

The Saigon International
University



Khóa luận
tốt nghiệp

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Ngành

Logistics và Quản lý chuỗi cung ứng

Đề tài:

Phân tích quy trình thu mua quốc tế tại Công ty TNHH Điện tử TMTECH

Giảng viên hướng dẫn

Th.S Võ Văn Tiên

Sinh viên

Nguyễn Trần Uyên Thanh

MSSV: 34012001912



Lewis Campus

Email: admission@siu.edu.vn

Website: www.siu.edu.vn

LỜI CAM ĐOAN

Tác giả xin cam đoan đề tài “Phân tích quy trình thu mua quốc tế tại công ty TNHH Điện Tử TMTECH” là một khóa luận nghiên cứu độc lập của tác giả dưới sự hướng dẫn của giáo viên hướng dẫn Th.S Võ Văn Tiên. Trong bài khóa luận các số liệu phục vụ việc phân tích, nhận xét, đánh giá được thu tham khảo từ các nguồn khác nhau đều được tác giả trích dẫn tài liệu tham khảo rõ ràng và chú thích cụ thể.

Tác giả xin chịu trách nhiệm về lời cam đoan này.

TP Hồ Chí Minh, ngày tháng năm 2024

Sinh viên cam đoan

Nguyễn Trần Uyên Thanh

LỜI CẢM ƠN

Lời đầu tiên, để hoàn thành bài khóa luận tốt nghiệp “Phân tích quy trình thu mua quốc tế tại công ty Tnhh Điện Tử TMTECH”, tác giả xin được bày tỏ lòng biết ơn đến với toàn thể giảng viên tại Trường Đại học Quốc tế Sài Gòn nói chung và giảng viên ngành Logistics và Quản lý chuỗi cung ứng khoa Kinh doanh và Luật nói riêng đã giúp đỡ, truyền đạt cho em các kiến thức quý báu liên quan đến ngành Logistics và Quản lý chuỗi cung ứng cả về lý thuyết và thực tiễn cũng như các kỹ năng sống trong quá trình học tập để tác giả có thể vận dụng vào đề tài khóa luận.

Bên cạnh đó, tác giả cũng xin được gửi lời cảm ơn đến toàn thể quý Công ty Tnhh Điện Tử TMTECH đã quan tâm, hướng dẫn và tạo điều kiện thuận lợi cho tác giả trong môi trường làm việc để tác giả có thể hoàn thành bài khóa luận một cách suôn sẻ.

Đặc biệt, tác giả xin bày tỏ lòng biết ơn chân thành và lời cảm ơn sâu sắc nhất đến thầy Th.S Võ Văn Tiên. Thầy đã tận tình chỉ dạy, quan tâm định hướng, giúp đỡ hết mình và đưa ra góp ý trong quá trình thực hiện đề tài của tác giả. Những hướng dẫn của Thầy chính là bài học quý giá không thể thiếu để tác giả có thể hoàn thiện đề tài khóa luận một cách tốt nhất.

Trong quá trình thực hiện đề tài khóa luận, mặc dù đã nỗ lực nhưng vẫn khó tránh khỏi việc trình độ lý luận cũng như kinh nghiệm thực tiễn còn hạn chế của tác giả mà xảy ra những thiếu sót. Vì vậy, tác giả rất mong nhận được sự thông cảm và góp ý của Quý Thầy, Cô để đề tài khóa luận tốt nghiệp được hoàn thiện hơn.

Tác giả xin kính chúc Trường Đại học Quốc tế Sài Gòn, toàn thể giảng viên khoa Quản Trị Kinh Doanh và khoa Logistics - Quản lý chuỗi cung ứng luôn thành công trong con đường giảng dạy. Kính chúc Ban lãnh đạo và tập thể cán bộ, nhân viên Công ty Tnhh Điện Tử TMTECH luôn gặt hái được nhiều thành công trong công việc.

Tác giả xin chân thành cảm ơn!

MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU	8
1. Lý do chọn đề tài.....	8
2. Mục tiêu nghiên cứu.....	8
2.1. Mục tiêu tổng quát	8
2.2. Mục tiêu cụ thể.....	8
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	8
3.1. Đối tượng nghiên cứu.....	8
3.2. Phạm vi nghiên cứu.....	8
4. Phương pháp nghiên cứu.....	9
5. Kết cấu của đề tài	9
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN.....	10
1.1. Tổng quan về thu mua	10
1.1.1. Khái niệm thu mua và tầm quan trọng của thu mua.....	10
1.1.2. Vai trò của thu mua	11
1.1.3. Mục tiêu của thu mua	12
1.1.4. Chức năng của thu mua.....	12
1.2. Quy trình thu mua.....	12
1.2.1. Xác định nhu cầu.....	12
1.2.2. Nghiên cứu và lựa chọn nhà cung cấp	14
1.2.3. Đưa ra quyết định mua.....	17
1.2.4. Xác định nhà nhà cung cấp	17
1.2.5. Đặt hàng, ký hợp đồng mua	18
1.2.6. Nhập hàng	19
1.2.7. Đánh giá sau thu mua	19
1.3. Chiến lược thu mua.....	19
1.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến quá trình thu mua	20

1.4.1. Yếu tố bên trong	20
1.4.2. Yếu tố bên ngoài	21
TÓM TẮT CHƯƠNG 1	23
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG QUY TRÌNH THU MUA QUỐC TẾ CỦA CÔNG TY TNHH ĐIỆN TỬ TMTECH	24
2.1. Giới thiệu tổng quan về công ty Tnhh Điện Tử TMTECH	24
2.1.1. Giới thiệu về công ty Tnhh Điện Tử TMTECH.....	24
2.1.2. Quá trình hình thành của công ty Tnhh Điện Tử TMTECH.....	24
2.1.3. Quá trình phát triển của công ty Tnhh Điện Tử TMTECH	25
2.1.4. Giới thiệu cơ cấu tổ chức của công ty Tnhh Điện Tử TMTECH.....	25
2.1.5. Lĩnh vực hoạt động của Công ty Tnhh Điện Tử TMTECH.....	28
2.2. Phân tích thực trạng quy trình thu mua tại Công ty Tnhh Điện Tử TMTECH	29
2.2.2. Nhận đề nghị mua hàng.....	30
2.2.3. Thu thập và tổng hợp thông tin của các nhà cung cấp	30
2.2.4. Đánh giá đơn vị cung ứng.....	30
2.2.5. Phê duyệt đơn vị cung ứng	31
2.2.6. Thiết lập đơn hàng, hợp đồng mua hàng.....	31
2.2.7. Giao nhận sản phẩm	31
2.2.8. Kiểm tra nguyên vật liệu và tiến hành nhập kho	31
2.3. Đánh giá quy trình thu mua.....	32
2.3.1. Ưu điểm và thuận lợi.....	32
2.3.2. Nhược điểm và hạn chế.....	32
2.4. So sánh quy trình thu mua của Công ty Tnhh TMTECH so với cơ sở lý luận	34
TÓM TẮT CHƯƠNG 2	35
CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP VÀ KIẾN NGHỊ	36
3.1. Định hướng phát triển	36
3.1.1. Định hướng phát triển của công ty.....	36

3.1.2. Định hướng phát triển quy trình thu mua	39
3.2. Giải pháp và kiến nghị.....	40
3.2.1. Giải pháp	40
3.2.2. Kiến nghị	41
TÓM TẮT CHƯƠNG 3.....	42
KẾT LUẬN.....	43
TÀI LIỆU THAM KHẢO	44

LỜI MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Mua sắm toàn cầu là một khía cạnh quan trọng của kinh doanh hiện đại, nhưng chính xác thì nó đòi hỏi điều gì và tại sao nó lại quan trọng đến vậy? Trong thế giới toàn cầu hóa ngày nay, các công ty cần có khả năng tìm nguồn hàng hóa và dịch vụ từ khắp nơi trên thế giới để duy trì tính cạnh tranh. Nhưng với sự phức tạp ngày càng tăng của chuỗi cung ứng, việc điều hướng quá trình này có thể gặp nhiều thách thức. Đó là lúc hoạt động mua sắm toàn cầu xuất hiện - một cách tiếp cận chiến lược cho phép các doanh nghiệp quản lý các hoạt động tìm nguồn cung ứng của họ trên quy mô quốc tế. Từ việc giảm chi phí và giảm thiểu rủi ro đến cải thiện chất lượng và tăng cường đổi mới, có nhiều lý do khiến hoạt động mua sắm toàn cầu đóng vai trò quan trọng như vậy trong nền kinh tế ngày nay

2. Mục tiêu nghiên cứu

2.1. Mục tiêu tổng quát

Mục tiêu nghiên cứu tổng quát của đề tài là phân tích thực trạng về quy trình thu mua quốc tế và đưa ra đánh giá giữa quy trình thu mua trên cơ sở lý thuyết và trên thực tế của Công ty TNHH Điện Tử TMTECH nhằm hoàn thiện hơn quy trình thu mua.

2.2. Mục tiêu cụ thể

Đề tài hướng đến các mục tiêu cụ thể như sau:

- Thứ nhất, khái quát cơ sở lý luận về quy trình thu mua;
- Thứ hai, phân tích và đánh giá thực trạng về quy trình thu mua quốc tế tại Công ty TNHH Điện Tử TMTECH;
- Thứ ba, đề xuất một số giải pháp và kiến nghị nhằm hoàn thiện hơn quy trình thu mua quốc tế tại Công ty TNHH Điện Tử TMTECH.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

3.1. Đối tượng nghiên cứu

Quy trình thu mua quốc tế của Công ty TNHH Điện Tử TMTECH

3.2. Phạm vi nghiên cứu

Phạm vi không gian nghiên cứu: Công ty TNHH Điện Tử TMTECH tại Số 28 Đường số 10, Khu phố 3, Phường Linh Trung, Thành phố Thủ Đức, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam.

Phạm vi thời gian nghiên cứu: Nghiên cứu được thực hiện tại Trường Đại học Quốc tế Sài Gòn, từ 15/06/2024 đến 10/07/2024.

4. Phương pháp nghiên cứu

- **Phương pháp thu thập, xử lý, tổng hợp thông tin:** Tác giả tiến hành thu thập các tài liệu, tư liệu, văn bản có liên quan đến công tác thu mua. Từ đó, chọn lọc ra những thông tin có tính khoa học, tham khảo được để đưa vào đề tài.

- **Phương pháp nghiên cứu tài liệu:** Tìm hiểu, phân tích, so sánh, tổng hợp và hệ thống hóa lý thuyết về công tác thu mua tại văn phòng.

- **Phương pháp quan sát trực tiếp:** Tác giả tận dụng thời gian được thực tập tại Bộ phận Thu Mua của Công ty TNHH Điện Tử TMTECH để tìm hiểu thực trạng công tác văn phòng nói chung và công tác thu mua nói riêng.

- **Phương pháp so sánh, đối chiếu:** Từ cơ sở nghiên cứu tài liệu, tổng hợp cơ sở lý luận và quan sát thực tiễn để so sánh giữa lý luận với thực tiễn công tác thu mua của Phòng Thu Mua tại Công ty TNHH Điện Tử TMTECH.

5. Kết cấu của đề tài

Kết cấu dự kiến của đề tài bao gồm 03 Chương cụ thể như sau:

Chương 1: Cơ sở lý luận về quy trình thu mua

Chương 2: Thực trạng quy trình thu mua quốc tế tại Công ty TNHH Điện Tử TMTECH

Chương 3: Một số giải pháp và kiến nghị nhằm hoàn thiện quy trình thu mua tại Công ty TNHH Điện Tử TMTECH

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN

1.1. Tổng quan về thu mua

1.1.1. Khái niệm thu mua và tầm quan trọng của thu mua

a. Khái niệm thu mua

“Thu mua là gì?” là một câu hỏi có rất nhiều câu trả lời nhưng khó có câu trả lời nào có thể bao quát tất cả các khía cạnh mà Thu mua đề cập. Rất nhiều người vẫn lầm tưởng Thu mua với Mua hàng, tuy nhiên đó chỉ là một trong những khâu hoạt động của Thu mua.

Dưới đây là một số quan điểm và khái niệm Thu mua của các tổ chức, hiệp hội và các nhà nghiên cứu về Thu mua trên thế giới được chấp nhận và phổ biến:

“Thu mua là quá trình chiến lược tìm nguồn cung ứng và mua hàng hóa và dịch vụ mà một tổ chức cần để hoàn thành các mục tiêu kinh doanh của mình. Không giống như mua hàng, thường được coi là một chức năng giao dịch tập trung vào hành động mua, thu mua bao gồm một phạm vi hoạt động rộng hơn. Các hoạt động này bao gồm xác định nhu cầu kinh doanh, tiến hành nghiên cứu thị trường, đánh giá nhà cung cấp, đàm phán hợp đồng và quản lý mối quan hệ với nhà cung cấp. Mục đích không chỉ là mua mà còn đảm bảo rằng các giao dịch mua hỗ trợ các mục tiêu chiến lược của tổ chức, chẳng hạn như tiết kiệm chi phí, đổi mới, cải thiện chất lượng và quản lý rủi ro.” (Daniel, S. (2018). Supply chain management for dummies. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.)

“Thu mua (Procurement). Là hoạt động thiết yếu của tổ chức, phát triển, mở rộng chức năng mua hàng nhằm tiến tới mục tiêu tối ưu hoá. Thu mua thường chú trọng nhiều hơn đến các vấn đề mang tính chiến lược lâu dài, dài hạn. Thu mua có các hoạt động như sau: Tham gia vào việc phát triển nhu cầu nguyên vật liệu; Thực hiện các nghiên cứu về nguyên vật liệu; Nghiên cứu chuyên sâu về thị trường nguyên vật liệu; Thực hiện các hoạt động của chức năng mua hàng; Quản trị chất lượng các nhà cung cấp; Quản lý quá trình vận chuyển; Quản trị các hoạt động mang tính đầu tư như: tận dụng, sử dụng lại các nguyên vật liệu.” (Quản trị Logistics và Chuỗi cung ứng)

“Thu mua liên quan đến việc tìm nguồn cung ứng, thanh toán và phân phối hàng hóa, dịch vụ mà một công ty cần trong hoạt động sản xuất và quản lý kinh doanh của mình để tạo lợi nhuận.”

Nhìn chung, có thể hiểu Thu mua là trong hoạt động logistics và chuỗi cung ứng để tối ưu chuỗi cung ứng là mang tính chiến lược, có tầm dài hạn và có ảnh hưởng rất lớn đến các hoạt động khác trong vận hành chuỗi cung ứng.

b. Thu mua quốc tế

Tại Điều 27 Luật Thương mại 2005 có quy định về việc mua bán hàng hóa quốc tế như sau:

Mua bán hàng hóa quốc tế là hoạt động mua bán của thương nhân được thực hiện dưới các hình thức: xuất khẩu, nhập khẩu, tạm nhập, tái xuất, tạm xuất, tái nhập và chuyển khẩu.

Mua bán hàng hóa quốc tế phải được thực hiện trên cơ sở hợp đồng bằng văn bản hoặc bằng hình thức khác có giá trị pháp lý tương đương.

Như vậy, không quy định cụ thể như thế nào là mua bán hàng hóa quốc tế trong Luật Thương mại 2005 mà định nghĩa qua hình thức của mua bán hàng hóa quốc tế: xuất khẩu, nhập khẩu, tạm nhập, tái xuất, tạm xuất, tái nhập và chuyển khẩu.

c. Tầm quan trọng của thu mua

Tầm quan trọng của hoạt động thu mua không chỉ dừng lại ở việc thu mua hàng hóa hay dịch vụ. Hoạt động này đóng vai trò quan trọng trong sức khỏe tài chính tổng thể và hiệu quả hoạt động của một tổ chức. Các chiến lược mua sắm hiệu quả có thể giúp tiết kiệm chi phí đáng kể bằng cách tối ưu hóa chi tiêu, tận dụng mối quan hệ với nhà cung cấp để có các điều khoản tốt hơn và giảm thiểu lãng phí và tình trạng kém hiệu quả. Hơn nữa, hoạt động thu mua còn đóng vai trò then chốt trong việc đảm bảo chất lượng và độ tin cậy của các yếu tố đầu vào trong hoạt động của tổ chức, tác động trực tiếp đến sản phẩm hoặc dịch vụ cuối cùng được cung cấp cho khách hàng.

d. Sự khác nhau giữa mua hàng và thu mua

Thông thường, hai chữ Procurement và Purchasing vẫn được dùng lẫn cho nhau, và chuyển sang tiếng Việt là Thu mua. Tuy nhiên, Procurement mang nghĩa rộng hơn, bao quát từ giai đoạn xác định có phát sinh nhu cầu thu mua cho đến khi không còn tồn tại nhu cầu này nữa, còn Purchasing là một chức năng hẹp trong Procurement, thường bao gồm những hoạt động như đặt hàng, nhận hàng, thanh toán,...

1.1.2. Vai trò của thu mua

Đầu tiên, thu mua là công tác đảm bảo bổ sung tồn kho một cách kịp thời, đáp ứng các yêu cầu về vật tư nguyên liệu trong quá trình sản xuất, kinh doanh, đáp ứng yêu cầu về tiêu chuẩn chất lượng vật tư tối thiểu với chi phí hợp lý nhất.

Thứ hai, thu mua đảm bảo giảm, tăng hiệu quả xoay vòng và sử dụng vốn do đó gia tăng hiệu quả kinh doanh của công ty.

Như vậy, thu mua là mấu chốt then chốt giữa các thành viên của luồng cung ứng. Việc thực hiện tốt công tác thu mua cho phép tối đa hóa giá trị của chuỗi chuỗi cung ứng.

1.1.3. Mục tiêu của thu mua

a. Mục tiêu tổng thể

Hoạt động thu mua của doanh nghiệp có ý nghĩa hết sức quan trọng trong chiến lược phát triển doanh nghiệp cũng như phát triển thị trường vì vậy mục tiêu của thu mua phải: Đảm bảo cho hoạt động của công ty được liên tục, ổn định; tính toán tổng chi phí của từng phương án để mua được hàng với giá cạnh tranh; Thu mua một cách khôn ngoan; Tồn kho ở mức tối ưu; Phát triển những nguồn cung cấp hữu hiệu và đáng tin cậy; Giữ vững mối quan hệ tốt đẹp với nhà cung cấp hiện có; Tăng cường hợp tác với các phòng ban khác trong công ty; Thực hiện thu mua một cách có hiệu quả.

b. Mục tiêu cụ thể

Mục tiêu hợp lý hóa tồn kho: Thu mua thực hiện những quyết định của tồn kho, phải đảm bảo bổ sung tồn kho hợp lý vật tư, nguyên liệu, hàng hóa về số lượng, chất lượng và thời gian.

Mục tiêu chi phí: Trong những trường hợp nhất định, đây cũng là mục tiêu cơ bản của thu mua nhằm giảm thiểu chi phí cho sản xuất hàng hóa và dịch vụ, tạo cơ hội cho doanh nghiệp trong việc hạ giá thành và tăng khả năng cạnh tranh.

Mục tiêu phát triển các mối quan hệ: Để kinh doanh, doanh nghiệp phải thiết lập nhiều mối quan hệ và giữ thân thiện với các mối quan hệ này. Trong những mối quan hệ đó thì quan hệ khách hàng và quan hệ với nguồn cung ứng được coi là then chốt. Nhân sự thu mua sẽ tạo mối quan hệ bền vững với nguồn cung ứng hiện tại, phát hiện và tạo mối quan hệ với nguồn cung ứng tiềm năng...và đó đảm bảo việc mua hàng ổn định, tối ưu chi phí.

1.1.4. Chức năng của thu mua

Chịu trách nhiệm cho việc mua hàng những hàng hóa hay dịch vụ cần thiết cho việc vận hành cả công ty. Việc mua hàng cần tôn trọng những điểm sau: Mua hàng hóa hoặc dịch vụ yêu cầu; Đúng chất lượng, số lượng; Đúng giá mong muốn; An toàn trong cung ứng.

1.2. Quy trình thu mua

1.2.1. Xác định nhu cầu

Nhu cầu về hàng hóa của mỗi doanh nghiệp, phòng ban, bộ phận là khác nhau, tùy thuộc các quyết định tồn kho, dự án, sản phẩm mà nhu cầu có thể là nguyên liệu thô cho mục đích sản xuất hoặc đồ nội thất văn phòng cho các phòng ban hành chính. Do đó, trước khi lập kế hoạch và đưa ra quyết định thu mua, các tổ chức cần xác định là cần thu mua cái gì, nguyên vật liệu nào, số lượng bao nhiêu, khi nào mua và chi phí là bao nhiêu. và cách thức mua.

❖ **Chủng loại nguyên vật liệu, hàng hóa, dịch vụ**

Tùy thuộc vào đặc tính của mỗi ngành và tính chất khác nhau của mỗi tổ chức mà nhân viên thu mua sẽ chịu trách nhiệm thu mua các sản phẩm và dịch vụ khác nhau. Trong trường hợp này, cần đặt ra câu hỏi “tổ chức cần thu mua cái gì?”. Sau đây là các ví dụ về các hàng hóa và dịch vụ khác nhau mà bộ phận thu mua chịu trách nhiệm mua sắm:

Nguyên liệu thô: Bao gồm các sản phẩm chưa qua chế biến hoặc chỉ trải qua một mức độ chế biến nhỏ. Chúng là những nguyên liệu cơ bản trong quá trình sản xuất và trở thành một phần của sản phẩm cuối cùng được sản xuất. Ví dụ như dầu, khoáng sản khai thác, than và bông.

Hàng bán thành phẩm: Còn được gọi là sản phẩm chế tạo vì chúng đã được lắp ráp một phần; tuy nhiên, chúng cần được lắp ráp và xử lý thêm trước khi có thể bán. Những sản phẩm này có thể nhìn thấy trong sản phẩm cuối cùng và bao gồm các thành phần như thép và dây cán.

Thiết bị vốn: Các hạng mục vốn thường là những khoản mua đắt nhất; chúng bao gồm các thiết bị lớn được sử dụng trong quá trình sản xuất, chẳng hạn như thiết bị phát điện và tòa nhà.

Linh kiện sản xuất thiết bị gốc (OEM): OEM là sản phẩm được mua để bán lại hoặc lắp ráp thành sản phẩm cuối cùng mà không cần xử lý thêm. Một ví dụ về OEM là máy phát điện trong động cơ.

Vật tư bảo trì, sửa chữa, vận hành: Vật tư bảo trì, sửa chữa và vận hành (MRO) không phải là vật tư cần thiết trực tiếp cho quá trình sản xuất nhưng lại quan trọng đối với hoạt động liên tục của tổ chức, chẳng hạn như vật tư văn phòng, vệ sinh và các vật tư tiêu hao khác.

Thành phẩm: Thành phẩm không cần xử lý thêm. Chúng được mua để bán lại hoặc sử dụng trong tổ chức, chẳng hạn như hàng tồn kho được các tổ chức bán lẻ mua để bán lại.

Thiết bị phụ trợ: Thiết bị phụ trợ bao gồm các sản phẩm được sử dụng để hỗ trợ sản xuất, kinh doanh chẳng hạn như máy tính cá nhân, dụng cụ cầm tay, máy in để bàn và hộp dụng cụ.

Dịch vụ: Theo Dwyer và Tanner (2009), dịch vụ bao gồm dịch vụ vận chuyển, quảng cáo, ngân hàng và lao động.

Các mặt hàng thầu phụ chính: Bao gồm các mặt hàng có chi phí cao được sử dụng trong các sản phẩm hoàn thiện, chẳng hạn như động cơ ô tô và động cơ máy bay.

❖ Số lượng

Nhân viên mua hàng có nhiệm vụ xác định tương đối số lượng vật tư thu mua so với vật tư nhu cầu cần dùng, xem có bị thừa hoặc thiếu không thì báo cáo lên và yêu cầu điều chỉnh lại. Chẳng hạn như yêu cầu thu mua 10 thùng nước 20 lít cho một doanh nghiệp nhỏ gồm 10 thành viên sử dụng trong một tuần là số được xem là thừa vì vật tư được yêu cầu thu mua lớn hơn so với vật tư cần dùng.

❖ Thời gian

Nhân viên thu mua sẽ căn cứ vào thời hạn cần vật tư, nguồn ngân sách và khả năng đảm bảo tài chính của tổ chức cũng như nhu cầu sử dụng trong sản xuất kinh doanh để sắp xếp thứ tự ưu tiên và đưa ra thời điểm thu mua phù hợp nhất cũng như .

❖ Chi phí

Nhân viên thu mua có nhiệm vụ cân nhắc nguồn ngân sách, tình hình tài chính hiện tại, trong thời gian ngắn hạn của tổ chức để đưa ra chi phí dự trù để thu mua.

1.2.2. Nghiên cứu và lựa chọn nhà cung cấp

Nhà cung cấp là các thương hiệu hoặc cá nhân cung cấp các nguồn lực mà doanh nghiệp cần đến để có thể sản xuất hàng hoá và dịch vụ: tư liệu sản xuất, hàng hóa, sức lao động.

Chọn Nhà cung cấp có tầm quan trọng lớn trong hoạt động logistics và trong kinh doanh của doanh nghiệp. Nhà cung cấp đảm bảo cung cấp vật tư, nguyên liệu, hàng hóa ...với số lượng đầy đủ, chất lượng, ổn định, chính xác, đáp ứng yêu cầu của sản xuất, của kinh doanh với chi phí thấp. Chọn nhà cung cấp tạo nên các mối quan hệ chiến lược, thực hiện marketing các mối quan hệ, tăng cường khả năng cạnh tranh để tạo tiền đề cho sự phát triển bền vững của doanh nghiệp. Quá trình nghiên cứu và đưa ra lựa chọn bao gồm các giai đoạn như sau:

a. Giai đoạn thu thập thông tin (Sourcing)

Nguồn dữ liệu bao gồm sơ cấp và thứ cấp. Trước hết cần thu thập thông tin thứ cấp: Các báo cáo về tình hình thu mua và phân tích nguồn cung ứng trong doanh nghiệp, thông tin trong các ấn phẩm (niên giám, bản tin thương mại, báo, tạp chí, internet, Trang vàng hay thông tin được lưu trữ tại các cơ quan hữu quan như Hải Quan, Cục Thống Kê, Xuất Nhập Khẩu), thông qua những thông tin xúc tiến của các nhà cung ứng. Tất nhiên thông tin thứ cấp có thể đã cũ hoặc không chính xác, không có. Và do đó cần phải có những dữ liệu sơ cấp thông qua điều tra

khảo sát trực tiếp tại các nhà cung ứng. Tùy thuộc vào những tiêu chuẩn cần để đánh giá các nhà cung cấp mà tiến hành thu thập những dữ liệu cần thiết.

b. Giai đoạn đánh giá và lựa chọn

Đầu tiên, cần phân loại các nhà cung cấp theo các tiêu thức cơ bản, như theo thành phần kinh tế, theo vị trí trong kênh phân phối, theo trình độ công nghệ, mỗi loại nhà cung ứng theo các cách phân loại sẽ cho những đặc điểm nhất định để đánh giá, lựa chọn.

Tiếp theo, cần đánh giá các nhà cung cấp theo các tiêu chuẩn xác định. Các tiêu chuẩn có thể khác nhau tùy thuộc vào đặc điểm kinh doanh của từng doanh nghiệp, đặc điểm của các nhà cung ứng theo các cách phân loại, nhưng về cơ bản bao gồm những tiêu chuẩn về Sức mạnh marketing – chất lượng, giá cả; Sức mạnh tài chính – năng lực vốn kinh doanh, quy mô, Sức mạnh Logistics - Độ tin cậy trong việc giao hàng, cung cấp dịch vụ.

Trong cuốn Quản trị Logistics và chuỗi cung ứng của tác giả TS Hà Minh Hiếu (2022) có các phương pháp đánh giá nhà cung cấp như sau:

Phương pháp phân loại

Là việc xác định danh sách mà người mua sẽ chỉ định xếp hạng hiệu suất của từng tiêu chí đánh giá đã được phân loại, ví dụ: “tốt”, “trung bình”, “kém”. Việc xếp hạng được đánh giá theo thỏa thuận giữa các đại diện thuộc các phòng ban khác nhau trong công ty như phòng mua hàng, logistics và sản xuất. Nhà cung cấp nào đạt được điểm cao nhất sẽ là người thực hiện tốt nhất.

Phương pháp trọng số

Là phương pháp thường được sử dụng nhất trong quá trình đánh giá. Các tiêu chí được lượng hóa để tính trọng số tùy theo mức độ quan trọng của chúng đối với khách hàng. Người đánh giá ấn định điểm cho từng hoạt động của nhà cung cấp trong mỗi tiêu chí và sau đó điểm sẽ được nhân với trọng số được chỉ định của mỗi yếu tố. Cuối cùng, điểm số có trọng số sẽ được tính tổng để tìm ra xếp hạng hoạt động cuối cùng của từng nhà cung cấp. Nhà cung cấp đạt được điểm cao nhất chính là nhà cung cấp thực hiện tốt nhất.

Phương pháp tỷ lệ chi phí

Là phương pháp xác định tỷ lệ nhân tố cấu thành tổng chi phí mua của doanh nghiệp. Mỗi lần mua bao gồm giá bán và chi phí hoạt động nội bộ của người mua, liên quan mật thiết với chất lượng, giao hàng và dịch vụ của giao dịch mua với nhà cung cấp, được tính bằng tổng giá mua của công ty. Mỗi chi phí hoạt động nội bộ sẽ được chuyển đổi thành một tỷ lệ chi phí thể hiện tỷ lệ phần trăm của tổng giá trị mua hàng. Cuối cùng, tỷ lệ chi phí tổng thể được áp

dụng cho đơn giá niêm yết của nhà cung cấp để tính giá net của sản phẩm. Nhà cung cấp có giá nét thấp nhất sẽ là nhà cung cấp ưu tiên tốt nhất.

Phương pháp phân tích thứ bậc AHP(The Analytical Hierarchy Process)

Là phương pháp ra quyết định để ưu tiên các lựa chọn thay thế khi phải sử dụng nhiều tiêu chí và tiêu chí phụ. Phương pháp cho phép người ra quyết định cấu trúc các vấn đề phức tạp dưới dạng một hệ thống phân cấp hoặc một tập hợp các mức độ tích hợp. Phương pháp này giúp doanh nghiệp lựa chọn nhà cung cấp dựa trên đánh giá tổng thể tốt nhất. Hệ thống phân cấp có ít nhất ba cấp độ: mục tiêu, tiêu chí (định lượng cũng như định tính và cho phép chúng tích hợp vào một điểm tổng thể duy nhất) và các lựa chọn thay thế (các đề xuất khác nhau được cung cấp bởi các nhà cung cấp).

Phương pháp phân tích mạng lưới ANP (The Analytic Network Process):

Là tổng quát của AHP và có thể được sử dụng để xử lý vấn đề quyết định phức tạp hơn AHP. ANP khắc phục điểm yếu của AHP bởi nhiều vấn đề không thể được xây dựng theo thứ bậc do chúng liên quan đến sự tương tác và phụ thuộc vào nhiều yếu tố. ANP cung cấp một khuôn chung để giải quyết các quyết định mà không cần xác định các cấp như trong hệ thống phân cấp.

c. Giai đoạn tiếp xúc, đề nghị

Là giai đoạn của quá trình trong đó doanh nghiệp cử nhân viên thu mua đến thăm, khảo sát nhà cung cấp nguồn hàng để đưa ra những đề nghị, yêu cầu mà trong quá trình tập hợp thông tin hoặc đánh giá nhà cung ứng chưa đạt được sự thỏa thuận hoặc hài lòng. Những đề nghị này có tính nguyên tắc thiết lập mối quan hệ mua, bán giữa doanh nghiệp và nguồn cung ứng về sản phẩm mua, giá cả, cách thức đặt hàng và cung ứng, thủ tục và hình thức thanh toán. Trên cơ sở những thông tin sau khi tiếp xúc với các nhà cung ứng, kết hợp với những thông tin thông qua giai đoạn đánh giá, tiến hành xếp loại nguồn cung ứng theo thứ tự ưu tiên để tiến hành các mối quan hệ mua hàng. Giai đoạn tiếp xúc phải được tiến hành theo kế hoạch và được xây dựng kịch bản chi tiết trong quá trình tiếp xúc. Đối với các nhà cung ứng nước ngoài khi tiếp xúc chúng ta còn phải chuẩn bị thật chi tiết về văn hoá, con người, ngôn ngữ của nhà cung cấp để tiếp xúc sao cho được tôn trọng và phát triển mối quan hệ bền vững sau này.

d. Giai đoạn thử nghiệm

Sau giai đoạn tiếp xúc, đề nghị chỉ mới xếp loại được các nhà cung cấp có nhiều tiềm năng nhất, chứ chưa phải là những nhà cung cấp chính thức quan hệ lâu dài có tính chiến lược, và do đó phải trải qua giai đoạn thử nghiệm. Giai đoạn thử nghiệm nhằm kiểm tra trong một thời gian nhất định các nhà cung cấp có đảm bảo đạt được những tiêu chuẩn thông qua các thương vụ

mua bán hay không. Nếu các nhà cung cấp đạt được những tiêu chuẩn và đảm bảo độ tin cậy cao, có thể xếp các nhà cung ứng vào quan hệ đối tác lâu dài. Nếu các nhà cung cấp qua thời gian thử nghiệm không đạt được những tiêu chuẩn đặt ra, cần chọn và tiến hành thử nghiệm đối với nhà cung ứng tiếp theo danh sách những nhà cung ứng tiềm năng.

1.2.3. Đưa ra quyết định mua

Nhân viên thu mua sẽ ra quyết định mua hàng sau khi đã xác nhận nhu cầu mua hàng cũng như đánh giá lựa chọn nhà cung cấp. Tùy vào sự biến động chi phí trên các thị trường mà lựa chọn

Mua tức thời là hình thức mua để đáp ứng nhu cầu sử dụng ở thời điểm hiện tại (vật tư, nguyên liệu cho sản xuất, kinh doanh, nghiên cứu) trong trường hợp giá mua vào trên thị trường ở mức ổn định hoặc có xu hướng giảm.

Mua trước tức là đáp ứng nhu cầu tiêu thụ trong cả thời gian dài trong trường hợp giá mua trên thị trường tăng nhanh; mua trước sẽ có lợi giá thấp, nhưng không có lợi vì làm tăng tồn kho. Vì vậy để quyết định có nên mua trước hay không và mua trước bao lâu, cần so sánh tổng chi phí bao gồm giá trị mua và chi phí tồn kho giữa các phương án. Cần phải hiểu rằng, mua trước khác mua đầu cơ.

Và các phương thức mua gồm

Mua lại không điều chỉnh: là phương thức mua không cần điều chỉnh hay thương lượng lại nhiều với nhà cung cấp vì tổ chức đã có mối quan hệ hợp tác lâu dài, chặt chẽ với nhà cung cấp. Phương thức này thường được thực hiện dưới các hình thức đặt hàng đơn giản từ phía người mua và đa số áp dụng cho những hàng hoá có tính ổn định trên thị trường.

Mua lại có điều chỉnh: là phương thức tiếp tục mua hàng từ nhà cung cấp cũ nhưng cần có sự thương lượng và điều chỉnh lớn về hàng hóa, chi phí, các thức cung ứng, số lượng,...do các nguyên nhân như quyết định mua bán giữa hai bên không phù hợp, tình thế môi trường hoặc một trong hai bên có sự thay đổi về phương thức mua bán. Trong trường hợp hai bên không thể đi đến thống nhất, thì có thể cân nhắc chuyển nguồn cung ứng.

Mua mới: là phương thức mua bắt đầu tạo lập mối quan hệ với nhà cung cấp để mua trong trường hợp các công ty mới bắt đầu kinh doanh, hoặc có nhu cầu thu mua vật tư, hàng hóa mới, thay đổi công nghệ chế tạo sản phẩm, hoặc không triển khai được phương thức mua có điều chỉnh, hoặc xuất hiện nguồn cung mới với những đề nghị hấp dẫn. Lúc này phải xác định lại nguồn hàng, và cần thiết phải nghiên cứu và phân tích lựa chọn nguồn cung.

1.2.4. Xác định nhà nhà cung cấp

Trường hợp mua lại có không điều chỉnh hoặc mua lại có điều chỉnh nhưng đã có sự thống nhất giữa các bên thì có thể bỏ qua bước này trong quy trình. Chỉ có trường hợp mua mới hoặc mua lại có điều chỉnh nhưng không đạt được thỏa thuận giữa các bên thì mới cần phải xác định lại nhà cung ứng :

- **Căn cứ vào danh sách xếp loại nhà cung cấp:** theo danh sách xếp loại ưu tiên để chọn nhà cung cấp thay thế cho hiện tại. Đối mặt hàng, vật tư, dịch vụ mua mới hoàn toàn, chưa từng có lịch sử sử dụng trước đây thì căn cứ theo

+ Quy mô mua hàng

+ Thời hạn tín dụng

+ Nguồn hàng: sản xuất trong nước, sản xuất nước ngoài, sản xuất nước ngoài có đại lý phân phối trong nước sản xuất nước ngoài.

- **Căn cứ kết quả đánh giá nhà cung cấp sau những lần mua trước:** dựa theo đánh giá các nhà cung cấp sau mỗi hoạt động thu mua mà công ty xác định là có thể tiếp tục hợp tác, cần nhắc hợp tác và cần thay thế để chọn nhà cung cấp thay thế.

- **Căn cứ vào sự xuất hiện nhà cung ứng hấp dẫn:** Các nhà cung cấp trên thị trường sẽ đề nghị các mức giá ưu đãi, lợi thế về chất lượng dịch vụ với mong muốn trở thành nhà cung cấp của công ty. Trường hợp này cần phải tiến hành nghiên cứu, đánh giá nhà cung ứng mới một cách cẩn thận trước khi đưa ra quyết định hợp tác.

1.2.5. Đặt hàng, ký hợp đồng mua

Đặt hàng, ký hợp đồng mua nhằm tạo nên hình thức pháp lý và hợp pháp của quan hệ mua bán, có 2 cách tiến hành chính:

Cách thứ nhất tương đối đơn giản, được sử dụng cho phương thức mua lại không điều chỉnh và có điều chỉnh đã đạt được đã thỏa thuận giữa 2 bên khi người mua chỉ cần lập đơn hàng rồi chuyển giao cho bên bán bằng các phương tiện như fax, email, EDI,...

Cách thứ hai thường sẽ được áp dụng với phương thức mua mới nguồn hàng, phương thức mua lại có điều chỉnh nhưng không đạt được đã thỏa thuận giữa 2 bên vì nhà cung cấp và người mua cần gặp nhau để thương lượng đi đến thống nhất.

Về phần thành lập hợp đồng, tùy thuộc vào mặt hàng, số lượng, địa điểm,... thu mua mà có hợp đồng này có thể có nhiều dạng thức khác nhau. Theo Daniel Stanton (2018), có dạng hợp đồng như:

Hợp đồng cố định giá: là hợp đồng nêu cụ thể chi phí của số lượng sản phẩm hoặc dịch vụ hợp tác giữa các bên.

Hợp đồng bổ sung chi phí: là hợp đồng hoàn trả cho nhà cung cấp các khoản chi phí mà họ bỏ ra, đồng thời cho phép họ tính thêm phí bổ sung. Khoản phí này thường chiếm một tỉ lệ cố định.

Hợp đồng thời gian và nguyên vật liệu: là loại hợp đồng thường sử dụng trong sửa chữa. Bên mua đồng ý trả cho nhà cung cấp một mức giá cố định cho các linh kiện và tiền công lao động mà họ sử dụng trong một dự án.

Hợp đồng giao hàng không giới hạn: là hợp đồng được sử dụng khi bên mua không biết rõ cụ thể số lượng hàng cần đặt và khi nào thì cần nguyên vật liệu đó. Các hợp đồng dạng này thường chốt số lượng tối thiểu và tối đa cho nhà cung cấp, nhưng bên mua được linh hoạt quyết định số lượng mua nhiều hay ít, miễn là số lượng đó nằm trong khoảng đã thỏa thuận.

1.2.6. Nhập hàng

Là một tổ hợp quá trình thực hiện đơn hàng, thanh toán hợp đồng và đưa hàng hóa vào các cơ sở logistics như kho, cửa hàng bán lẻ.

1.2.7. Đánh giá sau thu mua

Là hoạt động của nhân viên thu mua với trách nhiệm đo lường sau thu mua theo tiêu chuẩn, dù hoạt động thu mua đó có diễn ra thành công hay không, có đáp ứng nhu cầu hay không. Các tiêu chuẩn gồm:

Tiêu chuẩn lô hàng: mức độ đáp ứng yêu cầu về số lượng, cơ cấu, kích thước, chất lượng.

Tiêu chuẩn hoạt động: mức độ đáp ứng về thời gian lập kế hoạch, tiến hành, hoàn thành thu mua, tính chính xác về thời gian và địa điểm giao nhận.

Tiêu chuẩn chi phí: mức độ giảm thiểu rủi ro và chi phí đầu vào

1.3. Chiến lược thu mua

“Cách đây không lâu, bộ phận thu mua ở các công ty chỉ tập trung vào việc mua với giá càng thấp càng tốt. Các cấp lãnh đạo dần dần nhận ra được ảnh hưởng của việc thu mua đối với chuỗi cung ứng và bắt đầu nhận thức rõ hơn rằng quy trình thu mua cần phải mang tính chiến lược. Ngày nay, các công ty thu thập dữ liệu thu mua để đánh giá xem họ nên mua gì, mua của ai, và có thể thay đổi những gì để gia tăng giá trị cho chuỗi cung ứng. Quá trình này được gọi là thu mua có chiến lược.”(Daniel, S. (2018). Supply chain management for dummies. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.)

Mỗi công ty đều phát triển mô hình thu mua có chiến lược riêng, nhưng tất cả các mô hình này đều có chung một số bước cơ bản:

- Thu thập và phân tích dữ liệu về những hàng hóa mà công ty từng mua trong quá khứ
- Thu thập và phân tích các số liệu dự đoán về hàng hóa mà bạn sẽ mua trong tương lai.
- Đánh giá hiệu quả hoạt động của các nhà cung cấp trước đây xét về mặt chi phí và chất lượng
- Tìm hiểu xem liệu có nhà cung cấp nào khác có thể cung cấp sản phẩm và dịch vụ tương tự nhưng với mức giá tốt hơn hay chất lượng cao hơn không.
- Cân nhắc các cơ hội thu mua sản phẩm hoặc dịch vụ từ bên trong hay bên ngoài công ty.
- Xác định tầm quan trọng của sản phẩm hoặc dịch vụ, và mức độ sẵn có của sản phẩm/ dịch vụ trên thị trường
- Đánh giá tác động của các điều khoản thanh toán đối với nguồn vốn lưu động của bạn.
- Đánh giá rủi ro đi kèm với từng nhà cung cấp.
- Thực hiện thay đổi.

Có thể đo lường giá trị mà quy trình thu mua bổ sung cho công ty bằng cách nhìn vào phần chi phí – và các cơ hội doanh thu bị bỏ lỡ – do sắp xếp chưa phù hợp với phần còn lại của chuỗi cung ứng Việc vận dụng các nguyên tắc của thu mua chiến lược sẽ giúp doanh nghiệp bảo đảm hơn về tối ưu hóa hiệu quả hoạt động của toàn bộ chuỗi cung ứng.

1.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến quá trình thu mua

1.4.1. Yếu tố bên trong

❖ Kết quả kinh doanh

Là một trong các yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến quá trình thu mua. Nếu công có kết quả kinh doanh khả quan, kết quả tiêu thụ ổn định hoặc có xu hướng tăng thì quy trình thu mua mới có thể diễn ra một cách suôn sẻ và ngược lại, khi các kết quả kinh doanh không khả quan, thì các kế hoạch thu mua sẽ bị đình trệ do công ty không kịp xoay vòng vốn chi trả cho nguồn hàng.

❖ Ngân sách

Là điều kiện tiền đề vật chất cho mọi hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp đặc biệt là trong mua hàng. Đây là nhân tố quan trọng ảnh hưởng đến công tác mua hàng của doanh nghiệp. Khi có vốn đầy đủ thì hoạt động mua hàng đ-ược tiến hành nhanh chóng, thuận lợi, tránh tình trạng dây dư-a trong mua hàng, giảm đ-ược chi phí trong khâu mua. Mặt khác việc đảm bảo tiền