet of Things (IoT).

3.3.4 Bổ sung hệ thống quản lý hàng hóa

Để cho hệ thống quản lý hàng hóa của công ty được hoạt động hiệu quả cũng như nhằm để đảm bảo hàng hóa được bảo quản tốt nhất khi lưu kho, tác giả

đề xuất một số giải pháp bổ sung hệ thống quản lý hàng hóa mà công ty có thể áp dụng:

Đầu tư vào phần mềm quản lý hàng hóa để quản lý thông tin chi tiết về hàng hóa, bao gồm số lượng, vị trí, ngày hết hạn, thông tin về nhà cung cấp, và các mục tiêu khác ví dụ phần mềm ERP. Đồng thời lên kế hoạch và thực hiện kiểm kê hàng hóa định kỳ để xác nhận số lượng và chất lượng hàng hóa có sẵn trong kho điều đó giúp phát hiện và giải quyết sự mất mát hoặc hủy hỏng hàng hóa kịp thời.

Xây dựng hệ thống lưu trữ hàng hóa hợp lý để tối ưu hóa không gian và tiện lợi trong việc tìm kiếm và truy xuất hàng hóa. Sử dụng mã vạch hoặc mã QR để đánh dấu và xác định các vị trí lưu trữ. Đảm bảo nhân viên được đào tạo về việc sử dụng hệ thống quản lý hàng hóa và hiểu rõ các quy trình và quy định liên quan giúp tăng sự chính xác và hiệu quả trong việc quản lý hàng hóa.

Tuân thủ các tiêu chuẩn chất lượng và quy định liên quan đến quản lý hàng hóa, bao gồm kiểm tra hàng hóa trước khi xuất kho, đảm bảo điều kiện bảo quản phù hợp và đảm bảo tuân thủ các quy định về an toàn và bảo mật. Xây dựng mối quan hệ đáng tin cậy và hợp tác với các đối tác và nhà cung cấp có kinh nghiệm để đảm bảo chất lượng và sự tin cậy của hàng hóa.

Sử dụng phần mềm quản lý kho để theo dõi số lượng hàng hóa, quản lý vị trí lưu trữ, và tối ưu hóa quá trình nhập xuất hàng điều này giúp giảm thiểu sai sót và tăng cường hiệu suất trong quản lý hàng hóa ví dụ như phần mềm Cloudify. Sử dụng dữ liệu lịch sử và dự báo để tự động đặt hàng khi cần thiết giúp tránh thiếu hàng hoặc tồn kho dư thừa, đồng thời tối ưu hóa quá trình cung ứng.

Áp dụng công nghệ IoT để giám sát thời gian thực về vị trí, nhiệt độ, độ ẩm và các yếu tố khác của hàng hóa trong quá trình vận chuyển đảm bảo chất lượng và an toàn của hàng hóa. Nhân viên được đào tạo về quy trình và kỹ năng quản lý hàng hóa bao gồm việc đào tạo về sử dụng phần mềm quản lý kho, quy trình kiểm tra chất lượng và các kỹ năng liên quan đến vận chuyển và lưu trữ hàng hóa.

3.3.5 Xây dựng hệ thống tiêu chuẩn đánh giá nhà cung cấp

Để công ty có một hệ thống đánh giá tiêu chuẩn đánh giá nhà cung cấp một cách tốt nhất nhằm giúp cho công ty lựa chọn được nhà cung cấp phù hợp với công ty, tác giả đưa ra một số giải pháp mà công ty có thể áp dụng dùng để xây dựng:

Xác định các tiêu chí quan trọng để đánh giá nhà cung cấp bao gồm chất lượng sản phẩm/dịch vụ, hiệu suất giao hàng, độ tin cậy, đội ngũ nhân viên, quy trình sản xuất và khả năng đáp ứng nhu cầu. Thiết lập các phương pháp và công cụ để đánh giá nhà cung cấp ví dụ việc tạo ra bảng điểm, biểu đồ và các tiêu chí đánh giá cụ thể giúp tạo ra một hệ thống đánh giá rõ ràng và khách quan.

Thu thập thông tin từ các nguồn khác nhau như phản hồi từ khách hàng, kiểm tra chất lượng, đánh giá hiệu suất giao hàng và phản hồi từ nhân viên. Đồng thời dựa trên các tiêu chí và thông tin thu thập được, đánh giá và xếp hạng nhà cung cấp. Sử dụng hệ thống đánh giá để xác định những nhà cung cấp đáng tin cậy và đáp ứng yêu cầu của công ty.

Gắn kết nhà cung cấp bằng cách thiết lập một quan hệ đối tác dựa trên sự tin cậy và tương tác tốt bao gồm việc thiết lập kênh giao tiếp liên tục và định kỳ, cung cấp phản hồi và khuyến nghị để cải thiện chất lượng và hiệu suất. Theo dõi và đánh giá hiệu quả của hệ thống đánh giá nhà cung cấp. Từ đó, tìm kiếm cơ hội cải tiến và áp dụng các biện pháp để nâng cao quy trình đánh giá và tăng cường quản lý nhà cung cấp.

TÓM TẮT CHƯƠNG 3

Trên cơ sở lý luận và nghiên cứu thực tế tại công ty Tân Tiến, tác giả đã trình bày những giải pháp nhằm hoàn thiện và nâng cao hiệu quả hoạt động thu mua trong chuỗi cung ứng của Tân Tiến dựa vào tình trạng thực tế và định hướng phát triển của nó. Để hoàn thiện hoạt động thu mua là việc khó khăn vì đòi hỏi phải có sự phối hợp của tất cả các bộ phận của công ty.

Với những giải pháp mà tác giả đã đưa ra, hy vọng công ty Tân Tiến có thể tham khảo, xem xét và áp dụng nhằm để xây dựng và hoàn thiện hoạt động thu mua qua đó mang lại nhiều lợi ích cho công ty.

KẾT LUẬN

Với sự phát triển ngày càng nhanh của nền kinh tế đất nước, để công ty CP Phân Phối Công Nghệ Tân Tiến có thể phát triển xứng tầm với khả năng vốn có của mình thì công ty cần tập trung chú trọng vào mọi hoạt động hơn nữa đặc biệt là hoạt động thu mua. Sau nghiên cứu này, chúng ta dễ dàng thấy rằng hoạt động thu mua tại Tân Tiến chịu ảnh hưởng của các yếu tố bên trong và bên ngoài song song là những mặt còn hạn chế của hoạt động thông qua các chỉ tiêu đánh giá. Do đó, để hoạt động này phát triển mạnh thì đòi hỏi có sự hỗ trợ của tất cả các bộ phận của công ty.

Qua quá trình nghiên cứu và đánh giá thực tiễn, hoạt động thu mua tại công ty Tân Tiến vẫn còn nhiều nhược điểm và hạn chế mà nó còn tồn tại và chưa cải thiện. Với những yếu điểm đó, Tân Tiến cần phải có cái nhìn tổng thể và đưa ra những kế hoạch khắc phục đồng thời cần phát huy những điểm mạnh của mình để giúp hoạt động thu mua có thể theo kịp với tốc độ phát triển của công ty. Đối với những nhược điểm mà tác giả đã đánh giá thông qua thực trạng của hoạt động thu mua đó là chi phí vận chuyển, nguồn nhân lực, quy trình thu mua, kho chứa, chất lượng nhân lực của bộ phận thu mua. Vì vậy, công ty Tân Tiến cần tập trung cải thiện và nâng cao hiệu quả của những nhược điểm này nhằm tạo ra điều kiện thuận lợi nhất cho hoạt động thu mua trong chuỗi cung ứng phát triển.

Để hoàn thành được khóa luận tốt nghiệp này, em xin chân thành cảm ơn sự giúp đỡ và đóng góp ý kiến của thầy Huỳnh Minh Tâm. Mặc dù cố gắng hoàn thiện nhưng với sự hạn chế kiến thức và thời gian thì nghiên cứu không thể tránh được những thiếu sót. Kính mong nhận được các ý kiến đóng góp của quý thầy cô để nghiên cứu được hoàn thiện hơn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Công ty Cổ phần Phát triển Thương mại Châu Á. (2009). *Trang chủ*. Retrieved from ATD: <https://atdc.com.vn/>
- F. Robert Jacobs, Richard B. Chase. (2014). In *Quản trị vận hành và chuỗi cung* (pp. 26-27). TP. Hồ Chí Minh: Nhà xuất bản Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.
- Giang, L. K. (2019). *Giải pháp hoàn thiện hoạt động thu mua trong chuỗi cung ứng tại công ty TNHH công nghiệp nặng Doosan Việt Nam*.
- Michael H. Hugos. (2010). In *Tinh hoa quản trị chuỗi cung ứng* (pp. 35-39). Tp. Hồ Chí Minh: Nhà Xuất Bản Tổng Hợp Tp. Hồ Chí Minh.
- Michael. H. Hugos. (2018). In *Nguyên lý quản trị chuỗi cung ứng* (pp. 29-40). Nhà xuất bản Thế Giới.
- Robert M. Monczka, Robert B. Handfield, Larry C. Giunipero, & James L.Patterson. (2009). In *Purchasing & Supply Chain Management* (pp. 21-49). South – Western Cengage.