

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KIẾN TRÚC ĐÀ NẴNG



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

ĐỀ TÀI

**HOÀN THIỆN QUY TRÌNH THU MUA SẢN PHẨM NHẬP KHẨU TẠI CÔNG
TY CỔ PHẦN XÂY DỰNG GÓM SỨ VIỆT HƯƠNG**

Giảng viên hướng dẫn: TH.S Trần Thị Hải

Sinh viên thực hiện: Lưu Thị Trúc Ly

Khóa học: 2022 – 2026

MSSV: 2254050093

Đà Nẵng, tháng 05 năm 2026

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KIẾN TRÚC ĐÀ NẴNG



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

ĐỀ TÀI

**HOÀN THIỆN QUY TRÌNH THU MUA SẢN PHẨM NHẬP KHẨU TẠI CÔNG
TY CỔ PHẦN XÂY DỰNG GÓM SỨ VIỆT HƯƠNG**

Giảng viên hướng dẫn: TH.S Trần Thị Hải

Sinh viên thực hiện: Lưu Thị Trúc Ly

Khóa học: 2022 – 2026

MSSV: 2254050093

Đà Nẵng, tháng 05 năm 2026

Đà Nẵng, ngày ... tháng ... năm 2026

GIAO NHIỆM VỤ KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

NĂM HỌC: 2025-2026

1. Thông tin tác giả thực hiện:

- Họ và tên sinh viên: Lưu Thị Trúc Ly
- Chuyên ngành: Logistics và Quản lý chuỗi cung ứng
- Trình độ đào tạo: Đại học
- Khóa học: 2025 – 2026

2. Tên đề tài khóa luận tốt nghiệp:

“ Hoàn thiện quy trình thu mua sản phẩm nhập khẩu tại Công ty Cổ Phần Xây Dựng Gốm Sứ Việt Hương”

3. Các số liệu ban đầu thực hiện Khóa luận tốt nghiệp:

4. Các bảng biểu:

5. Cán bộ hướng dẫn:

- ThS. Trần Thị Hải

6. Ngày giao nhiệm vụ làm Khóa luận tốt nghiệp:

- 02/03/2026

7. Ngày sinh viên phải hoàn thành Khóa luận tốt nghiệp:

- 30/05/2026

Giảng viên hướng dẫn

LỜI CẢM ƠN

Để hoàn thành bài khóa luận này, em xin gửi lời cảm ơn chân thành đến các thầy cô giáo đang công tác giảng dạy tại Trường Đại Học Kiến Trúc Đà Nẵng.

Đặc biệt em xin tỏ lòng biết ơn sâu sắc đến Giảng Viên hướng dẫn cô Trần Thị Hải – Người đã tận tình hướng dẫn, đóng góp ý kiến để em hoàn thành bài khóa luận này. Xin cảm ơn cô giáo chủ nhiệm Dương Thị Thu Thảo người đã giảng dạy và hỗ trợ em rất nhiều.

Bên cạnh đó, em xin bày tỏ lòng biết ơn đến Ban Giám Đốc cùng các anh chị nhân viên của Công ty Cổ Phần Xây Dựng Gốm Sứ Việt Hương đã trao cho em cơ hội để thực tập tại đây. Đặc biệt, em xin cảm ơn chị Nguyễn Thị Út Quýt – Trưởng phòng thu mua cũng như tập thể anh chị đã hỗ trợ, cung cấp số liệu, tạo điều kiện thuận lợi cho em hoàn thành bài khóa luận này.

Trong quá trình thực tập, cũng như trong quá trình làm bài, không thể tránh khỏi những thiếu sót. Em rất mong sự góp ý của quý thầy cô và anh chị Công ty để bài luận của em được hoàn chỉnh hơn. Em xin chân thành cảm ơn.

Xin cảm ơn!

MỤC LỤC

DANH MỤC BẢNG	viii
DANH MỤC HÌNH ẢNH	ix
PHẦN MỞ ĐẦU	1
1. Lý do chọn đề tài.....	1
2. Mục tiêu nghiên cứu	1
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu	2
4. Phương pháp nghiên cứu	2
5. Bố cục khóa luận.....	2
1.1 Tổng quan về thu mua	1
1.1.1 Khái niệm của thu mua	1
1.1.2 Mục tiêu của hoạt động thu mua	1
1.1.3 Vai trò của hoạt động thu mua.	3
1.2 Quy trình thu mua cơ bản:.....	4
1.3 Các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động thu mua.....	6
1.3.1 Môi trường bên trong doanh nghiệp	6
1.3.2 Môi trường bên ngoài doanh nghiệp	9
1.4 Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả hoạt động thu mua (về số lượng, chất lượng, thời gian, chi phí).....	10
1.5 Các quy định pháp lý và hệ thống chứng từ.....	11
1.5.1 Các quy định pháp lý	11
1.5.2 Hệ thống chứng từ.....	14
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG QUY TRÌNH THU MUA SẢN PHẨM NHẬP KHẨU TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN XÂY DỰNG GỐM SỨ VIỆT HƯƠNG.....	18
2.1. Khái quát về Công ty Cổ phần Xây dựng Gốm sứ Việt Hương	18
2.1.1. Lịch sử hình thành công ty	18
2.1.2 Tầm nhìn, sứ mệnh, giá trị cốt lõi.....	19
2.1.3. Ngành nghề kinh doanh.....	20
2.1.4 Cơ cấu tổ chức và chức năng nhiệm vụ	22
2.1.4.1 Cơ cấu tổ chức.....	22
2.1.4.2 Chức năng và nhiệm vụ	23
2.1.5. Tình hình sử dụng nguồn lực	26

2.1.5.1 Cơ sở vật chất.....	26
2.1.5.2 Nguồn nhân lực	28
2.1.5.3 Nguồn lực tài chính	29
2.2 Phân tích hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Xây dựng Gốm sứ Việt Hương.....	32
2.2.1 Tổng quan về hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Xây dựng Gốm sứ Việt Hương.....	32
2.2.1.1 Lĩnh vực kinh doanh	32
2.2.1.2 Thị trường.....	32
2.2.1.3 Cơ cấu doanh thu	34
2.2.1.4 Đối thủ cạnh tranh	36
2.2.1.5 Nhà cung cấp.....	37
2.2.2 Đánh giá hoạt động kinh doanh	39
2.3 Thực trạng về quy trình thu mua sản phẩm nhập khẩu tại Công Ty Cổ Phần Gốm Sứ Việt Hương.....	41
2.3.1 Giới thiệu tổng quan về hoạt động thu mua sản phẩm nhập khẩu của công ty.....	41
2.3.1.1 Giới thiệu về sản phẩm nhập của công ty	41
2.3.1.2 Giới thiệu về bộ phận thu mua	43
2.3.2 Sơ đồ quy trình thực tế tại công ty đang áp dụng	44
2.3.3 Phân tích chi tiết quy trình thu mua.....	45
2.4 Đánh giá:	62
2.4.1 Ưu nhược điểm của cả quy trình	62
2.4.1.1 Ưu điểm	62
2.4.1.2 Nhược điểm	63
2.4.2 Nguyên nhân.....	64
2.4.2.1 Nhân tố tác động khách quan.....	64
2.4.2.2 Nhân tố chủ quan từ chính doanh nghiệp:	66
CHƯƠNG 3: HOÀN THIỆN QUY TRÌNH THU MUA SẢN PHẨM NHẬP KHẨU TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN XÂY DỰNG GỐM SỨ VIỆT HƯƠNG.....	68
3.1. Định hướng và mục tiêu	68
3.1.1 Nghiên cứu và dự báo môi trường kinh doanh.....	68

3.1.2 Định hướng và mục tiêu phát triển chung của Công ty Cổ Phần Xây Dựng Gốm Sứ Việt Hương trong thời gian tới.....	69
3.1.2.1 Định hướng phát triển chiến lược của công ty.....	69
3.1.2.1 Mục tiêu phát triển của công ty.....	70
3.2. Hoàn thiện quy trình thu mua sản phẩm nhập khẩu của Công Ty Cổ Phần Xây Dựng Gốm Sứ Việt Hương	71
3.3. Điều kiện và cách thức để thực hiện giải pháp.....	75
3.3.1 Giải pháp ứng dụng công nghệ thông tin vào hoạt động thu mua	76
3.3.2 Giải pháp đa dạng hóa nhà cung cấp.....	77
3.3.3 Giải pháp nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và hoàn thiện công tác xác định nhu cầu mua hàng	78
KẾT LUẬN	80
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	82

DANH MỤC BẢNG

Bảng 2.1: Trang thiết bị.....	27
Bảng 2.2: Cơ cấu nhân sự của công ty qua các năm 2023-2025.....	28
Bảng 2.3: Bảng tóm tắt cân đối tài chính về Tài sản trong giai đoạn 2023 – 2025	30
Bảng 2.4: Doanh thu theo sản phẩm giai đoạn 2023-2025	35
Bảng 2.5: Bảng tóm tắt tình hình kết quả hoạt động kinh doanh	40
Bảng 2.6: Số liệu hàng tiêu thụ năm 2025.....	46
Bảng 2.7: Số liệu hàng tồn kho năm 2025.....	46
Bảng 2.8: Mức tồn kho an toàn năm 2025	47
Bảng 2.9: Số liệu hàng nhập năm 2025	48

DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 1.1: Quy trình mua sắm	4
Hình 1.2: Đơn đặt hàng	5
Hình 1.3: Quy trình tiếp nhận.....	6
Hình 2.1: Gạch Bông	20
Hình 2.2: Gạch Bông Gió.....	20
Hình 2.3: Gạch ITALY.....	21
Hình 2.4: Gạch Tây Ban Nha	21
Hình 2.5: Vòi Sen Eurovinto	22
Hình 2.6: Bồn Cầu Eurovinto	22
Hình 2.7: Sơ đồ cơ cấu tổ chức của VIET HUONG CERAMICS.....	23
Hình 2.8: Quy Trình thu mua	45
Hình 2.9: Phiếu đề nghị mua hàng	49
Hình 2.10: Quy trình tìm nhà cung cấp	51
Hình 2.11: Hợp đồng mua bán Gạch Sứ Trán Men.....	54
Hình 2.12: Hóa đơn thuê vận tải.....	56
Hình 2.13: Mẫu kiểm tra chất lượng sản phẩm	58
Hình 2.14: Hóa đơn mua gạch Malaysia	61

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Trong bối cảnh nền kinh tế thị trường hiện nay, ngành Vật liệu xây dựng và Trang trí nội thất đang phải đối mặt với áp lực cạnh tranh khốc liệt cùng sự biến động không ngừng của chi phí nguyên liệu và logistics. Đối với một doanh nghiệp có bề dày kinh nghiệm như Công ty Cổ Phần Xây Dựng Gốm sứ Việt Hương, hoạt động thu mua không chỉ đơn thuần là việc cung ứng hàng hóa đầu vào mà đã trở thành một mắt xích chiến lược, quyết định trực tiếp đến năng lực cạnh tranh và sự sống còn của doanh nghiệp. Đặc thù của sản phẩm gốm sứ là tính công kênh, dễ nứt vỡ, đòi hỏi yêu cầu khắt khe về tiêu chuẩn kỹ thuật và giá trị thẩm mỹ theo xu hướng thị trường. Do đó, một quy trình thu mua hoàn thiện sẽ giúp doanh nghiệp kiểm soát chặt chẽ chất lượng sản phẩm ngay từ gốc, giảm thiểu tỷ lệ hàng lỗi hỏng và tối ưu hóa chi phí vận hành.

Thực tế cho thấy, chi phí thu mua hàng hóa tại Việt Hương chiếm tỷ trọng rất lớn trong cấu trúc giá thành. Việc xây dựng được một quy trình thu mua bài bản, khoa học sẽ giúp công ty chủ động trong việc lựa chọn nhà cung cấp uy tín, thương lượng giá cả và quản trị rủi ro trước những biến động của thị trường quốc tế (như tỷ giá, thuế quan và đứt gãy chuỗi cung ứng). Việc nghiên cứu về quy trình thu mua nguyên vật liệu sẽ giúp cho Công ty Cổ Phần Xây Dựng Gốm sứ Việt Hương tối ưu hóa hiệu suất hoạt động, tăng cường tính hiệu quả và giảm thiểu rủi ro trong việc quản lý nguồn cung ứng góp phần vào sự phát triển bền vững của công ty. Đề tài này sẽ giúp phân tích và đánh giá thực trạng của quy trình thu mua hiện tại của công ty, từ đó xác định các khuyết điểm và vấn đề cần được giải quyết. Thông qua đó để có thể đưa ra những đề xuất cụ thể và hợp lý để cải thiện quy trình. Thấy được tầm quan trọng của vấn đề cũng như xuất phát từ những đòi hỏi khách quan của thị trường và mong muốn ứng dụng những kiến thức quản trị chuỗi cung ứng đã học vào thực tiễn, em nhận thấy việc nghiên cứu và tìm ra giải pháp nhằm tối ưu hóa hoạt động này là hết sức cần thiết. Với mục tiêu giúp doanh nghiệp giảm thiểu chi phí, nâng cao hiệu quả sử dụng vốn và duy trì vị thế dẫn đầu trong ngành vật liệu xây dựng, em đã quyết định lựa chọn đề tài: **“Hoàn thiện quy trình thu mua sản phẩm nhập khẩu tại Công ty Cổ Phần Xây Dựng Gốm Sứ Việt Hương”** làm nội dung nghiên cứu cho khóa luận tốt nghiệp của mình.

2. Mục tiêu nghiên cứu

- Đánh giá thực trạng hoạt động mua hàng tại Viet Huong Ceramics

- Nhận định các yếu tố tác động đến hoạt động mua hàng của Viet Huong Ceramics

- Đề xuất giải pháp nhằm hoàn thiện hoạt động mua hàng trong chuỗi cung ứng của Viet Huong Ceramics

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

- Đối tượng nghiên cứu của đề tài là quá trình thu mua hàng hóa, thiết bị phục vụ hoạt động bán hàng– xây dựng tại Công ty Cổ phần Xây dựng Gốm Sứ Việt Hương.

- Phạm vi nghiên cứu:

- + Phạm vi không gian: Nghiên cứu được thực hiện tại Công ty Cổ phần Xây dựng Gốm Sứ Việt Hương.

- + Phạm vi thời gian: Số liệu và thông tin được thu thập trong khoảng thời gian từ năm 2023 đến năm 2025.

4. Phương pháp nghiên cứu

- Đề tài sử dụng phương pháp nghiên cứu thu thập dữ liệu(báo cáo tài chính, tài liệu liên quan đến quy trình thu mua,..), phương pháp so sánh(so sánh giữa các năm...), phương pháp đánh giá(xác định ưu, nhược điểm..).

5. Bố cục khóa luận

- Ngoài phần mở đầu, kết luận, danh mục tham khảo thì đề tài gồm 3 chương:

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

- + Chương 2: Thực trạng quy trình thu mua tại Công Ty Cổ Phần Xây Dựng Gốm Sứ Việt Hương

- + Chương 3: Hoàn thiện quy trình thu mua tại Công ty Cổ Phần Xây Dựng Gốm Sứ Việt Hương

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ QUY TRÌNH THU MUA

1.1 Tổng quan về thu mua

1.1.1 Khái niệm của thu mua

Thu mua (Procurement/Purchasing) có thể hiểu đơn giản là một chuỗi các hoạt động mà một tổ chức thực hiện để có được hàng hóa, dịch vụ hoặc tài sản cần thiết cho hoạt động của mình. Đây không chỉ là hành động “mua bán” thông thường mà là một quy trình có chiến lược, bao gồm từ khâu lập kế hoạch, tìm kiếm, đánh giá, lựa chọn, đàm phán, đặt hàng, nhận hàng, thanh toán cho đến việc quản lý mối quan hệ với nhà cung cấp. Mục đích của hoạt động thu mua là đảm bảo doanh nghiệp có đủ các nguồn lực cần thiết (nguyên vật liệu, máy móc, dịch vụ,...) để vận hành sản xuất kinh doanh một cách hiệu quả, liên tục và đạt được các mục tiêu đã đề ra.

Procurement: Là khái niệm rộng nhất, bao quát toàn bộ quá trình chiến lược từ lập kế hoạch, tìm kiếm, đánh giá nhà cung cấp, đàm phán, cho đến quản lý mối quan hệ. Quá trình lập kế hoạch, xây dựng chiến lược mua hàng và duy trì hoạt động mua hàng gọi chung là Procurement.

Purchasing giới hạn trong chức năng giao dịch là chủ yếu. Hoạt động Purchasing hiệu quả là hoạt động đảm bảo được các yếu tố: *chi phí thấp, thời gian cung ứng nhanh, chất lượng chuỗi cung ứng được cải thiện.*

Purchase: Là hành động mua sắm cụ thể, ví dụ như một đơn đặt hàng hoặc một giao dịch mua bán riêng lẻ.

1.1.2 Mục tiêu của hoạt động thu mua

Mục tiêu 1: Đảm bảo nguồn cung tốt nhất

- Tìm nguồn SP, dịch vụ theo đúng thông số kỹ thuật, chất lượng đáp ứng nhu cầu của người dùng (Right Quality)
- Tìm nguồn sản phẩm, dịch vụ với số lượng phù hợp (Right Quantity)
- Sắp xếp việc giao hàng hoặc thực hiện dịch vụ đúng thời điểm (Right Time)
- Tìm nguồn sản phẩm, dịch vụ ở mức giá phù hợp (Right Price)
- Tìm nguồn sản phẩm, dịch vụ từ nguồn cung đúng (Right Sources)

Mục tiêu 2: Quản lý quy trình tìm nguồn cung ứng đạt hiệu suất và hiệu quả cao:

- Xác định các cấp độ nhân sự
- Xây dựng và tuân thủ ngân sách hoạt động
- Tổ chức các hoạt động đào tạo chuyên nghiệp và tạo cơ hội phát triển cho nhân

viên

- Phát triển các kênh thu mua được cải tiến trong hệ thống “mua sắm – thanh toán” (P2P – “procure-to-pay systems”) nhằm giúp cải thiện khả năng hiển thị các khoản chi tiêu, lập hóa đơn, chứng từ và thanh toán hiệu quả làm hài lòng người sử dụng nội bộ và nhà cung cấp.

Mục tiêu 3: Quản lý hiệu suất của nhà cung cấp

- Một trong những mục tiêu quan trọng nhất của chức năng thu mua là lựa chọn, phát triển và duy trì các nhà cung cấp, một quá trình đôi khi được mô tả là quản lý hoạt động của nhà cung cấp (supplier performance management - SPM). Việc thu mua phải bám sát các điều kiện hiện tại trên thị trường cung ứng để đảm bảo việc thu mua thực hiện tốt các hoạt động sau:

- Lựa chọn các nhà cung cấp có khả năng cạnh tranh
- Xác định các nhà cung cấp mới có tiềm năng hoạt động tốt và phát triển mối quan hệ chặt chẽ hơn với các nhà cung cấp này
- Cải thiện các nhà cung cấp hiện tại
- Phát triển các nhà cung cấp mới

Mục tiêu 4: Phát triển các mục tiêu phù hợp với các bên liên quan nội bộ của tổ chức

- Các tổ chức toàn cầu có cấu trúc tổ chức duy trì theo truyền thống dẫn đến hạn chế tương tác giữa các chức năng và khả năng giao tiếp xuyên biên giới. Thu mua phải liên lạc chặt chẽ với các nhóm chức năng đại diện cho khách hàng nội bộ. Khách hàng nội bộ đôi khi được gọi là các bên liên quan (stakeholders), là những người có liên quan đáng kể đến kết quả của quyết định mua. Do đó, các hoạt động thu mua chủ yếu được thúc đẩy bởi yêu cầu của các bên liên quan. Nếu các thành phần của nhà cung cấp bị lỗi và gây ra các vấn đề cho quá trình sản xuất, thì việc thu mua phải tìm cách cải thiện chất lượng của nhà cung cấp.

Mục tiêu 5: Phát triển các chiến lược cung ứng tích hợp hỗ trợ các mục đích và mục tiêu kinh doanh

- Thu mua có ảnh hưởng trực tiếp (tích cực hoặc tiêu cực) đến tăng trưởng dài hạn, doanh thu, kết quả hoạt động và kế hoạch của các bên liên quan. Ví dụ, một tổ chức có mục tiêu giảm lượng vốn lưu động trên toàn bộ chuỗi cung ứng của mình. Thu mua làm việc với các nhà cung cấp để cung ứng số lượng hàng nhỏ hơn và thường xuyên

hơn, giảm hàng tồn kho và giảm mức vốn lưu động. Như vậy, thu mua là một nguồn lực chiến lược mang lại lợi thế cạnh tranh mạnh mẽ trên thị trường.

1.1.3 Vai trò của hoạt động thu mua.

Hoạt động thu mua đóng vai trò cực kỳ quan trọng và mang tính chiến lược đối với mọi tổ chức, không chỉ là một bộ phận nghiệp vụ đơn thuần. Vai trò của thu mua có thể được nhìn nhận qua các khía cạnh sau:

Là cơ sở cho hoạt động sản xuất và kinh doanh: Hoạt động thu mua cung cấp “đầu vào” cho mọi hoạt động khác của doanh nghiệp. Nếu nguồn cung không đảm bảo, hoạt động sản xuất sẽ bị đình trệ, chất lượng sản phẩm bị ảnh hưởng, dẫn đến hoạt động kinh doanh không thể diễn ra trôi chảy .

Tác động trực tiếp đến lợi nhuận doanh nghiệp: Giá mua nguyên vật liệu, dịch vụ đầu vào chiếm một tỷ trọng lớn trong chi phí sản xuất. Việc thu mua hiệu quả, mua được với giá tốt, chất lượng đảm bảo sẽ trực tiếp giúp tăng lợi nhuận cho doanh nghiệp. Ngược lại, nếu mua hàng với giá cao hoặc chất lượng kém, doanh nghiệp sẽ khó cạnh tranh và có thể thua lỗ.

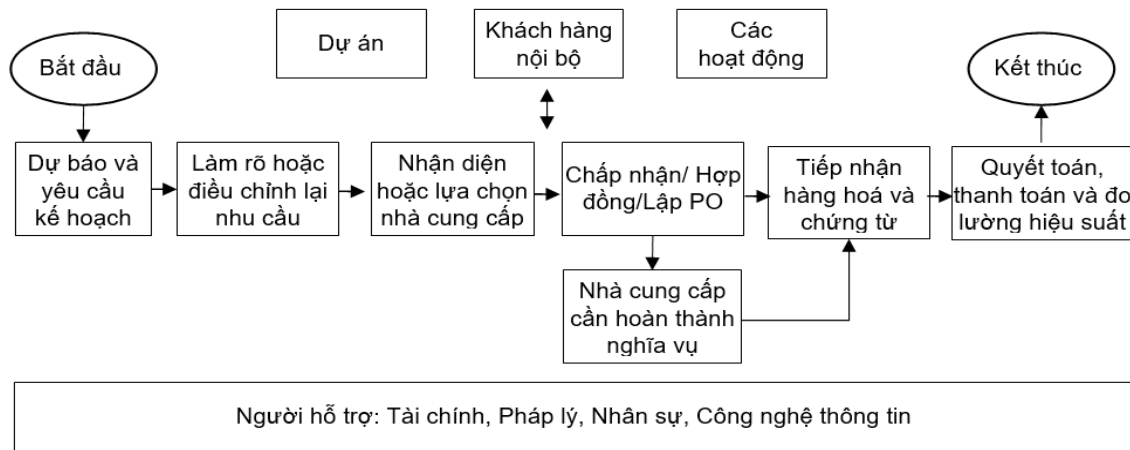
Đảm bảo chất lượng sản phẩm đầu ra: Chất lượng của nguyên vật liệu đầu vào có ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng của sản phẩm cuối cùng. Bộ phận thu mua có vai trò quan trọng trong việc lựa chọn nhà cung cấp và nguồn hàng uy tín để đảm bảo chất lượng sản phẩm của công ty.

Tối ưu hóa chi phí tổng thể: Hoạt động thu mua không chỉ tập trung vào giá mua mà còn xem xét các yếu tố như chi phí vận chuyển, lưu kho, chi phí quản lý, chi phí tiềm ẩn do chất lượng kém hoặc giao hàng chậm trễ. Từ đó, giúp tối ưu hóa chi phí tổng thể cho doanh nghiệp.

Góp phần vào chiến lược kinh doanh của công ty: Bộ phận thu mua cần hiểu rõ chiến lược kinh doanh của công ty để đưa ra các quyết định mua hàng phù hợp, ví dụ như tìm kiếm nguồn cung ứng mới cho sản phẩm mới, đàm phán các hợp đồng dài hạn để đảm bảo ổn định nguồn cung cho kế hoạch mở rộng sản xuất.

Quản lý rủi ro chuỗi cung ứng: Trong bối cảnh thị trường có nhiều biến động, vai trò của thu mua trong việc đánh giá, quản lý và giảm thiểu rủi ro từ các nhà cung cấp hoặc nguồn cung trở nên ngày càng quan trọng.

1.2 Quy trình thu mua cơ bản:



PO (Purchase Order): Đơn đặt hàng

Hình 1.1: Quy trình mua sắm

- Quy trình thu mua (Procurement Process) không chỉ đơn thuần là việc trả tiền và nhận hàng. Để đảm bảo tính minh bạch và tối ưu chi phí, một quy trình thu mua cơ bản trong doanh nghiệp thường trải qua 7 bước chính sau đây:

Bước 1: Dự báo và lập kế hoạch nhu cầu

- Chu kỳ mua bắt đầu với việc xác định nhu cầu (một yêu cầu). Trong hầu hết các trường hợp, nhân viên mua sắm có quy trình lập kế hoạch hàng năm hoặc 6 tháng, theo đó họ sẽ xem xét mô hình chi tiêu cho tổ chức (thông qua phân tích chi tiêu) và chuẩn bị dự báo về những gì sẽ được mua. Trong một số trường hợp, có thể có toàn bộ các yêu cầu mới chưa được lên kế hoạch (chẳng hạn như các yêu cầu về sản phẩm mới). Để hoàn thành mục tiêu này, nhà quản lý cung ứng sẽ cần làm việc với các bên liên quan (bộ phận tiếp thị, kỹ thuật, R&D, tài chính, công nghệ thông tin và các khách hàng nội bộ khác). Thông qua quá trình này, người thu mua sẽ hiểu và lên kế hoạch cho những gì khách hàng nội bộ muốn mua và sẽ chuyển thành một dự báo được chia sẻ với các nhà cung cấp. Một nhu cầu dự kiến có thể rất đa dạng, như nguyên liệu thô (ví dụ: nhựa), cụm lắp ráp phụ (ví dụ: động cơ), hoặc thậm chí một mặt hàng đã hoàn thiện (ví dụ: máy tính). Trong các trường hợp khác, nhu cầu có thể là một dịch vụ, chẳng hạn như cần hợp đồng với một đại lý quảng cáo cho một chiến dịch tiếp thị mới, hoặc một dịch vụ ăn uống để cung cấp bữa trưa tại nhà ăn của công ty... Bởi vì hoạt động thu mua chịu trách nhiệm mua các sản phẩm và dịch vụ cho toàn bộ tổ chức, các luồng thông tin giữa chức năng thu mua và các lĩnh vực khác của tổ chức có thể rất rộng.

Bước 2: Làm rõ hoặc điều chỉnh nhu cầu

- Sau khi có dự báo ban đầu, bước này là quá trình tinh chỉnh. Đảm bảo rằng nhu cầu đã được xác định rõ ràng (về số lượng, thông số kỹ thuật, thời gian giao hàng, v.v.) và thực hiện các điều chỉnh cần thiết trước khi tiến hành tìm kiếm nguồn cung như làm rõ:

- Yêu cầu mua hàng /Liệt kê công việc (Statement of Work – SOW)
- Yêu cầu mua hàng lưu động (Traveling Purchase Requisitions)/Mã vạch
- Dự báo và đơn đặt hàng của khách hàng
- Hệ thống điểm tái đặt hàng (Reorder Point System)
- Kiểm tra tồn kho
- Nhóm tìm nguồn cung ứng đa chức năng

Bước 3: Nhận diện và lựa chọn nhà cung cấp

- Mời thầu hay thông qua thương lượng với nhà cung cấp, nghiên cứu thị trường, gửi yêu cầu báo giá và đánh giá các nhà cung cấp dựa trên các tiêu chí như chất lượng, giá cả, uy tín, khả năng cung ứng.

Bước 4: Phê duyệt hợp đồng và lên đơn đặt hàng (PO)

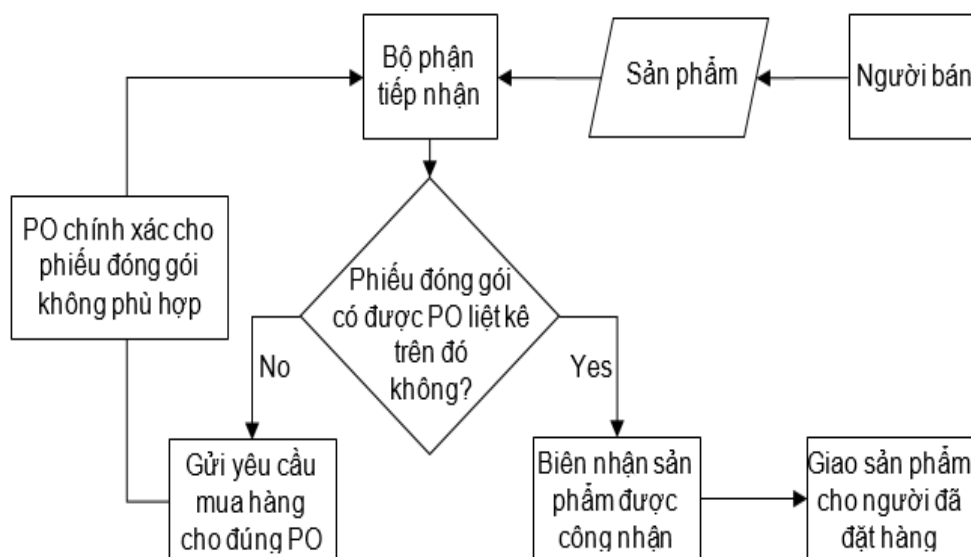
- Sau khi chọn được nhà cung cấp, cần có sự phê duyệt từ cấp quản lý có thẩm quyền về các điều khoản hợp đồng. Sau khi phê duyệt, Đơn đặt hàng (PO - Purchase Order) chính thức được gửi đi.

CORPORATE FORMS MANAGEMENT				
ACCOUNT CODE NUMBER/A.F.E. NO./A/F/M/ NO.		REQUESTED BY	REQUISITION NO.	VENDOR NO.
Any Company			PURCHASE ORDER No.	
			PURCHASE ORDER NUMBER MUST BE SHOWN ON ALL DOCUMENTS, ACKNOWLEDGEMENTS, SHIPPING PAPERS, PACKING SLIPS, PACKAGES, INVOICES AND CORRESPONDENCE.	
			INVOICE IN TRIPLICATE ATTN: ACCOUNTS PAYABLE	
DATE WRITTEN Ngày yêu cầu	DATE DELIVERY REQUIRED Ngày giao hàng	F.O.B.	DEPARTMENT OR LOCATION Đơn vị	TERMS Các điều khoản
TO		SHIPPING INSTRUCTIONS / Hướng dẫn giao hàng		
THIS ORDER SUBJECT TO CONDITIONS ON REVERSE SIDE		☐ TAXABLE/ Chịu Thuế ☐ TAX EXEMPT/ Miễn Thuế		
ITEM NO.	QUANTITY/ Số lượng	DESCRIPTION/ Mô tả hàng hóa		PRICE/ Giá
– IMPORTANT – QUAN TRỌNG IF YOU CANNOT DELIVER THIS MATERIAL OR SERVICE BEFORE DATE REQUIRED PLEASE NOTIFY US IMMEDIATELY/ NẾU BẠN KHÔNG THỂ GIAO TÀI LIỆU HOẶC DỊCH VỤ NÀY TRƯỚC NGÀY YÊU CẦU, VUI LÒNG THÔNG BÁO CHO CHÚNG TÔI NGAY LẬP TỨC NOTICE: LƯU Ý EQUIPMENT, MATERIALS AND/OR SERVICE UNDER THIS CONTRACT MUST COMPLY WITH ALL APPLICABLE STATE AND FEDERAL SAFETY CODES FOR PLACES OF EMPLOYMENT, INCLUDING OSHA/ THIẾT BỊ, VẬT LIỆU VÀ/HOẶC DỊCH VỤ THEO HỢP ĐỒNG NÀY PHẢI TUÂN THỦ TẤT CẢ CÁC QUY LUẬT AN TOÀN CỦA LIÊN BANG VÀ TIỂU BANG HIỆN HÀNH ĐỐI VỚI NƠI LÀM VIỆC, BAO GỒM OSHA.			AnyCompany PURCHASING AGENT ĐẠI LÝ MUA BÁN	
			☐ ASST ☐ BUYER	

Hình 1.2: Đơn đặt hàng

Bước 5: Nhận và kiểm tra

- Tiếp nhận hàng hóa, đối chiếu với PO và hợp đồng đã ký. Kiểm tra kỹ lưỡng về số lượng, chất lượng để đảm bảo đúng cam kết trước khi thanh toán.



Hình 1.3: Quy trình tiếp nhận

Bước 6: Quyết toán và thanh toán hóa đơn

- Dựa trên kết quả kiểm tra đạt yêu cầu ở Bước 5, bộ phận kế toán/tài chính sẽ tiến hành các thủ tục quyết toán và thanh toán hóa đơn cho nhà cung cấp theo đúng điều khoản đã thỏa thuận.

Bước 7: Tái cấu trúc lại Quy trình mua sắm – thanh toán

- Sau khi giao dịch hoàn tất, doanh nghiệp xem xét toàn bộ quy trình đã thực hiện: điều gì đã làm tốt, điều gì cần cải thiện (về thời gian, chi phí, quan hệ nhà cung cấp) để áp dụng cho các chu kỳ mua sắm tiếp theo, đảm bảo tính hiệu quả ngày càng cao.

1.3 Các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động thu mua

1.3.1 Môi trường bên trong doanh nghiệp

Nguồn vốn của doanh nghiệp:

Đối với các hoạt động sản xuất kinh doanh thì tầm quan trọng của nguồn vốn là điều không thể phủ nhận. Nó đóng vai trò quyết định cho sự thành lập hoạt động sản xuất và phát triển doanh nghiệp diễn ra liên tục và hiệu quả. Nguồn vốn cũng là một trong những tiêu chí để phân loại quy mô của doanh nghiệp, tạo điều kiện thuận lợi trong cạnh tranh. Đặc biệt nguồn vốn là nhân tố tác động đến hoạt động thu mua.

Để hoạt động thu mua diễn ra nhanh chóng và thuận lợi, hàng hóa, nhiên liệu và

nguyên vật liệu luôn được cung ứng đầy đủ cho quá trình sản xuất sản phẩm, doanh nghiệp cần có một nguồn vốn mạnh và ổn định nhằm đáp ứng được các kế hoạch thu mua trong ngắn hạn và dài hạn. Nguồn vốn doanh nghiệp mạnh và ổn định còn đem lại rất nhiều lợi ích cho doanh nghiệp như hạn chế tối thiểu tình trạng công nợ cao đối với các nhà cung cấp, từ đó có thể nâng cao uy tín và vị thế của doanh nghiệp trên thị trường; đồng thời, khi có nguồn vốn mạnh, bộ phận thu mua có thể tiến hành thực hiện các kế hoạch mua hàng với số lượng lớn cần thiết cho hoạt động sản xuất, từ đó sẽ dễ dàng thương lượng để nhận được các khoản chiết khấu và ưu đãi về giá cả từ các nhà cung cấp; mặt khác có thể giúp bộ phận thu mua nắm bắt kịp thời các lô hàng tốt với giá cả phù hợp. Chính vì lẽ đó, nguồn vốn của doanh nghiệp đối với hoạt động thu mua trong chuỗi cung ứng là vô cùng quan trọng.

Cơ sở hạ tầng:

Cơ sở hạ tầng của doanh nghiệp bao gồm yếu tố về nhà máy, xưởng, thiết bị máy móc, hệ thống công nghệ thông tin, hệ thống di chuyển nội bộ, hệ thống điện nước, ...Còn riêng đối với hoạt động thu mua thì cơ sở hạ tầng chính ở đây đó là hạ tầng hệ thống kho bãi và hạ tầng công nghệ thông tin. Đây là nhân tố không thể thiếu trong hoạt động thu mua của mỗi doanh nghiệp, là nền tảng cho quá trình sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Doanh nghiệp muốn mở rộng sản xuất, hiện đại hóa sản phẩm và tối ưu hoạt động thu mua của mình thì trong chiến lược đầu tư phải chú trọng cả việc hiện đại hóa và mở rộng cơ sở hạ tầng hệ thống kho bãi và hệ thống công nghệ thông tin phù hợp với định hướng sản xuất kinh doanh.

Hạ tầng hệ thống kho bãi tiên tiến sẽ đem lại rất nhiều lợi ích cho hoạt động thu mua của doanh nghiệp như giúp doanh nghiệp có khả năng kiểm soát hàng hóa tốt và đảm bảo được sự cung cấp liên tục cho quá trình sản xuất và phân phối hàng hóa, giúp hoạt động thu mua diễn ra liên kết và trơn tru. Đồng thời, còn giúp cho doanh nghiệp rút ngắn thời gian hoạt động thu mua và giảm chi phí vận chuyển.

Hạ tầng công nghệ thông tin đang ngày càng phát triển mạnh mẽ và đóng vai trò không thể thiếu trong quá trình hoạt động sản xuất kinh doanh của mỗi doanh nghiệp.

Sự ứng dụng của công nghệ thông tin đã làm thay đổi mô hình và cách thức hoạt động truyền thống của doanh nghiệp, chuyển dần công việc sang giao dịch, quản lý bằng các phần mềm công nghệ. Ứng dụng tốt công nghệ thông tin vào hoạt động sản xuất kinh doanh sẽ mang lại hiệu quả tốt hơn, hiện đại hóa các hoạt động, tăng cường năng

lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Đối với hoạt động thu mua, các doanh nghiệp luôn muốn quản lý bằng các phần mềm công nghệ để giảm thiểu các sai sót trong việc đặt hàng và quản lý hàng hóa, đồng thời thực hiện được các mục tiêu mua đúng hàng hóa. Sự ứng dụng của công nghệ thông tin đã làm thay đổi mô hình và cách thức hoạt động truyền thông của doanh nghiệp, chuyển dần công việc sang giao dịch, quản lý bằng các phần mềm công nghệ. Ứng dụng tốt công nghệ thông tin vào hoạt động sản xuất kinh doanh sẽ mang lại hiệu quả tốt hơn, hiện đại hóa các hoạt động, tăng cường năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Đối với hoạt động thu mua, các doanh nghiệp luôn muốn quản lý bằng các phần mềm công nghệ để giảm thiểu các sai sót trong việc đặt hàng và quản lý hàng hóa, đồng thời thực hiện được các mục tiêu mua đúng hàng hóa với đúng số lượng và chủng loại, đáp ứng đúng thời gian với giá cả hợp lý, chất lượng đảm bảo.

Cơ sở hạ tầng vững chắc tác động rất tích cực đến hoạt động thu mua bởi doanh nghiệp đang làm việc dựa trên nền tảng ổn định sẽ nhanh chóng triển khai mọi hoạt động, cơ hội để hoạt động thu mua diễn ra nhanh hơn và hiệu quả hơn.

Nguồn nhân lực bộ phận thu mua:

Nhân viên là một thành phần không thể thiếu trong bất cứ một doanh nghiệp nào.

Con người luôn tham gia vào mọi hoạt động và vận hành của bộ máy sản xuất kinh doanh. Có thể nói, đây chính là nhân tố quyết định đến lợi nhuận và sự phát triển trong tương lai của doanh nghiệp. Trong hoạt động thu mua, nguồn nhân lực cũng đóng vai trò then chốt trong mọi quá trình hoạt động. Hoạt động thu mua trong chuỗi cung ứng không đảm bảo sẽ tác động trực tiếp đến quá trình sản xuất và gián tiếp đến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp. Vì vậy năng lực nhân viên của bộ phận thu mua là một trong những nhân tố quan trọng. Một nhân viên thu mua xuất sắc luôn hiện hữu các yếu tố về:

Kiến thức chuyên môn: có hiểu biết sâu rộng về đặc điểm hàng hóa nguyên vật liệu lĩnh vực sản xuất của doanh nghiệp, biết phân tích các tác động của thị trường, nắm được các chính sách của nhà nước, am hiểu chính trị pháp luật...

Kỹ năng tốt: giao tiếp tốt là yếu tố quan trọng trong đàm phán giá cả. Với kiến thức tốt và sự năng động sáng tạo, nguồn nhân lực sẽ giúp cho bộ phận thu mua luôn hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao và góp phần đưa doanh nghiệp lên một tầm cao mới.

Ngoài ra còn một nhân tố không kém phần quan trọng trong nguồn nhân lực của bộ phận thu mua đó chính là các nhà quản trị bộ phận. Nhiều kết quả nghiên cứu cho

thấy rằng năng lực của đội ngũ quản lý là một vấn đề hết sức quan trọng trong việc nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh ở bất kỳ doanh nghiệp nào. Đội ngũ quản lý đóng vai trò như huấn luyện viên, người lập kế hoạch hành động, tạo động lực cho nhân viên, theo dõi giám sát, đàm phán, ra những quyết định quan trọng trong những hoạt động của bộ phận.

Những nhà quản trị bộ phận thu mua là người điều hành cho nhân viên thu mua nên phải nắm rõ khả năng, kiến thức của từng nhân viên, phân bổ công việc một cách hợp lý và mang lại khả năng thành công cao.

1.3.2 Môi trường bên ngoài doanh nghiệp

Nhà cung cấp:

Đối với các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh, khi hợp tác với một nhà cung cấp đạt được tất cả các tiêu chuẩn về chất lượng thì sẽ là nguồn tài nguyên của doanh nghiệp.

Bởi vì, hệ thống các nhà cung cấp đóng vai trò rất quan trọng, quyết định sự thành công của cả quá trình sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Những nhà cung cấp đạt tiêu chuẩn không chỉ giao hàng đủ số lượng, đúng chính xác chủng loại hàng hóa, có thời gian giao hàng nhanh chóng và sở hữu mức giá cả hợp lý... mà còn đóng góp vào sự phát triển của doanh nghiệp, liên kết hợp tác giúp giảm chi phí và giúp doanh nghiệp đạt được lợi nhuận kinh doanh tốt hơn.

Nhân tố này sẽ tác động tích cực đến hoạt động thu mua. Khi bộ phận thu mua quản lý tốt mạng lưới nhà cung cấp thì sẽ đồng thời quản lý được chi phí, giá cả ở phạm vi rộng giúp doanh nghiệp cắt giảm chi phí trong hoạt động thu mua.

Theo nhiều nghiên cứu cho thấy, ở các doanh nghiệp mà bộ phận thu mua quản lý tốt hệ thống nhà cung cấp sẽ đem đến những tác động vô cùng tích cực so với doanh nghiệp không thực hiện tốt vấn đề này. Thay vì gây sức ép với nhà cung cấp để giảm chi phí, bộ phận thu mua cần hợp tác và xây dựng mối quan hệ tốt đẹp, đôi bên cùng có lợi trong toàn hệ thống nhà cung cấp. Trong bối cảnh như vậy, bộ phận thu mua cần có những phương hướng hoạt động phù hợp trong quá trình lựa chọn và duy trì quan hệ đối với các nhà cung cấp vì đây là điều rất cần thiết bởi sự tác động của nó.

Đối thủ cạnh tranh:

Mọi doanh nghiệp, tổ chức đều có đối thủ cạnh tranh. Mức độ cạnh tranh phụ thuộc vào sự tương tác giữa các yếu tố như số lượng doanh nghiệp tham gia cạnh tranh, mức độ tăng trưởng của ngành, cơ cấu chi phí và mức độ đa dạng hóa sản phẩm. Doanh

nghiệp cần phân tích đối thủ cạnh tranh về mục tiêu, chiến lược, tiềm năng của họ để có những chiến lược hành động cụ thể.

Đối thủ cạnh tranh gây tác động đến hoạt động thu mua ở khía cạnh doanh nghiệp phải giảm thiểu chi phí đầu vào để có giá thành sản phẩm thấp trên thị trường, nhằm tăng khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp. Vì vậy bộ phận thu mua cần tập trung mở rộng tìm kiếm, thương lượng với nhiều nhà cung cấp khác nhau để giảm thiểu tối đa chi phí.

Chính sách kinh tế:

Tại mỗi nước nơi mà doanh nghiệp đang hoạt động đều có những đặc trưng khác nhau về chính sách kinh tế. Với mỗi sự khác biệt đó thì doanh nghiệp cần có các chiến lược ứng phó phù hợp với từng quy định của từng chính sách. Một số môi trường kinh tế phát triển ổn định thì sẽ có cơ sở hạ tầng vững chắc và hệ thống chính trị pháp luật thuận lợi cho sự phát triển của doanh nghiệp. Đặc biệt trong hoạt động thu mua thì một số chính sách kinh tế như chính sách tiền tệ, chính sách thương mại (hạn ngạch, thuế), chính sách kinh tế đối ngoại... có tác động trực tiếp đến quá trình thu mua. Chính sách kinh tế có tác động đến kết quả hoạt động kinh doanh và hoạt động thu mua của doanh nghiệp. Các doanh nghiệp khi hoạt động đều phải tuân thủ tất cả các chính sách được thể hiện bằng luật và quy định hoặc các biện pháp kinh tế như thuế, lãi suất... được nhà nước ban hành. Doanh nghiệp nên chủ động chấp hành tốt mọi chính sách này, tuân thủ mọi cơ chế của cơ quan nhà nước, đặc biệt là trong hoạt động thu mua.

Trên đây là một số các nhân tố tác động tới hoạt động thu mua một cách khách quan và chủ quan. Bộ phận thu mua cần hiểu rõ những nhân tố tác động này tác động như thế nào đối với quá trình thu mua của doanh nghiệp để phòng tránh các rủi ro và đề ra những giải pháp nhằm hoàn thiện hoạt động thu mua tại doanh nghiệp.

1.4 Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả hoạt động thu mua (về số lượng, chất lượng, thời gian, chi phí)

Hiệu quả của hoạt động thu mua trong doanh nghiệp được phản ánh thông qua nhiều tiêu chí khác nhau, trong đó có thể khái quát thành bốn nhóm chỉ tiêu cơ bản bao gồm: số lượng, chất lượng, thời gian và chi phí. Việc xây dựng hệ thống chỉ tiêu đánh giá phù hợp không chỉ giúp doanh nghiệp kiểm soát tốt hoạt động thu mua mà còn góp phần nâng cao hiệu quả của toàn bộ chuỗi cung ứng.

Trước hết, *chỉ tiêu về số lượng* thể hiện mức độ đáp ứng nhu cầu nguyên vật liệu,

hàng hóa phục vụ cho hoạt động sản xuất kinh doanh. Một hệ thống thu mua hiệu quả phải đảm bảo cung ứng đầy đủ, kịp thời theo kế hoạch đã đề ra, hạn chế tối đa tình trạng thiếu hụt hoặc dư thừa. Các chỉ tiêu thường được sử dụng bao gồm tỷ lệ đáp ứng đơn hàng, mức độ chênh lệch giữa kế hoạch và thực tế, hay tỷ lệ hoàn thành đơn hàng. Nếu doanh nghiệp không kiểm soát tốt yếu tố này, có thể dẫn đến gián đoạn sản xuất hoặc gia tăng chi phí lưu kho không cần thiết.

Bên cạnh đó, *chỉ tiêu về chất lượng* đóng vai trò đặc biệt quan trọng trong việc đảm bảo chất lượng đầu vào của quá trình sản xuất. Chất lượng hàng hóa thu mua được đánh giá thông qua tỷ lệ hàng đạt tiêu chuẩn, tỷ lệ hàng bị lỗi hoặc bị trả lại, cũng như mức độ ổn định chất lượng từ phía nhà cung cấp. Việc kiểm soát tốt yếu tố chất lượng không chỉ giúp doanh nghiệp giảm thiểu rủi ro trong sản xuất mà còn góp phần nâng cao uy tín và năng lực cạnh tranh trên thị trường.

Tiếp theo, *chỉ tiêu về thời gian* phản ánh khả năng đáp ứng tiến độ của hoạt động thu mua. Thời gian giao hàng, tỷ lệ giao hàng đúng hạn và khả năng xử lý các đơn hàng khẩn cấp là những tiêu chí quan trọng trong nhóm này. Một quy trình thu mua hiệu quả cần đảm bảo rút ngắn thời gian từ khi đặt hàng đến khi nhận hàng, đồng thời duy trì sự linh hoạt trong việc điều chỉnh kế hoạch khi có biến động. Điều này có ý nghĩa đặc biệt trong bối cảnh môi trường kinh doanh ngày càng biến động và yêu cầu tốc độ ngày càng cao.

Cuối cùng, *chỉ tiêu về chi phí* là cơ sở để đánh giá hiệu quả kinh tế của hoạt động thu mua. Các khoản chi phí liên quan bao gồm giá mua hàng hóa, chi phí vận chuyển, lưu kho, chi phí xử lý đơn hàng và các chi phí phát sinh khác. Doanh nghiệp cần theo dõi và so sánh giá mua với thị trường, đồng thời tối ưu hóa các chi phí liên quan nhằm giảm tổng chi phí thu mua. Việc kiểm soát tốt chi phí không chỉ giúp nâng cao lợi nhuận mà còn tạo lợi thế cạnh tranh bền vững cho doanh nghiệp.

1.5 Các qui định pháp lý và hệ thống chứng từ

1.5.1 Các quy định pháp lý

Hoạt động thu mua của doanh nghiệp chịu sự điều chỉnh của nhiều quy định pháp luật liên quan đến thương mại, hợp đồng, hải quan và hoạt động xuất nhập khẩu. Các văn bản pháp lý này là cơ sở để doanh nghiệp thực hiện đúng quy trình mua hàng, hạn chế rủi ro và đảm bảo tính hợp pháp trong hoạt động kinh doanh.

Luật Thương Mại 2005

Luật Thương mại số 36/2005/QH11 được Quốc hội ban hành ngày 14/06/2005 và có hiệu lực từ ngày 01/01/2006. Đây là văn bản pháp lý quan trọng điều chỉnh hoạt động mua bán hàng hóa và các hoạt động thương mại của doanh nghiệp.

Nội dung chính của luật liên quan đến hoạt động thu mua gồm:

- Quy định về mua bán hàng hóa.
- Quyền và nghĩa vụ của bên mua và bên bán.
- Hợp đồng mua bán hàng hóa.
- Hoạt động logistics và giao nhận hàng hóa.

Một số điều luật quan trọng:

- Điều 24: Hình thức hợp đồng mua bán hàng hóa.
- Điều 50: Nghĩa vụ thanh toán của bên mua.
- Điều 52: Địa điểm giao hàng.
- Điều 55: Nghĩa vụ giao hàng của bên bán.

Luật này là căn cứ để doanh nghiệp thực hiện ký kết hợp đồng, giao nhận và thanh toán trong hoạt động thu mua.

Bộ luật Dân Sự 2015

Bộ luật Dân sự số 91/2015/QH13 có hiệu lực từ ngày 01/01/2017, quy định về giao dịch dân sự và hợp đồng giữa các bên tham gia hoạt động kinh doanh.

Nội dung chính liên quan đến hoạt động thu mua:

- Quy định về giao kết hợp đồng.
- Hiệu lực pháp lý của hợp đồng.
- Quyền và nghĩa vụ dân sự của các bên.
- Trách nhiệm bồi thường thiệt hại khi vi phạm hợp đồng.

Một số điều luật tiêu biểu:

- Điều 385: Khái niệm hợp đồng.
- Điều 398: Nội dung của hợp đồng.
- Điều 401: Hiệu lực của hợp đồng.
- Điều 468: Lãi suất trong giao dịch dân sự.

Bộ luật này là cơ sở pháp lý để giải quyết tranh chấp và trách nhiệm dân sự phát sinh trong hoạt động thu mua.

Luật Hải Quan 2014

Luật Hải quan số 54/2014/QH13 có hiệu lực từ ngày 01/01/2015, quy định về thủ

tục hải quan, kiểm tra và giám sát hàng hóa xuất nhập khẩu.

Nội dung chính:

- Quy định thủ tục khai báo hải quan.
- Kiểm tra và giám sát hàng hóa nhập khẩu.
- Trách nhiệm của doanh nghiệp trong hoạt động xuất nhập khẩu.
- Nghĩa vụ nộp thuế đối với hàng hóa nhập khẩu.

Một số điều luật quan trọng:

- Điều 18: Quyền và nghĩa vụ của người khai hải quan.
- Điều 24: Hồ sơ hải quan.
- Điều 29: Kiểm tra hồ sơ hải quan.
- Điều 32: Kiểm tra thực tế hàng hóa.

Luật này giúp doanh nghiệp thực hiện hoạt động nhập khẩu đúng quy định và hạn chế rủi ro pháp lý.

Nghị định 08/2015/NĐ-CP và Nghị định 59/2018/NĐ-CP

Nghị định số 08/2015/NĐ-CP được Chính phủ ban hành nhằm quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành Luật Hải quan về:

- Thủ tục hải quan,
- Kiểm tra,
- Giám sát,
- Kiểm soát hải quan.

Sau đó được sửa đổi, bổ sung bởi Nghị định số 59/2018/NĐ-CP nhằm đơn giản hóa thủ tục hành chính và tạo thuận lợi cho doanh nghiệp xuất nhập khẩu.

Nội dung chính:

- Quy trình khai báo hải quan điện tử.
- Hồ sơ nhập khẩu hàng hóa.
- Quy định kiểm tra chuyên ngành.
- Thủ tục thông quan hàng hóa.

Các nghị định này giúp doanh nghiệp rút ngắn thời gian thông quan và nâng cao hiệu quả hoạt động nhập khẩu.

Công ước Viên 1980 về Hợp đồng mua bán hàng hóa quốc tế(CISG)

Việt Nam chính thức gia nhập CISG năm 2016 và có hiệu lực từ năm 2017. Công ước này điều chỉnh các giao dịch mua bán hàng hóa quốc tế giữa các doanh nghiệp thuộc

các quốc gia thành viên.

Nội dung chính:

- Quyền và nghĩa vụ của bên mua và bên bán.
- Điều kiện giao hàng.
- Trách nhiệm khi vi phạm hợp đồng.
- Giải quyết tranh chấp trong thương mại quốc tế.

Một số điều khoản quan trọng:

- Điều 30: Nghĩa vụ của bên bán.
- Điều 53: Nghĩa vụ thanh toán của bên mua.
- Điều 74: Bồi thường thiệt hại do vi phạm hợp đồng.

Việc áp dụng CISG giúp tạo sự thống nhất pháp lý trong hoạt động thương mại quốc tế và giảm rủi ro khi ký kết hợp đồng với đối tác nước ngoài.

Incoterms 2020

Incoterms 2020 do International Chamber of Commerce ban hành, là bộ quy tắc quốc tế quy định trách nhiệm của bên mua và bên bán trong hoạt động giao nhận hàng hóa quốc tế.

Nội dung chính:

- Quy định trách nhiệm giao hàng.
- Phân chia chi phí vận chuyển.
- Phân chia rủi ro hàng hóa.
- Quy định nghĩa vụ bảo hiểm và thủ tục xuất nhập khẩu.

Một số điều kiện thương mại phổ biến:

- FOB (Free On Board).
- CIF (Cost, Insurance and Freight).
- EXW (Ex Works).
- DDP (Delivered Duty Paid).

Incoterms giúp doanh nghiệp hạn chế tranh chấp và xác định rõ trách nhiệm của các bên trong hợp đồng ngoại thương.

1.5.2 Hệ thống chứng từ

Phiếu đề nghị mua hàng

Phiếu đề xuất mua hàng là loại văn bản được lập ra nhằm thể hiện những nội dung đề xuất mua các hàng hóa, nguyên vật liệu. Trên phiếu đề xuất mua hàng thể hiện

rõ các thông tin như: thông tin người lập đơn, hàng hóa đề xuất, người đề xuất, lý do và sau cùng là xác nhận và phê duyệt.

Phiếu đề xuất mua hàng giúp doanh nghiệp quản lý hoạt động tài chính cũng như các hoạt động khác của công ty một cách hiệu quả hơn. Tránh tuyệt đối các vấn đề như thất thoát ngân sách hay trục lợi cá nhân, cụ thể hơn:

- *Xác định nhu cầu mua sắm:* Phiếu đề xuất mua hàng giúp nhân viên đề xuất hàng hóa, vật tư hoặc dịch vụ thật sự cần thiết, tránh mua thừa, tiết kiệm chi phí và tài nguyên cho doanh nghiệp.
- *Kiểm soát chất lượng:* Nhờ có phiếu đề xuất mua hàng, các bộ phận liên quan có thể kiểm tra, đảm bảo hàng hóa được đề xuất mua đáp ứng đúng tiêu chuẩn và yêu cầu của công ty.
- *Quản lý ngân sách:* Phiếu đề xuất phải được cấp có thẩm quyền duyệt trước khi mua, giúp kiểm soát chi tiêu và tránh lãng phí.
- *Theo dõi và kiểm tra:* Trên phiếu đề xuất mua hàng có ghi rõ thông tin về sản phẩm, số lượng, đơn giá... giúp doanh nghiệp dễ dàng theo dõi giao dịch, quản lý tồn kho và giám sát hoạt động mua hàng.
- *Tối ưu quy trình mua hàng:* Từ phiếu đề xuất mua hàng, doanh nghiệp dễ dàng chuẩn hóa các bước từ đề xuất, phê duyệt đến mua hàng, giảm thời gian xử lý và nâng cao hiệu quả công việc.

Đơn đặt hàng

Đơn đặt hàng (tiếng anh là Purchase order) là giấy tờ dùng để xác minh các vấn đề đặt hàng số lượng lớn đúng thời gian và chất lượng dịch vụ trong trao đổi giao dịch. Đơn đặt hàng thường dùng trong các doanh nghiệp thương mại, sản xuất hay cá nhân cần mua bán hàng hoá, sản phẩm với mức giá quy định hay số lượng rõ ràng có ràng buộc về pháp lý. Đơn đặt hàng cũng có thể là văn bản mà bên mua gửi cho bên bán với mong muốn được bên bán cung cấp mặt hàng nhất định.

Trong thương mại quốc tế, thông thường đơn đặt hàng có nội dung của một hợp đồng mua bán ngoại thương. Nếu bên bán chấp nhận vô điều kiện đơn đặt hàng thì hợp đồng mua bán ngoại thương giữa hai bên coi như đã được ký kết.

Cụ thể nội dung trong đơn đặt hàng như sau:

- Tên của bên bán, bên mua
- Tên hàng, số lượng, đơn giá, loại tiền

- Thời gian và điều kiện giao hàng
- Điều kiện thanh toán, thời gian thanh toán
- Chữ ký của bên bán và bên mua

Lưu ý: Cần điền đầy đủ các thông tin trên mẫu đơn đặt hàng: số lượng, đơn giá và tính thành tiền tương ứng. Những nội dung này cũng là một cách xác nhận số lượng, giá cả hàng hóa làm căn cứ thanh toán sau này. Đồng thời, địa điểm và thời gian giao hàng cũng được bên đặt hàng ghi rõ để làm căn cứ giao hàng và thanh toán, nếu giao hàng chậm sẽ bị phạt. Càng chi tiết càng tốt các thông tin về mặt hàng: Đặc biệt là các thông số kỹ thuật để không bị nhầm lẫn với mặt hàng khác. Đồng thời, cũng là cơ sở để 02 bên giao nhận hàng hóa và làm cơ sở để giải quyết các tranh chấp sau này. Phương thức thanh toán: Mẫu đơn đặt hàng ngoài những thông tin cần thiết phải có ở trên thì người làm đơn cũng cần phải ghi rõ phương thức thanh toán, có thể là thanh toán trước 50 - 50 hoặc thanh toán 100% trước khi giao hàng hoặc ngay sau khi nhận hàng. Phương thức thanh toán trong Đơn đặt hàng là do sự thỏa thuận giữa 02 bên. Vì thế, nếu thấy Đơn đặt hàng ghi nội dung này chưa hợp lý thì bên nhận đặt hàng cũng có quyền yêu cầu bên đặt hàng điều chỉnh lại. Ngoài ra, 02 bên cũng có thể chọn hình thức thanh toán trực tiếp hoặc tiến hành chuyển khoản qua ngân hàng. Sau khi nhận được Đơn đặt hàng từ bên mua, bên bán cần ký, đóng dấu hoặc sử dụng phương thức khác để xác nhận đã nhận được Đơn đặt hàng và gửi lại cho bên đặt mua hàng.

Hóa đơn giá trị gia tăng (VAT)

Hóa đơn giá trị gia tăng là loại hóa đơn dành cho các tổ chức khai, tính thuế giá trị gia tăng theo phương pháp khấu trừ trong các hoạt động sau:

- Bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ trong nội địa;
- Hoạt động vận tải quốc tế;
- Xuất vào khu phi thuế quan và các trường hợp được coi như xuất khẩu;

Hóa đơn giá trị gia tăng (hóa đơn GTGT) hay còn gọi là VAT, do Bộ Tài chính phát hành hoặc do doanh nghiệp tự in ra sau khi đã đăng ký mẫu hóa đơn với cơ quan thuế, hóa đơn đỏ chính là một loại chứng từ có giá trị pháp lý thể hiện giá trị hàng hóa hoặc dịch vụ mà người bán, bên cung ứng dịch vụ xuất cho bên mua, bên sử dụng dịch vụ.

Hoá đơn giá trị gia tăng có vai trò như sau:

- + Là bằng chứng về việc mua bán hàng hóa dịch vụ.

+ chứng từ, là cơ sở ban đầu mà doanh nghiệp dùng để kê khai nộp thuế, khấu trừ, hạch toán chi phí thực tế phát sinh, hoàn thuế và xác định những chi phí hợp lệ khi tính thuế đối với cơ quan thuế.

Hóa đơn giá trị gia tăng phải có thông tin về tên, địa chỉ, mã số thuế của người bán và người mua (nếu có), danh mục hàng hóa dịch vụ, ngày thực hiện giao dịch, tổng giá trị hàng hóa dịch vụ, giá trị tính thuế GTGT, thuế suất GTGT và giá trị thuế GTGT.

Hóa đơn giá trị gia tăng quan trọng là vì đây là loại hóa đơn có giá trị về mặt pháp lý. Nó tách riêng giá trị thực của hàng hóa và phần giá trị tăng thêm, là căn cứ để khấu trừ thuế.

Phiếu nhập kho

Phiếu nhập kho là một chứng từ kế toán được dùng như giấy tờ ghi chép và theo dõi việc nhập hàng của doanh nghiệp trong hoạt động nhập kho. Theo đó, phiếu nhập kho được sử dụng nhằm mục đích xác nhận số lượng sản phẩm hàng hóa, vật tư, công cụ, dụng cụ, nhập kho làm căn cứ để ghi Thẻ kho, thanh toán tiền hàng, xác định trách nhiệm với người có liên quan và ghi sổ kế toán.

Phiếu nhập kho có vai trò như sau:

Loại phiếu này thường được dùng ở những nhà kho, khu vực quản lý hàng hóa, hoặc nguyên vật liệu, trang thiết bị của toàn bộ hệ thống sản xuất. Đồng thời, phiếu nhập kho còn được dùng trong những trường hợp hàng hóa, nguyên vật liệu hay dụng cụ được mua từ bên ngoài và cần nhập vào kho hàng.

Những mặt hàng mua ngoài, tự gia công, chế biến hoặc nhận góp vốn trước khi đưa vào kho đều cần phải lập phiếu. Bởi loại phiếu này có tác dụng quản lý tất cả hàng hóa, sản phẩm có trong kho để phù hợp với phần mềm quản lý giám sát một cách chính xác.

Phiếu nhập kho thường sẽ được thực hiện bởi thủ kho, ở một số doanh nghiệp kế toán kho sẽ trực tiếp quản lý, viết phiếu và nhập vào phần mềm kế toán. Có thể hiểu rằng, phiếu nhập kho là một loại giấy tờ vô cùng quan trọng để có thể đảm bảo được việc kiểm soát hàng hóa kinh doanh. Đồng thời dựa vào dữ liệu trên phiếu doanh nghiệp mới dễ kiểm soát để có thể kịp thời đưa ra những giải pháp tốt nhất cho toàn bộ hệ thống.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG QUY TRÌNH THU MUA SẢN PHẨM NHẬP KHẨU TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN XÂY DỰNG GỐM SỨ VIỆT HƯƠNG

2.1. Khái quát về Công ty Cổ phần Xây dựng Gốm sứ Việt Hương

2.1.1. Lịch sử hình thành công ty

- Thành lập: Công ty Cổ phần Xây dựng Gốm sứ Việt Hương được thành lập vào ngày 11/04/2016.

- Giai đoạn đầu (2016): Công ty bắt đầu kiến tạo và phát triển doanh nghiệp, tập trung vào việc cung cấp các giải pháp vật liệu xây dựng chất lượng cao cho ngành kiến trúc và xây dựng tại Việt Nam.

- Mở rộng và phát triển (2017 - 2023):

+ 2017: Khai trương showroom tại Tam Kỳ, Quảng Nam và mở rộng thị trường ra khu vực phía Bắc. Công ty cũng hợp tác và trở thành nhà phân phối độc quyền của nhiều thương hiệu nổi tiếng thế giới như Refin, Iris Ceramics, APE, Tau Ceramics, Levantina, Riobel, Kito, Hongyu.

+ 2020: Khai trương showroom Viet Huong Luxury tại Đà Nẵng và hợp tác với NIRO - một đơn vị sản xuất gạch ốp lát hàng đầu từ Thụy Sĩ. Nhà máy Việt Hương cũng được phát triển thành Nhà máy sản xuất vật liệu xây dựng Việt Hương. Đồng thời, công ty ra mắt thương hiệu sơn Dolip và các sản phẩm vật liệu xây dựng khác như xi măng trắng, bột trét tường, keo dán gạch.

+ 2021: Khai trương showroom tại Hà Nội và hợp tác trở thành nhà phân phối độc quyền của Star Sanitaryware tại Việt Nam.

+ 2022: Mở rộng hệ thống với hơn 50 đại lý, cửa hàng hoạt động khắp cả nước và quy mô nhân sự hơn 200 người.

+ 2023: Ra mắt thương hiệu thiết bị vệ sinh EuroVinto với định hướng trở thành thương hiệu hàng đầu về thiết bị vệ sinh nhập khẩu, dẫn đầu xu hướng thiết kế và đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế.

- Hiện tại và tương lai:

+ Viet Huong Ceramics đã trở thành một trong những doanh nghiệp hàng đầu trong ngành vật liệu xây dựng, với kim ngạch nhập khẩu và phân phối gạch ốp lát, thiết bị vệ sinh đứng đầu Việt Nam.

+ Công ty sở hữu hệ thống hơn 5 showroom lớn, 200+ đại lý trên toàn quốc và đội ngũ chuyên gia am hiểu sâu sắc thị trường.

+ Viet Huong Ceramics được vinh dự trao tặng giải thưởng Sao Vàng Đất Việt 2024.

+ Tầm nhìn của công ty là trở thành doanh nghiệp dẫn đầu Việt Nam về nhập khẩu và xuất khẩu vật liệu xây dựng, cung cấp sản phẩm chất lượng cao đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

2.1.2 Tầm nhìn, sứ mệnh, giá trị cốt lõi

- *Tầm nhìn:*

+ Là doanh nghiệp dẫn đầu Việt Nam về nhập khẩu và xuất khẩu Vật liệu xây dựng, cung cấp sản phẩm chất lượng cao đáp ứng nhu cầu của khách hàng và người tiêu dùng.

+ Xây dựng mối quan hệ chiến lược với các công ty xây dựng và kiến trúc, nhà thầu hàng đầu Việt Nam

+ Cung cấp các giải pháp vật liệu xây dựng tiên tiến và sản phẩm xanh bảo vệ môi trường.

“Tầm nhìn này thể hiện khát vọng vươn xa, không chỉ dừng lại ở thị trường nội địa mà còn mở rộng ra thị trường quốc tế thông qua hoạt động xuất khẩu. Đồng thời, cam kết về chất lượng sản phẩm luôn là yếu tố được đặt lên hàng đầu”.

- *Sứ mệnh:*

+ Việt Hương không ngừng sáng tạo và nghiên cứu để mang lại những sản phẩm chất lượng tốt nhất trên thế giới đến với người tiêu dùng Việt Nam:

- Sáng tạo và Nghiên cứu: Liên tục đổi mới, tìm kiếm và phát triển những sản phẩm mới, công nghệ tiên tiến.
- Chất lượng: Mang những sản phẩm có tiêu chuẩn cao nhất từ các thị trường hàng đầu thế giới về phục vụ người tiêu dùng Việt Nam.
- Đồng hành cùng Kiến trúc sư và Nhà thầu: Hỗ trợ họ trong việc kiến tạo không gian sống xanh – bền – đẹp cho hiện tại và tương lai, đồng thời gìn giữ và phát huy giá trị nghệ thuật truyền thống của gạch bông – gạch bông gió.

- *Giá trị cốt lõi:* Viet Huong Ceramics xây dựng văn hóa doanh nghiệp dựa trên 5 giá trị cốt lõi vững chắc:

+Minh Bạch Đề Trường Tồn: Xây dựng niềm tin bằng sự trung thực và minh bạch trong mọi hoạt động sản xuất – kinh doanh. Đây là nền tảng để công ty phát triển

bền vững và lâu dài.

+ **Kiên Định Để Phát Triển:** Luôn bám sát định hướng phát triển kinh tế – xã hội, đóng góp vào sự tiến bộ chung của ngành xây dựng Việt Nam trong kỷ nguyên mới. Thể hiện sự quyết tâm và tầm nhìn dài hạn.

+ **Cùng Đối Tác Phát Triển:** Gắn kết và đồng hành vươn xa với đối tác trên tinh thần hợp tác lâu dài, phát triển bền vững. Công ty coi trọng mối quan hệ với khách hàng, nhà cung cấp và các đối tác khác.

+ **Chất Lượng Vì Khách Hàng:** Lấy chất lượng sản phẩm làm trung tâm, đặt sự hài lòng của khách hàng là kim chỉ nam. Mọi nỗ lực đều hướng tới việc mang lại sản phẩm và dịch vụ tốt nhất cho khách hàng.

+ **Tiên Phong Sáng Tạo:** Luôn đi đầu trong ứng dụng công nghệ và xu hướng thiết kế mới, kiến tạo giá trị khác biệt trên thị trường. Thúc đẩy sự đổi mới và sáng tạo để dẫn đầu xu hướng.

2.1.3. Ngành nghề kinh doanh

- Công ty Việt Hương tập trung vào kinh doanh và sản xuất trong ba mảng chính như sau:

1. Sản Xuất
2. Thương mại
3. Dịch vụ

- Trong mảng Thương mại, Việt Hương có các hoạt động kinh doanh cốt lõi liên quan đến vật liệu xây dựng cụ thể:

+ Sản phẩm và lĩnh vực kinh doanh chính (Vật liệu xây dựng):

➤ Sản xuất vật liệu xây dựng xanh :

- Gạch bông, Gạch bông gió, và Gạch vỉa hè Terrazzo: Thông qua Nhà máy vật liệu xây dựng Việt Hương tại Quảng Nam, công ty chuyên sản xuất và cung cấp các dòng sản phẩm này, đạt danh hiệu Sao Vàng Đất Việt 2024.



Hình 2.1: Gạch Bông



Hình 2.2: Gạch Bông Gió

- Gạch ốp lát nhập khẩu (Viet Hung Ceramics): Đây là một mảng kinh doanh chuyên sâu, tập trung vào các sản phẩm cao cấp:
 - Gạch Italia (Ý): Biểu tượng của sự tinh tế, sản xuất theo tiêu chuẩn cao nhất, sử dụng công nghệ Inkjet tạo họa tiết vân đá sắc nét.
 - Gạch Tây Ban Nha: Hoàn hảo với lớp men phủ dày, thích hợp cho các không gian chịu tác động ngoại lực như phòng khách, gara ô tô.
 - Gạch Trung Quốc: Phổ biến, đa dạng về kiểu dáng, kích thước, màu sắc, chất lượng đảm bảo.
 - Gạch Ấn Độ: Thiết kế độc đáo, đường vân sống động, giá cả cạnh tranh.
 - Gạch Malaysia: Cứng cáp, bền, phù hợp cho không gian ẩm như phòng tắm, nhà bếp, kết hợp với pha lê tinh khiết.
 - Các loại gạch nhập khẩu từ các nước khác như Brazil, Thụy Sĩ, Thái Lan, Nhật Bản cùng nhiều quốc gia khác.

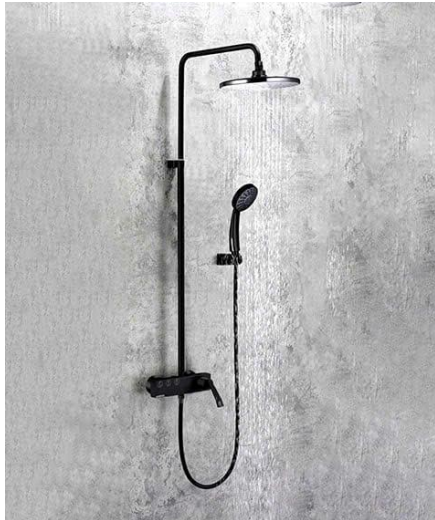


Hình 2.3: Gạch ITALY



Hình 2.4: Gạch Tây Ban Nha

- Thiết bị vệ sinh:
 - Thiết bị vệ sinh nhập khẩu: Bao gồm các sản phẩm từ nhiều thương hiệu khác nhau.
 - Thiết bị vệ sinh Eurovinto, Arrow, ToTo: Thương hiệu riêng của Việt Hương,
 - Thiết bị vệ sinh Star Sanitaryware Thái Lan



Hình 2.5: Vòi Sen Eurovinto



Hình 2.6: Bồn Cầu Eurovinto

+ Logistics - Xuất Nhập khẩu: Công ty sở hữu thương hiệu Viet Huong Logistics, cung cấp các giải pháp logistics toàn diện và chuyên nghiệp.

- Vận tải Quốc tế và Nội địa: Bao gồm vận tải hàng hóa đường biển quốc tế và nội địa, xử lý hàng nghìn container mỗi năm.
- Dịch vụ kho bãi Container.
- Ủy thác xuất nhập khẩu và khai báo hải quan.
- Xuất khẩu: Tập trung vào các sản phẩm gạch bông, gạch bông gió, sơn, vật liệu xây dựng xanh, nông sản Việt Nam (gạo, cà phê) và hàng thủ công mỹ nghệ.
- Nhập khẩu: Cung cấp các giải pháp logistics tích hợp, tối ưu chi phí, rút ngắn thời gian giao hàng và nâng cao hiệu suất chuỗi cung ứng.

2.1.4 Cơ cấu tổ chức và chức năng nhiệm vụ

2.1.4.1 Cơ cấu tổ chức



Hình 2.7: Sơ đồ cơ cấu tổ chức của VIET HUONG CERAMICS

2.1.4.2 Chức năng và nhiệm vụ

Hội Đồng Quản Trị

Chức năng: Hội đồng quản trị là cơ quan quản lý cao nhất của công ty, có chức năng quyết định các chiến lược phát triển, định hướng hoạt động và giám sát toàn bộ hoạt động quản lý, điều hành của doanh nghiệp.

Nhiệm vụ:

- Xây dựng chiến lược phát triển dài hạn của công ty.
- Quyết định các kế hoạch đầu tư, mở rộng thị trường và định hướng kinh doanh.
- Ban hành các chính sách quản lý và quy chế hoạt động của công ty.
- Bổ nhiệm, giám sát và đánh giá hoạt động của Ban Tổng Giám đốc.

- Kiểm tra tình hình tài chính và hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp.
- Đảm bảo công ty hoạt động đúng pháp luật và đạt mục tiêu phát triển đề ra.

Ban Tổng Giám Đốc

Chức năng: Ban Tổng Giám đốc là bộ phận trực tiếp điều hành hoạt động sản xuất kinh doanh hằng ngày của công ty theo định hướng và chiến lược do Hội đồng quản trị đề ra.

Nhiệm vụ:

- Tổ chức và điều hành toàn bộ hoạt động của các phòng ban trong công ty.
- Triển khai kế hoạch kinh doanh và chiến lược phát triển của doanh nghiệp. Quản lý nhân sự, tài chính và các hoạt động vận hành của công ty.
- Kiểm tra, giám sát và đánh giá hiệu quả hoạt động của các phòng ban.
- Đưa ra các quyết định điều hành nhằm đảm bảo hiệu quả kinh doanh.
- Báo cáo kết quả hoạt động và tình hình doanh nghiệp cho Hội đồng quản trị. Phối hợp với các bộ phận để giải quyết các vấn đề phát sinh trong quá trình hoạt động kinh doanh.

Phòng Dự Án

Chức năng: Quản lý và triển khai các dự án xây dựng, cung cấp vật liệu xây dựng và thiết bị cho các công trình của công ty.

Nhiệm vụ:

- Lập kế hoạch triển khai dự án.
- Theo dõi tiến độ thi công và cung ứng vật tư.
- Phối hợp với khách hàng, nhà thầu và các bộ phận liên quan.
- Kiểm soát chất lượng và tiến độ thực hiện dự án.
- Báo cáo tình hình thực hiện dự án cho Ban Giám đốc.

Phòng Mua Hàng

Chức năng: Đảm bảo nguồn cung hàng hóa, nguyên vật liệu và thiết bị phục vụ hoạt động kinh doanh và sản xuất của công ty.

Nhiệm vụ:

- Tìm kiếm và đánh giá nhà cung cấp.
- Đàm phán giá cả và ký kết hợp đồng mua hàng.
- Lập kế hoạch thu mua theo nhu cầu kinh doanh.
- Theo dõi tiến độ giao hàng và xử lý phát sinh.

- Kiểm tra chất lượng và số lượng hàng hóa đầu vào.
- Phối hợp với phòng xuất nhập khẩu và kế toán trong thanh toán và nhận hàng.

Phòng Kinh Doanh

Chức năng: Tổ chức hoạt động bán hàng, phát triển thị trường và chăm sóc khách hàng nhằm gia tăng doanh thu cho công ty.

Nhiệm vụ:

- Tìm kiếm và phát triển khách hàng, đại lý.
- Tư vấn và bán sản phẩm cho khách hàng.
- Theo dõi doanh số và lập kế hoạch kinh doanh.
- Tiếp nhận đơn hàng và phối hợp giao hàng.
- Nghiên cứu thị trường và đối thủ cạnh tranh.
- Chăm sóc khách hàng sau bán hàng.

Phòng Marketing

Chức năng: Xây dựng thương hiệu và triển khai các hoạt động quảng bá sản phẩm, hình ảnh công ty.

Nhiệm vụ:

- Xây dựng chiến lược marketing và truyền thông.
- Quản lý fanpage, website và các kênh quảng cáo.
- Thiết kế chương trình quảng bá và khuyến mãi.
- Nghiên cứu nhu cầu và xu hướng thị trường.
- Hỗ trợ hoạt động bán hàng và phát triển thương hiệu.
- Tổ chức sự kiện, hội chợ và hoạt động truyền thông.

Phòng Nhân Sự

Chức năng: Quản lý nguồn nhân lực và thực hiện các chính sách nhân sự của công ty.

Nhiệm vụ:

- Tuyển dụng và đào tạo nhân viên.
- Quản lý hồ sơ nhân sự.
- Xây dựng chính sách lương thưởng và phúc lợi.
- Theo dõi chấm công, tính lương và bảo hiểm.
- Đánh giá hiệu quả làm việc của nhân viên.

Khối Sản Xuất

Chức năng: Tổ chức sản xuất các sản phẩm vật liệu xây dựng và đảm bảo chất lượng sản phẩm đầu ra.

Nhiệm vụ:

- Quản lý máy móc, thiết bị và nguyên vật liệu.
- Kiểm soát chất lượng sản phẩm trong quá trình sản xuất.
- Đảm bảo tiến độ và hiệu quả sản xuất.
- Phối hợp với kho và phòng mua hàng để đảm bảo nguồn nguyên liệu.
- Đảm bảo an toàn lao động trong sản xuất.

Phòng Kế Toán

Chức năng: Quản lý tài chính, kế toán và kiểm soát dòng tiền của công ty.

Nhiệm vụ:

- Hạch toán kế toán và lập báo cáo tài chính.
- Theo dõi công nợ phải thu, phải trả.
- Quản lý thu chi và thanh toán.
- Kê khai và quyết toán thuế.
- Kiểm tra chứng từ thanh toán và mua hàng.
- Tham mưu cho Ban Giám đốc về tình hình tài chính.

Phòng Xuất Nhập Khẩu

Chức năng: Thực hiện các hoạt động xuất nhập khẩu và logistics quốc tế của công ty.

Nhiệm vụ:

- Làm thủ tục hải quan xuất nhập khẩu.
- Chuẩn bị và kiểm tra chứng từ ngoại thương.
- Theo dõi tiến độ vận chuyển hàng hóa quốc tế.
- Làm việc với hãng tàu, forwarder và đơn vị logistics.
- Thực hiện thủ tục nhận hàng và thông quan.
- Theo dõi chi phí vận chuyển và lưu kho bãi.
- Đảm bảo hoạt động xuất nhập khẩu đúng quy định pháp luật.

2.1.5. Tình hình sử dụng nguồn lực

2.1.5.1 Cơ sở vật chất

Công ty có showroom chính đặt tại 246 Nguyễn Hữu Thọ, phường Hòa Cường Bắc, quận Hải Châu, TP Đà Nẵng đây là vị trí đắc địa khá thuận lợi và dễ tiếp cận ở khu

vực đông dân cư và là trung tâm thành phố giúp tăng tiềm năng thu hút khách hàng và thuận lợi cho việc trưng bày sản phẩm. Ngoài ra công ty còn có các showroom lớn nhỏ:

- + Showroom 2: 999 Nguyễn Hữu Thọ, phường Cẩm Lệ, TP Đà Nẵng
- + Showroom 3: Đường Đ1, thôn Đông Yên, xã Duy Xuyên, TP Đà Nẵng
- + Showroom 4: 246 Nguyễn Duy Trinh, phường Bình Trưng, TP Hồ Chí Minh
- + Showroom 5: 298 Phạm Văn Đồng, phường Hưng Đạo, TP Hải Phòng
- + Chi nhánh Hà Nội: Căn 19+20 khu D, KĐT Geleximco, Đ. Lê Trọng Tấn, P.

Dương Nội, TP. Hà Nội.

+ Chi nhánh Hải Phòng: P.605, Tòa nhà Hải Minh, Km105 Nguyễn Bình Khiêm, P. Đông Hải, TP. Hải Phòng.

+ Chi nhánh Đà Nẵng: 58 Phước Lý 9, Phường Liên Chiểu, Thành phố Đà Nẵng

+ Nhà máy sản xuất tại Cụm Công nghiệp Tây An, xã Duy Xuyên, Thành phố Đà Nẵng.

Trang thiết bị :

Bảng 2.1: Trang thiết bị

Năm Tên	2023	2024	2025
	Số Lượng	Số Lượng	Số Lượng
Điều Hòa	6	6	8
Máy Tính	16	20	25
Máy In	4	6	6
TiVi	2	2	1
Máy Quạt	2	3	3
Bàn	10	14	16
Ghế	14	22	34
Tủ	2	4	4
Xe nâng	6	8	12
Xe tải	3	4	6
Xe ô tô	3	4	4

(Nguồn: Phòng nhân sự Công Ty Viet Huong Ceramics)

Trang thiết bị tăng theo từng năm cho thấy Công ty đầu tư để tăng năng suất và hiệu quả hoạt động. Mỗi thiết bị phù hợp với mỗi nhân sự giúp tăng khả năng làm việc và hiệu quả khi xử lý chứng từ, trao đổi thông tin. Việc tăng cường và đổi mới giúp công ty giảm chi phí tiêu hao hàng tháng.

2.1.5.2 Nguồn nhân lực

- Viet Huong Ceramic không chỉ là đơn vị thương mại mà còn tham gia sản xuất.

Quy mô nhân sự :

+ Số lượng nhân viên: +100 nhân sự bao gồm khối văn phòng, showroom và đội ngũ kỹ thuật.

- Nguồn nhân lực văn phòng:

Bảng 2.2: Cơ cấu nhân sự của công ty qua các năm 2023-2025

	2023		2024		2025					
	Số Lượng	Tỷ lệ %	Số Lượng	Tỷ lệ %	Số lượng	Tỷ lệ %	2024/2023		2025/2024	
Tổng số lao động	132	100	159	100	165	100	27	20.45	6	3.77
Phân theo giới tính										
Nam	80	60.6	95	59.75	90	54.55	15	18.75	-5	-5.26
Nữ	52	39.4	64	40.25	75	45.45	12	23.08	11	17.19
Phân theo độ tuổi										
20-30 tuổi	76	57.58	80	50.32	82	49.7	4	5.26	2	2.5
31-40 tuổi	40	30	50	31.45	60	36.37	10	25	10	20
Trên 40 tuổi	16	12.12	29	18.24	23	13.94	13	81.25	-6	-20.69
Phân theo trình độ lao động										
Trên Đại học	2	1.52	3	1.89	3	1.82	1	50	0	0
Đại học	38	28.79	32	20.13	40	24.24	-6	-15.79	8	25
Cao Đẳng	30	22.37	25	15.72	30	18.18	-5	-16.67	5	20
Lao động phổ thông	62	46.97	99	62.26	92	55.76	37	59.68	-7	-7.07

(Nguồn: Phòng nhân sự Công Ty Viet Huong Ceramics)

Nhận xét:

Quy mô lực lượng lao động có xu hướng tăng trưởng rất nhanh chóng và liên tục trong giai đoạn 2023–2025. Sự tăng trưởng về tổng số lao động (tăng 33 người từ 2023 đến 2025) cho thấy công ty có khả năng mở rộng sản xuất và đáp ứng nhu cầu thị trường tốt hơn.

Ta thấy số lao động nam nhiều hơn phù hợp hơn với các công việc nặng nhọc trong sản xuất gạch nhưng cũng cần đảm bảo sự cân bằng và phù hợp với lao động nữ như kiểm định chất lượng, vốn, trang trí không gian đòi hỏi sự khéo léo.

Năm 2023-2024 tỷ trọng nhóm lao động trên 40 tuổi tăng nhanh. Nếu nhóm tuổi này có kinh nghiệm lâu năm thì sẽ là nguồn lực quý giá. Tuy nhiên, nếu không quen với công nghệ mới thì cũng sẽ gặp khó khăn. Năm 2024-2025 tỷ trọng lao động trên 40 tuổi giảm còn nhóm lao động trẻ tăng cho thấy công ty đang thay thế nhân viên cao tuổi bằng thế hệ trẻ. Ngoài ra nhóm lao động trẻ chiếm tỷ trọng cao nhất, họ có tinh thần làm việc năng động, nhiệt huyết và ham học hỏi. Cơ cấu có sự chuyển đổi từ cũ sang trẻ sẽ đảm bảo nguồn nhân lực năng động để phát triển dài hạn.

Lao động phổ là chủ yếu chiếm gần 50% tổng số lao động. Đại học và Cao Đẳng tương đối ổn định. Nhóm trên đại học thì rất ít chỉ có 1 người năm 2023 rồi tăng lên 3 người năm 2024 và giữ nguyên đến năm 2025. Mà ngành xây dựng gồm sứ hiện tại đòi hỏi kỹ thuật cao trong thiết kế, kiểm soát chất lượng và nghiên cứu phát triển sản phẩm nên đòi hỏi có trình độ cao. Đây là điểm cần cải thiện của công ty.

2.1.5.3 Nguồn lực tài chính

Bảng 2.3: Bảng tóm tắt cân đối tài chính về Tài sản trong giai đoạn 2023 – 2025**(Đơn Vị: VNĐ)**

CHỈ TIÊU	2023	2024	2025
A. TÀI SẢN			
I. TÀI SẢN NGẮN HẠN	197.147.532.309	185.551.299.416	198.461.269.027
1. Tiền và các khoản tương đương tiền	2.499.196.094	6.484.198.607	3.642.281.125
2. Các khoản phải thu ngắn hạn	23.333.293.109	16.230.138.366	19.986.292.117
3. Đầu tư tài chính ngắn hạn	9.179.745.000	8.500.000.000	8.900.000.000
4. Hàng tồn kho	159.518.524.638	151.083.804.150	162.788.862.109
5. Tài sản ngắn hạn khác	2.666.773.468	3.214.158.293	3.143.833.676
II. TÀI SẢN DÀI HẠN	64.437.478.625	59.319.328.103	55.267.384.596
1. Các khoản phải thu dài hạn	2.763.250.000	3.140.850.000	3.180.850.000
2. Tài sản cố định	56.446.261.384	53.079.334.171	45.093.230.286
TSCĐ hữu hình	44.686.682.288	42.580.418.086	35.055.017.535
TSCĐ vô hình			
3. Tài sản dở dang dài hạn	1.272.544.265	339.965.489	
4. Tài sản dài hạn khác	3.955.422.976	2.759.178.443	3.143.833.676
TỔNG CỘNG TÀI SẢN	261.585.010.934	244.831.627.519	253.728.653.623
B. NGUỒN VỐN			
III. NỢ PHẢI TRẢ	185.424.117.347	168.460.274.151	176.870.920.699
1. Nợ ngắn hạn	168.377.636.041	155.158.689.913	166.872.646.794
2. Nợ dài hạn	17.046.481.306	13.301.584.238	9.998.255.905
IV. VỐN CHỦ SỞ HỮU	76.160.893.587	76.371.353.368	76.857.750.924
1. Vốn chủ sở hữu	76.160.893.587	76.371.353.368	76.857.750.924
2. Vốn góp của chủ sở hữu	65.000.000.000	65.000.000.000	65.000.000.000
3. Lợi nhuận sau thuế chưa phân phối	11.055.038.207	11.265.497.988	11.751.895.544
TỔNG CỘNG NGUỒN VỐN	261.585.010.934	244.831.627.519	253.728.653.623

(Nguồn: Phòng Kế toán công ty VIET HUONG CERAMICS)

Trước hết, hàng tồn kho chiếm tỷ trọng rất lớn trong tổng tài sản ngắn hạn (trên 150 tỷ đồng qua các năm), cho thấy hoạt động thu mua nguyên vật liệu và hàng hóa diễn ra với quy mô lớn nhằm phục vụ sản xuất và kinh doanh. Giai đoạn 2023 – 2024, hàng tồn kho giảm 5,3% (từ 159,5 tỷ xuống 151 tỷ VNĐ) đây là tín hiệu cho thấy bộ phận thu mua đã kiểm soát tốt lượng hàng nhập vào, ưu tiên giải phóng hàng tồn cũ. Điều này giúp tối ưu hóa dòng tiền trong bối cảnh tổng tài sản của công ty đang có xu hướng giảm (-6,4%). Giai đoạn 2024 – 2025, hàng tồn kho tăng trở lại 7,7% (lên mức 162,7 tỷ VNĐ) việc tăng dự trữ tồn kho vào năm 2025 có thể là bước đi chiến lược của bộ phận thu mua nhằm tích trữ hàng hóa chuẩn bị cho các dự án lớn hoặc đối phó với dự báo tăng giá vật liệu từ các nhà cung cấp nước ngoài. Tuy nhiên, điều này cũng đặt ra áp lực lên quản trị kho bãi.

Bên cạnh đó, các khoản phải thu ngắn hạn biến động mạnh (giảm 30,5% năm 2024 rồi tăng lại 23,1% năm 2025) cho thấy chính sách bán hàng và thu hồi công nợ chưa ổn định. Điều này gián tiếp ảnh hưởng đến hoạt động thu mua, bởi khi dòng tiền không ổn định, doanh nghiệp sẽ gặp khó khăn trong việc thanh toán cho nhà cung cấp, từ đó làm giảm uy tín và khả năng đàm phán giá tốt.

Một điểm đáng chú ý khác là tiền và các khoản tương đương tiền tăng mạnh 159,5% trong năm 2024 nhưng lại giảm sâu 43,8% trong năm 2025. Sự sụt giảm tiền mặt vào năm 2025 trùng khớp với thời điểm hàng tồn kho tăng. Điều này minh chứng cho hoạt động thu mua đã sử dụng một lượng lớn tiền mặt để thanh toán ngay cho các lô hàng nhập khẩu lớn (có thể để hưởng chiết khấu thanh toán sớm), thay vì duy trì số dư tiền mặt cao như năm trước.

Ngoài ra, tài sản dài hạn có xu hướng giảm liên tục, đặc biệt tài sản cố định và tài sản dở dang giảm mạnh (tài sản dở dang giảm tới -73,3%). Điều này cho thấy công ty đang hạn chế đầu tư mở rộng, đồng thời tập trung vào hoạt động ngắn hạn. Trong bối cảnh đó, hoạt động thu mua có xu hướng mang tính ngắn hạn, thiếu chiến lược dài hạn như ký hợp đồng cung ứng lâu dài hay xây dựng quan hệ bền vững với nhà cung cấp. Về cơ cấu nguồn vốn, nợ phải trả chiếm tỷ trọng lớn và có biến động đáng kể, trong khi vốn chủ sở hữu tăng chậm. Điều này cho thấy công ty vẫn phụ thuộc nhiều vào nguồn vốn vay để tài trợ cho hoạt động, bao gồm cả thu mua hàng hóa. Áp lực trả nợ có thể khiến doanh nghiệp phải thu hẹp quy mô thu mua hoặc lựa chọn các nhà cung cấp giá thấp thay vì tối ưu chất lượng, từ đó ảnh hưởng đến hiệu quả lâu dài.

2.2 Phân tích hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Xây dựng Gốm sứ Việt Hương

2.2.1 Tổng quan về hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Xây dựng Gốm sứ Việt Hương

2.2.1.1 Lĩnh vực kinh doanh

Sản phẩm cốt lõi:

Gạch ốp lát nhập khẩu: Công ty là nhà cung cấp hàng đầu các sản phẩm gạch ốp lát cao cấp, nhập khẩu từ các quốc gia có nền công nghiệp phát triển như Ý, Tây Ban Nha, Thụy Sĩ, Nhật Bản, Ấn Độ, Trung Quốc. Các sản phẩm này đa dạng về chủng loại, chất liệu và kích thước, đáp ứng nhu cầu cho các công trình lớn và quy mô.

Gạch men, gạch bông, gạch bông gió, gạch trang trí, gạch mỹ thuật: Viet Huong Ceramics không chỉ nhập khẩu mà còn là nhà sản xuất các dòng gạch trang trí, kiến trúc, góp phần tạo dựng dấu ấn riêng trên thị trường. Các sản phẩm này chú trọng kết hợp hài hòa giữa công năng sử dụng và giá trị thẩm mỹ, đồng thời thúc đẩy xu hướng kiến trúc thông thoáng, tận dụng thông gió tự nhiên và thân thiện với môi trường.

Thiết bị vệ sinh cao cấp: Bên cạnh gạch ốp lát, công ty còn cung cấp các thiết bị vệ sinh nhập khẩu, là một phần trong giải pháp vật liệu hoàn thiện toàn diện.

Vật liệu xây dựng khác: Công ty cũng kinh doanh các sản phẩm như sơn, chống thấm, keo dán gạch và phụ tùng ô tô, xe máy.

Dịch vụ và Giải pháp:

Cung cấp giải pháp vật liệu xây dựng: Viet Huong Ceramics không chỉ bán sản phẩm mà còn cung cấp các giải pháp vật liệu xây dựng toàn diện cho cả nhà ở và các dự án lớn.

Logistics, xuất nhập khẩu: Công ty có hoạt động mạnh mẽ trong lĩnh vực logistics và dịch vụ thương mại quốc tế, góp phần kết nối doanh nghiệp Việt Nam với thị trường toàn cầu.

Thi công và lắp đặt: Ngoài cung cấp vật liệu, công ty còn tham gia vào việc cung cấp, thi công và lắp đặt đá các loại.

2.2.1.2 Thị trường

Khách hàng:

Viet Huong Ceramics phục vụ một đối tượng khách hàng đa dạng, bao gồm : khách hàng cá nhân và các doanh nghiệp lớn trong ngành xây dựng và bất động sản.

Khách hàng cá nhân(B2C): Khách hàng cá nhân tìm đến Viet Huong Ceramics để lựa chọn vật liệu hoàn thiện cho các công trình nhà ở dân dụng, nhà phố, căn hộ chung cư, biệt thự. Họ đánh giá cao các sản phẩm gạch ốp lát nhập khẩu với bề mặt tinh xảo, độ bền vượt trội và khả năng giữ vẻ đẹp theo thời gian, cũng như các thiết bị vệ sinh nhập khẩu hài hòa giữa công năng và thẩm mỹ để nâng tầm không gian cho phòng tắm.

Khách hàng doanh nghiệp(B2B): Các tập đoàn hàng đầu trong lĩnh vực bất động sản và xây dựng như BIM Group, Cotecons, AA Corporation, Him Lam, Fico, Tân Minh Nhân, Sungroup là đối tác chiến lược của Viet Huong Ceramics. Các nhà thầu xây dựng, kiến trúc sư và các chủ đầu tư dự án quy mô lớn cũng là đối tượng khách hàng quan trọng, tìm kiếm các giải pháp vật liệu xây dựng tối ưu và sản phẩm chất lượng cao. Viet Huong Ceramics cũng cung cấp vật liệu cho các công trình công cộng và cảnh quan đô thị với các sản phẩm như gạch terrazzo và gạch vỉa hè.

Nhóm người ảnh hưởng (Influencers): Bao gồm các kiến trúc sư, nhà thiết kế nội thất và các công ty tư vấn xây dựng. Đây là mắt xích quan trọng trong thị trường của Việt Hương, đóng vai trò là cầu nối đưa sản phẩm của công ty vào các bản vẽ thiết kế ngay từ giai đoạn đầu của dự án.

Khách hàng của Viet Huong Ceramics thường là những người có yêu cầu cao về chất lượng sản phẩm, tính thẩm mỹ, sự bền vững và nguồn gốc xuất xứ rõ ràng, đặc biệt là các sản phẩm nhập khẩu từ Ý, Tây Ban Nha. Họ mong muốn nhận được các giải pháp vật liệu tối ưu cho công trình của mình, từ tư vấn chuyên nghiệp đến sản phẩm đa dạng và dịch vụ hậu mãi tốt. Khách hàng, đặc biệt là các kiến trúc sư và nhà đầu tư, luôn cập nhật các xu hướng thiết kế mới và công nghệ tiên tiến trong vật liệu xây dựng. Viet Huong Ceramics đáp ứng điều này bằng việc cung cấp các bộ sưu tập gạch ốp lát và thiết bị vệ sinh phong phú về màu sắc, kiểu dáng. Ngày càng có nhiều khách hàng quan tâm đến các sản phẩm xanh, thân thiện với môi trường và các doanh nghiệp có mô hình sản xuất bền vững, điều mà Viet Huong Ceramics đang chú trọng phát triển như sản phẩm xanh "gạch không nung".

Phạm vi:

Phạm vi thị trường của Việt Hương thể hiện sự chuyển dịch từ quy mô địa phương sang tầm vóc quốc tế và đa dạng hóa không gian địa lý:

Phạm vi địa lý nội địa:

Thị trường trọng điểm: Công ty tập trung mạnh tại TP. Hồ Chí Minh và các tỉnh thành phía Nam – nơi có tốc độ đô thị hóa nhanh và nhu cầu xây dựng cao cấp luôn dẫn đầu cả nước.

Mạng lưới phân phối: Với hơn 5 showroom lớn và hơn 200 đại lý toàn quốc, phạm vi hoạt động của công ty đã bao phủ rộng khắp, tạo điều kiện thuận lợi cho việc tiếp cận và hỗ trợ khách hàng nhanh chóng.

Phạm vi quốc tế:

Thị trường cung ứng: Phạm vi hoạt động của bộ phận thu mua mở rộng ra toàn cầu, thiết lập mối liên kết chặt chẽ với các "thủ phủ" gồm sứ thế giới như Trung Quốc, Ấn Độ, Ý và Tây Ban Nha.

Thị trường xuất khẩu: Công ty đã bước đầu vươn ra thị trường các nước lân cận (như Lào), tận dụng thế mạnh sản xuất gạch nghệ thuật nội địa để thâm nhập thị trường khu vực.

Phạm vi sản phẩm và dịch vụ:

Thị trường của Việt Hương không còn giới hạn ở việc bán sản phẩm rời rạc mà mở rộng sang cung cấp giải pháp hoàn thiện trọn gói. Từ vật liệu ốp lát đến thiết bị vệ sinh, hóa chất xây dựng và dịch vụ logistics thi công, công ty đã bao phủ toàn bộ chuỗi giá trị của quá trình hoàn thiện công trình.

2.2.1.3 Cơ cấu doanh thu

Bảng 2.4: Doanh thu theo sản phẩm giai đoạn 2023-2025**(ĐVT: Nghìn đồng)**

Sản phẩm	2023	2024	2025
Gạch Granite	45.286.315	47.153.628	54.278.441
Gạch Ceramic	36.865.138	37.787.581	42.685.139
Lavabo và bồn cầu	28.745.602	30.124.936	34.558.273
Vòi sen-thiết bị phòng tắm	21.180.000	22.124.936	25.240.781
Gạch trang trí	18.364.780	19.115.287	20.784.219
Sơn nước xây dựng	15.920.000	16.457.583	18.240.736
Keo dán gạch và phụ kiện	12.456.534	12.457.583	14.656.130
Thiết bị nhà bếp	9.433.000	9.982.100	11.210.000
Vật liệu xây dựng, dịch vụ khác	6.000.000	5.471.200	6.590.000
Tổng doanh thu	194.251.369,441	201.285.328,588	228.243.719,640

(Nguồn: Phòng Kế toán công ty VIET HUONG CERAMICS)

Dựa vào bảng cơ cấu doanh thu theo nhóm sản phẩm của Công ty giai đoạn 2023-2025 có thể thấy doanh thu của công ty có xu hướng tăng trưởng tương đối ổn định qua các năm. Điều này cho thấy hoạt động kinh doanh của công ty đang phát triển theo xu hướng tích cực, nhu cầu thị trường đối với sản phẩm gốm sứ và vật liệu xây dựng duy trì ở mức khá tốt.

Trong đó, sản phẩm gạch granite luôn chiếm doanh thu cao nhất và có xu hướng tăng trưởng liên tục qua các năm. Năm 2025 doanh thu đạt khoảng 54,28 tỷ đồng, tăng đáng kể so với năm 2023. Điều này cho thấy nhu cầu thị trường đối với dòng sản phẩm gạch granite vẫn duy trì ở mức cao nhờ độ bền tốt, mẫu mã đa dạng và phù hợp với nhiều công trình xây dựng.

Sản phẩm gạch ceramic cũng mang lại nguồn doanh thu lớn cho công ty. Doanh thu năm 2025 đạt khoảng 42,69 tỷ đồng, tăng so với năm 2023. Đây là dòng sản phẩm phổ biến, có giá thành phù hợp với nhiều phân khúc khách hàng nên mức tiêu thụ khá ổn định.

Đối với nhóm thiết bị vệ sinh như lavabo, bồn cầu và vòi sen – thiết bị phòng tắm, doanh thu đều tăng qua từng năm. Điều này phản ánh xu hướng khách hàng ngày càng quan tâm đến chất lượng và tính thẩm mỹ của các sản phẩm nội thất phòng tắm.

Ngoài ra, các sản phẩm như gạch trang trí, sơn nước xây dựng, keo dán gạch và phụ kiện cũng đóng góp đáng kể vào tổng doanh thu của công ty. Mặc dù tỷ trọng không lớn bằng nhóm sản phẩm chính nhưng các mặt hàng này giúp công ty đa dạng hóa sản phẩm và đáp ứng nhu cầu mua sắm đồng bộ của khách hàng.

2.2.1.4 Đối thủ cạnh tranh

Các nhà nhập khẩu và phân phối gạch men, thiết bị vệ sinh cao cấp:

Catalan Vietnam: Một đơn vị nhập khẩu và phân phối lớn các sản phẩm gạch ốp lát và thiết bị vệ sinh cao cấp từ Châu Âu.

Prime Group (với các dòng sản phẩm nhập khẩu/cao cấp): Ngoài sản xuất trong nước, Prime cũng có thể phân phối các sản phẩm nhập khẩu hoặc các dòng sản phẩm cao cấp cạnh tranh trực tiếp.

Các nhà phân phối độc quyền của các thương hiệu châu Âu: Ví dụ, các công ty là đại diện chính thức tại Việt Nam cho các thương hiệu gạch nổi tiếng như Marazzi, Porcelanosa, Atlas Concorde, hoặc các thương hiệu thiết bị vệ sinh như Kohler, Grohe, Hansgrohe (ở phân khúc cao cấp).

Các nhà sản xuất gốm sứ và gạch men trong nước có sản phẩm cao cấp:

Viglacera: Là một tập đoàn lớn với dải sản phẩm đa dạng, bao gồm cả các dòng gạch ốp lát và thiết bị vệ sinh cao cấp nhắm vào phân khúc trung - cao cấp.

Prime Group: Một thương hiệu lớn và uy tín, có hệ thống phân phối rộng khắp và nhiều dòng sản phẩm chất lượng.

Đồng Tâm Group: Thương hiệu lâu đời, có uy tín và kinh nghiệm trong ngành, cung cấp nhiều loại vật liệu xây dựng, trong đó có gạch men.

Taicera: Nổi tiếng với các sản phẩm gạch porcelain, granite và thiết bị vệ sinh, thường tập trung vào phân khúc chất lượng cao.

Đánh giá:

- Điểm mạnh:

So với nhiều đối thủ trong nước, Việt Hương có lợi thế về danh mục sản phẩm nhập khẩu cao cấp đa dạng từ Ý, Tây Ban Nha, Malaysia, Ấn Độ,... giúp công ty đáp ứng được nhu cầu của nhiều phân khúc khách hàng khác nhau, đặc biệt là phân khúc trung và cao cấp. Công ty sở hữu hệ thống showroom và mạng lưới đại lý phân phối khá rộng tại nhiều tỉnh thành lớn như Đà Nẵng, Hà Nội, Hải Phòng và TP. Hồ Chí Minh. Điều này giúp khả năng tiếp cận khách hàng và mở rộng thị trường tốt hơn so với nhiều

doanh nghiệp vừa và nhỏ trong ngành. Việt Hương có mối quan hệ hợp tác với nhiều thương hiệu quốc tế nổi tiếng như Refin, Iris Ceramics, Tau Ceramics, Star Sanitaryware,... tạo lợi thế cạnh tranh về chất lượng, mẫu mã và uy tín sản phẩm trên thị trường. Công ty có khả năng cung cấp giải pháp vật liệu xây dựng đồng bộ gồm gạch ốp lát, thiết bị vệ sinh, sơn và vật liệu xây dựng khác. Đây là điểm mạnh giúp doanh nghiệp tạo sự thuận tiện cho khách hàng và tăng khả năng cạnh tranh với các đối thủ chỉ kinh doanh đơn lẻ từng dòng sản phẩm. Việt Hương còn có lợi thế về hoạt động logistics và xuất nhập khẩu riêng, giúp chủ động hơn trong quá trình nhập hàng, giảm phụ thuộc vào đơn vị vận chuyển bên ngoài và hỗ trợ hoạt động thu mua hiệu quả hơn. Việc sở hữu nhà máy sản xuất vật liệu xây dựng giúp công ty chủ động được một phần nguồn cung và tạo lợi thế cạnh tranh tốt hơn so với các doanh nghiệp chỉ thuần túy thương mại.

- Điểm yếu:

So với các tập đoàn lớn như Viglacera, Đồng Tâm hay Prime, quy mô tài chính và thương hiệu của Việt Hương vẫn còn hạn chế. Khả năng cạnh tranh về giá bán, nguồn vốn và độ phủ thị trường chưa thực sự mạnh bằng các doanh nghiệp dẫn đầu ngành. Công ty phụ thuộc khá lớn vào nguồn hàng nhập khẩu nên dễ chịu ảnh hưởng bởi biến động tỷ giá, chi phí vận chuyển quốc tế và chính sách nhập khẩu. Trong khi đó, nhiều đối thủ sản xuất trong nước có khả năng chủ động nguồn nguyên liệu và giá thành ổn định hơn. Hàng tồn kho của công ty ở mức cao, làm tăng chi phí lưu kho và áp lực vốn lưu động. Đây là bất lợi so với một số đối thủ có hệ thống quản trị tồn kho và chuỗi cung ứng tối ưu hơn. Hoạt động marketing và quảng bá thương hiệu của Việt Hương chưa thật sự nổi bật trên phạm vi toàn quốc. So với các thương hiệu lớn đã có vị trí vững chắc trong tâm trí khách hàng, mức độ nhận diện thương hiệu của công ty vẫn còn thấp hơn. Cơ cấu lao động của công ty có xu hướng tăng mạnh lao động phổ thông trong khi tỷ lệ lao động trình độ cao giảm. Điều này có thể làm giảm khả năng đổi mới công nghệ, quản trị hiện đại và năng lực cạnh tranh dài hạn so với các doanh nghiệp lớn có đội ngũ chuyên môn cao. Áp lực cạnh tranh trong ngành ngày càng lớn khi nhiều doanh nghiệp và đại lý nhỏ sẵn sàng cạnh tranh bằng giá thấp, chính sách chiết khấu cao hoặc bán hàng trực tuyến linh hoạt. Điều này khiến Việt Hương phải chịu áp lực vừa đảm bảo chất lượng vừa duy trì mức giá cạnh tranh trên thị trường.

2.2.1.5 Nhà cung cấp

Viet Huong Ceramics xây dựng mối quan hệ bền vững và tin cậy với các nhà

cung cấp và đối tác chiến lược, cả trong và ngoài nước, để đảm bảo chất lượng sản phẩm và sự ổn định trong hoạt động kinh doanh.

- *Nhà Cung Cấp Chính và Đối Tác Chiến Lược :*

+ Nhà Sản Xuất Gạch Ốp Lát Quốc Tế:

- Công ty nhập khẩu gạch ốp lát cao cấp từ các thương hiệu danh tiếng tại Ý, Tây Ban Nha, Đức, Bồ Đào Nha, Brazil, Thổ Nhĩ Kỳ, Thụy Sĩ, Trung Quốc, Malaysia, Ấn Độ, Thái Lan, Hàn Quốc, Nhật Bản.
- Đặc biệt, Việt Hương là đối tác chiến lược và nhà phân phối độc quyền của Star Sanitaryware (Thái Lan) và hợp tác với các đơn vị hàng đầu như NIRO (Thụy Sĩ) trong lĩnh vực sản xuất gạch ốp lát.

+ Nhà Sản Xuất Thiết Bị Vệ Sinh:

- Phân phối các thương hiệu lớn như ARROW (Trung Quốc), TOTO (Nhật Bản).
- Sở hữu và phát triển thương hiệu EUROVINTO – thương hiệu thiết bị vệ sinh cao cấp của công ty, được sản xuất trên dây chuyền công nghệ tiên tiến từ Thái Lan.

+ Nhà Sản Xuất Sơn và Vật Liệu Xây Dựng Khác: Phát triển thương hiệu sơn Dolip và các sản phẩm như keo dán gạch, bột trét tường, xi măng trắng. Công ty nhấn mạnh việc áp dụng công nghệ sản xuất hiện đại và công thức thân thiện môi trường.

+ Đối Tác Xây Dựng và Phát Triển Dự Án: Viet Huong Ceramics là đối tác chiến lược của nhiều tập đoàn hàng đầu như BIM Group, Cotecons, AA Corporation, Him Lam, Fico, Tân Minh Nhân, Sungroup... Họ cũng ký kết hợp tác đầu tư với các công ty xây dựng khác như Công ty Cổ phần Xây dựng Pescons.

- *Mối Quan Hệ Của Công Ty Với Nhà Cung Cấp:*

Công ty không chỉ đơn thuần mua bán mà còn thiết lập quan hệ đối tác chiến lược với các nhà cung cấp uy tín. Điều này thể hiện qua việc họ trở thành nhà phân phối độc quyền cho một số thương hiệu quốc tế. Mối quan hệ này đảm bảo nguồn cung ổn định, chất lượng sản phẩm đồng nhất và khả năng tiếp cận các công nghệ, xu hướng mới nhất từ các nhà sản xuất hàng đầu thế giới. Việc lựa chọn các đối tác có năng lực và uy tín đã giúp Việt Hương có được những sản phẩm chất lượng cao, mẫu mã đa dạng và giá cả hợp lý. Công ty cũng nhấn mạnh việc áp dụng các giải pháp công nghệ xanh, tiết kiệm năng lượng và hạn chế khí thải trong quá trình sản xuất của mình, điều này có thể

đòi hỏi sự hợp tác chặt chẽ với các nhà cung cấp nguyên liệu và công nghệ có cùng định hướng. Giá trị cốt lõi “Cùng Đối Tác Phát Triển” thể hiện rõ trong cách Viet Huong Ceramics tương tác với nhà cung cấp. Họ mong muốn xây dựng mối quan hệ cộng sinh, nơi cả hai bên cùng nhau phát triển trên tinh thần hợp tác lâu dài và bền vững. Với việc sở hữu nhà máy sản xuất vật liệu xây dựng, Viet Huong Ceramics có khả năng chủ động hơn trong việc kiểm soát chất lượng sản phẩm “Made in Vietnam” và đảm bảo nguồn cung cho các dự án lớn. Điều này cũng giảm thiểu sự phụ thuộc vào một vài nhà cung cấp duy nhất.

2.2.2 Đánh giá hoạt động kinh doanh

Bảng 2.5: Bảng tóm tắt tình hình kết quả hoạt động kinh doanh**(Đơn vị: VNĐ)**

Chỉ tiêu	2023	2024	2025
Doanh thu từ BH & CCDV	194.965.821.384	201.759.900.144	228.679.062.585
Các khoản giảm trừ	714.451.943	474.571.556	453.342.945
Doanh thu thuần về BH & CCDV	194.251.369.441	201.285.328.588	228.243.719.640
Giá vốn bán hàng	159.418.598.734	164.474.404.326	193.583.500.914
Lợi nhuận gộp về BH & CCDV	34.832.770.707	36.810.924.262	34.660.218.726
Doanh thu hoạt động tài chính	769.697.851	525.587.456	592.438.165
Chi phí tài chính	13.125.788.420	10.134.633.957	8.511.545.142
Chi phí lãi vay	12.603.609.728	9.998.536.192	8.438.310.347
Chi phí bán hàng	18.627.543.440	15.743.020.323	14.566,176.849
Chi phí quản lý doanh nghiệp	3.489.896.307	10.714.041.362	11.586.564.658
Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh	359.240.391	744.816.076	588.370.242
Thu nhập khác	791.963.560	324.989.114	333.982.499
Chi phí khác	457.922.139	237.906.086	145.149.884
Lợi nhuận khác	334.041.421	87.083.028	188.832.615
Tổng lợi nhuận kế toán trước thuế	693.281.812	831.899.104	777.202.857
Chi phí thuế TNDN	573.612.215	621.439.323	290.805.301
Lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp	119.669.597	210.459.781	486.397.556

(Nguồn: Phòng Kế toán công ty VIET HUONG CERAMICS)

Đánh giá

Dựa trên số liệu kết quả hoạt động kinh doanh giai đoạn 2023–2025, có thể nhận thấy tình hình kinh doanh của công ty có xu hướng tăng trưởng về doanh thu.

Trước hết, doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ tăng qua các năm, từ khoảng 194,9 tỷ đồng năm 2023 lên 201,7 tỷ đồng năm 2024 và đạt 228,7 tỷ đồng năm 2025. Điều này cho thấy hoạt động kinh doanh của công ty đang có dấu hiệu mở rộng, thị trường tiêu thụ tương đối ổn định. Tuy nhiên, mức tăng doanh thu không đi kèm với sự cải thiện tương xứng về lợi nhuận, cho thấy chi phí đầu vào và chi phí hoạt động vẫn còn cao.

Giá vốn hàng bán chiếm tỷ trọng rất lớn trong doanh thu (luôn ở mức trên 80%), phản ánh chi phí thu mua nguyên vật liệu và hàng hóa còn cao. Mặc dù doanh thu tăng nhưng giá vốn cũng tăng tương ứng, khiến lợi nhuận gộp không cải thiện đáng kể, thậm chí có xu hướng giảm nhẹ vào năm 2025. Điều này cho thấy hoạt động thu mua chưa thực sự tối ưu, công ty chưa kiểm soát tốt giá đầu vào hoặc chưa tận dụng được lợi thế đàm phán với nhà cung cấp.

Bên cạnh đó, chi phí tài chính, đặc biệt là chi phí lãi vay, vẫn ở mức cao, dù có xu hướng giảm nhẹ qua các năm. Điều này cho thấy công ty vẫn phụ thuộc vào nguồn vốn vay để tài trợ cho hoạt động kinh doanh, trong đó có hoạt động thu mua hàng hóa. Áp lực chi phí tài chính làm giảm đáng kể lợi nhuận, đồng thời hạn chế khả năng mở rộng quy mô thu mua hoặc đầu tư dài hạn.

Ngoài ra, chi phí bán hàng và chi phí quản lý doanh nghiệp chiếm tỷ trọng đáng kể, đặc biệt chi phí quản lý tăng mạnh trong năm 2024 và tiếp tục duy trì ở mức cao trong năm 2025. Điều này cho thấy bộ máy quản lý chưa thực sự tinh gọn, đồng thời phản ánh hiệu quả sử dụng chi phí chưa cao.

2.3 Thực trạng về quy trình thu mua sản phẩm nhập khẩu tại Công Ty Cổ Phần Gốm Sứ Việt Hương

2.3.1 Giới thiệu tổng quan về hoạt động thu mua sản phẩm nhập khẩu của công ty

2.3.1.1 Giới thiệu về sản phẩm nhập của công ty

Công ty Cổ phần Xây dựng Gốm sứ Việt Hương hiện đang tập trung nhập khẩu chủ yếu các dòng gạch ốp lát cao cấp và thiết bị vệ sinh từ nhiều quốc gia như Ý, Tây Ban Nha, Malaysia, Ấn Độ, Trung Quốc, Thái Lan, Nhật Bản,... nhằm phục vụ nhu cầu xây dựng và trang trí nội thất tại thị trường Việt Nam. Các sản phẩm nhập khẩu của công

ty mang tính đa dạng về mẫu mã, kích thước và công năng sử dụng, đáp ứng nhiều phân khúc khách hàng từ trung cấp đến cao cấp.

Trong đó, mặt hàng nhập khẩu chủ lực của công ty là gạch ốp lát nhập khẩu. Đây là dòng sản phẩm có giá trị cao, yêu cầu khắt khe về chất lượng, tính thẩm mỹ và độ bền. Các sản phẩm gạch nhập khẩu tại công ty bao gồm:

- Gạch Italia (Ý): nổi bật với thiết kế tinh tế, công nghệ in Inkjet hiện đại, họa tiết sắc nét và đạt tiêu chuẩn chất lượng cao.
- Gạch Tây Ban Nha: có lớp men phủ dày, khả năng chịu lực tốt, phù hợp với các khu vực có mật độ sử dụng cao.
- Gạch Malaysia: có độ cứng cao, chống thấm tốt, thích hợp cho khu vực ẩm ướt như nhà tắm và nhà bếp.
- Gạch Ấn Độ và Trung Quốc: đa dạng về mẫu mã, giá thành cạnh tranh, đáp ứng nhiều nhu cầu khác nhau của khách hàng.

Ngoài gạch ốp lát, công ty còn nhập khẩu các thiết bị vệ sinh như vòi sen, lavabo, bồn cầu và phụ kiện phòng tắm từ các thương hiệu Eurovinto, Arrow, ToTo và Star Sanitaryware Thái Lan. Đây là những sản phẩm yêu cầu tiêu chuẩn kỹ thuật cao, đảm bảo tính đồng bộ và hiện đại cho công trình xây dựng.

Các sản phẩm nhập khẩu của công ty có một số đặc điểm nổi bật như:

- Giá trị hàng hóa lớn và chịu ảnh hưởng mạnh bởi tỷ giá ngoại tệ.
- Kích thước cồng kềnh, trọng lượng nặng, dễ nứt vỡ trong quá trình vận chuyển.
- Yêu cầu cao về bảo quản kho bãi và điều kiện vận chuyển.
- Mẫu mã thay đổi liên tục theo xu hướng thiết kế và nhu cầu thị trường.
- Phụ thuộc vào thời gian giao hàng quốc tế và thủ tục hải quan.

Chính những đặc điểm trên đã tác động trực tiếp đến hoạt động thu mua của công ty. Trước hết, do sản phẩm có giá trị cao nên bộ phận thu mua phải lập kế hoạch nhập hàng cẩn thận để tránh tồn kho lớn làm tăng chi phí lưu kho và đọng vốn. Đồng thời, công ty cần theo dõi sát biến động tỷ giá và chi phí logistics quốc tế nhằm tối ưu chi phí nhập khẩu.

Bên cạnh đó, do sản phẩm dễ vỡ và yêu cầu chất lượng cao nên quá trình lựa chọn nhà cung cấp được thực hiện rất chặt chẽ. Bộ phận mua hàng phải ưu tiên các đối tác có uy tín, đảm bảo đúng tiêu chuẩn kỹ thuật, quy cách đóng gói và thời gian giao

hàng. Công ty cũng phải phối hợp chặt chẽ với phòng xuất nhập khẩu và đơn vị vận tải để kiểm soát tốt quá trình vận chuyển, hạn chế hư hỏng hàng hóa.

Ngoài ra, thời gian nhập khẩu thường kéo dài do liên quan đến vận tải quốc tế và thủ tục hải quan nên hoạt động thu mua phải được thực hiện dựa trên dự báo nhu cầu thị trường tương đối chính xác. Nếu dự báo sai sẽ dẫn đến tình trạng thiếu hàng hoặc tồn kho lớn, ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động kinh doanh và khả năng đáp ứng khách hàng.

2.3.1.2 Giới thiệu về bộ phận thu mua

Tại Công ty Cổ phần Xây dựng Gốm sứ Việt Hương, bộ phận thu mua đóng vai trò quan trọng trong việc đảm bảo nguồn cung hàng hóa nhập khẩu phục vụ hoạt động kinh doanh và phân phối vật liệu xây dựng của công ty. Bộ phận này trực thuộc sự quản lý của Ban Giám đốc và phối hợp chặt chẽ với các phòng ban như phòng Kế toán, phòng Xuất nhập khẩu, phòng Dự án và hệ thống kho vận nhằm đảm bảo quá trình nhập hàng diễn ra liên tục và hiệu quả.

Với đặc thù kinh doanh các sản phẩm gạch ốp lát và thiết bị vệ sinh nhập khẩu có giá trị lớn, bộ phận thu mua của công ty không chỉ thực hiện chức năng mua hàng thông thường mà còn tham gia vào quá trình tìm kiếm nhà cung cấp quốc tế, đàm phán hợp đồng, theo dõi tiến độ giao hàng và phối hợp xử lý các vấn đề phát sinh trong quá trình nhập khẩu.

Về cơ cấu tổ chức, bộ phận thu mua hiện được xây dựng theo mô hình tương đối gọn nhẹ nhưng có sự phân công công việc khá rõ ràng. Bộ phận bao gồm trưởng phòng mua hàng và các nhân viên phụ trách từng nhóm sản phẩm hoặc từng khu vực thị trường nhập khẩu khác nhau. Trong đó:

- Trưởng phòng mua hàng (Nguyễn Thị Út Quýt, 6 năm kinh nghiệm) : chịu trách nhiệm lập kế hoạch thu mua tổng thể, quản lý nhà cung cấp, phê duyệt đề xuất mua hàng và báo cáo trực tiếp cho Ban Giám đốc.
- Nhân viên thu mua gồm 2 người: Nguyễn Thị My và Nguyễn Thanh Huy (Sinh viên mới ra trường, chưa có kinh nghiệm) phụ trách tìm kiếm nhà cung cấp, tiếp nhận nhu cầu từ các showroom và phòng kinh doanh, thực hiện hỏi giá, so sánh báo giá và theo dõi đơn hàng.
- Nhân viên phối hợp xuất nhập khẩu (Nguyễn Thị Thu Hà 3 năm kinh nghiệm) hỗ trợ thực hiện thủ tục hải quan, chứng từ nhập khẩu và làm việc với đơn vị logistics trong quá trình vận chuyển hàng hóa quốc tế.

Nhìn chung, cơ cấu tổ chức của bộ phận thu mua tại công ty tương đối phù hợp với quy mô hoạt động hiện nay. Sự phân công nhiệm vụ rõ ràng giúp nâng cao khả năng phối hợp giữa các bộ phận, hạn chế chồng chéo công việc và hỗ trợ xử lý đơn hàng nhanh chóng hơn.

Bộ phận thu mua của công ty có đội ngũ nhân sự với trình độ chuyên môn ở mức khá, đáp ứng được nhu cầu hoạt động hiện tại của doanh nghiệp. Trưởng phòng mua hàng là người có nhiều kinh nghiệm (6 năm), có khả năng lập kế hoạch, quản lý nhà cung cấp và điều phối công việc hiệu quả, góp phần định hướng hoạt động thu mua ổn định.

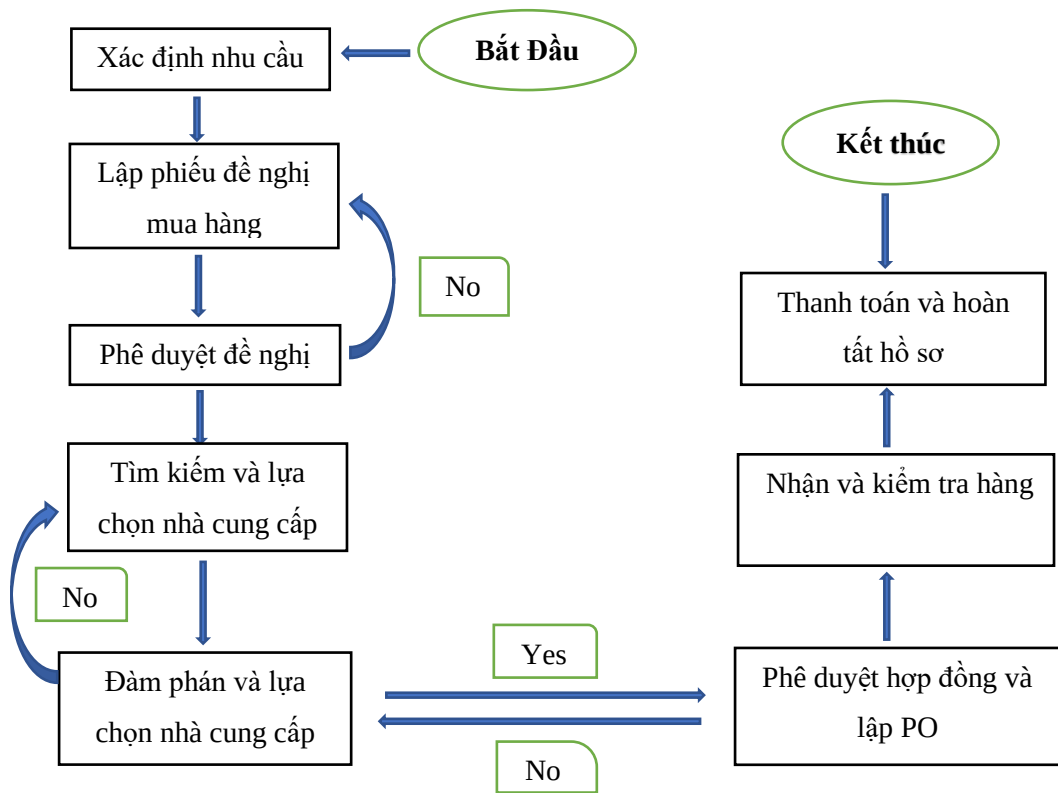
Nhân viên phối hợp xuất nhập khẩu cũng có kinh nghiệm thực tế trong lĩnh vực hải quan, chứng từ và logistics quốc tế, hỗ trợ tốt cho quá trình nhập khẩu hàng hóa.

Tuy nhiên, đội ngũ nhân viên thu mua trực tiếp còn hạn chế về kinh nghiệm do có nhân sự mới ra trường. Điều này có thể ảnh hưởng đến khả năng đánh giá nhà cung cấp, đàm phán giá và xử lý các tình huống phát sinh trong hoạt động mua hàng quốc tế. Ngoài ra, khả năng ứng dụng công nghệ và quản lý dữ liệu thu mua vẫn chưa thật sự đồng bộ.

Nhìn chung, trình độ chuyên môn của bộ phận thu mua tương đối phù hợp với quy mô hiện tại, nhưng doanh nghiệp cần tiếp tục đào tạo kỹ năng chuyên môn, kỹ năng đàm phán và ứng dụng công nghệ để nâng cao hiệu quả hoạt động trong thời gian tới.

Do khối lượng công việc ngày càng tăng cùng với việc mở rộng thị trường và hệ thống đại lý trên toàn quốc, bộ phận thu mua vẫn còn gặp một số hạn chế như số lượng nhân sự chưa nhiều, áp lực xử lý đơn hàng lớn và đôi khi còn phụ thuộc vào kinh nghiệm cá nhân. Ngoài ra, khả năng ứng dụng công nghệ thông tin vào quản lý đơn hàng và theo dõi dữ liệu thu mua vẫn chưa thật sự đồng bộ, dẫn đến việc cập nhật thông tin đôi lúc còn chậm.

2.3.2 Sơ đồ quy trình thực tế tại công ty đang áp dụng



(Nguồn: Phòng mua hàng)

Hình 2.8: Quy Trình thu mua

2.3.3 Phân tích chi tiết quy trình thu mua

Căn cứ vào sơ đồ quy trình thu mua đang được áp dụng tại Công ty Cổ phần Xây dựng Gốm Sứ Việt Hương, có thể thấy hoạt động thu mua được triển khai qua nhiều bước liên kết chặt chẽ, từ khâu xác định nhu cầu đến thanh toán và hoàn tất hồ sơ.

Bước1: Xác định nhu cầu

Tại Công ty Cổ phần Xây dựng Gốm Sứ Việt Hương, công tác xác định nhu cầu mua hàng chủ yếu do nhiều bộ phận phối hợp thực hiện, bao gồm:

- Bộ phận kinh doanh và showroom:

Là đơn vị trực tiếp theo dõi tình hình tiêu thụ sản phẩm, nhu cầu khách hàng và tốc độ bán hàng thực tế. Bộ phận này chịu trách nhiệm tổng hợp số lượng hàng bán ra, các đơn hàng dự kiến, nhu cầu của đại lý và công trình để đề xuất nhu cầu nhập hàng.

Bảng 2.6: Số liệu hàng tiêu thụ năm 2025

Mặt hàng nhập khẩu	Đơn vị tính	Quý I	Quý II	Quý III	Quý IV	Tổng tiêu thụ năm 2025
Gạch Granite cao cấp	m ²	17.800	19.500	20.400	19.000	76.700
Gạch Ceramic	m ²	15.800	17.000	17.900	17.100	67.800
Lavabo và bồn cầu	Bộ	980	1.120	1.180	1.050	4.330
Vòi sen và thiết bị phòng tắm	Bộ	1.520	1.690	1.760	1.620	6.590
Thiết bị nhà bếp	Bộ	450	500	530	510	1.990
Sơn nước	Thùng	2.750	3.050	3.280	2.980	12.060
Keo dán gạch và phụ kiện	Bao	4.120	4.550	4.850	4.600	18.120

(Nguồn: Phòng mua hàng)

- Bộ phận kho:

Theo dõi số lượng tồn kho thực tế của từng mặt hàng, mức tồn kho an toàn và tình trạng luân chuyển hàng hóa. Bộ phận kho sẽ báo cáo các mặt hàng tồn kho thấp hoặc có nguy cơ thiếu hàng để bộ phận thu mua chủ động lập kế hoạch nhập khẩu.

Bảng 2.7: Số liệu hàng tồn kho năm 2025

Mặt hàng nhập khẩu	Đơn vị tính	Tồn kho Quý I	Tồn kho Quý II	Tồn kho Quý III	Tồn kho Quý IV
Gạch Granite cao cấp	m ²	700	1.500	2.100	2.800
Gạch Ceramic	m ²	400	900	1.000	1.200
Lavabo và bồn cầu	Bộ	70	130	200	270
Vòi sen và thiết bị phòng tắm	Bộ	80	140	230	310
Thiết bị nhà bếp	Bộ	30	50	80	110
Sơn nước	Thùng	150	300	420	540
Keo dán gạch và phụ kiện	Bao	180	330	480	680

(Nguồn: Bộ Phận Kho)

Bảng 2.8: Mức tồn kho an toàn năm 2025

Mặt hàng nhập khẩu	Đơn vị tính	Tiêu thụ bình quân/tháng	Thời gian nhập hàng trung bình	Mức tồn kho an toàn
Gạch Granite cao cấp	m ²	6.390	30 – 45 ngày	3.200
Gạch Ceramic	m ²	5.650	30 – 40 ngày	2.800
Gạch Tây Ban Nha	m ²	3.800	35 – 45 ngày	2.000
Gạch Malaysia	m ²	4.500	25 – 35 ngày	2.200
Lavabo và bồn cầu	Bộ	360	20 – 30 ngày	180
Vòi sen và thiết bị phòng tắm	Bộ	550	20 – 30 ngày	250
Thiết bị nhà bếp	Bộ	165	20 – 25 ngày	80
Sơn nước	Thùng	1.000	10 – 15 ngày	450
Keo dán gạch và phụ kiện	Bao	1.500	10 – 20 ngày	650

(Nguồn: Bộ Phận Kho)

- Bộ phận thu mua:

Là đơn vị trực tiếp tổng hợp nhu cầu từ các phòng ban, phân tích khả năng tiêu thụ, thời gian giao hàng của nhà cung cấp và lập kế hoạch nhập hàng phù hợp.

- Ban giám đốc:

Là bộ phận phê duyệt cuối cùng đối với các kế hoạch nhập khẩu có giá trị lớn hoặc các đơn hàng nhập khẩu theo container.

Do đặc thù công ty kinh doanh nhiều mặt hàng nhập khẩu như gạch granite, gạch ceramic, thiết bị vệ sinh và phụ kiện nội thất nên việc xác định nhu cầu phải được thực hiện tương đối chặt chẽ nhằm tránh tình trạng thiếu hàng hoặc tồn kho kéo dài.

Bảng 2.9: Số liệu hàng nhập năm 2025

Mặt hàng nhập khẩu	Đơn vị tính	Quý I	Quý II	Quý III	Quý IV	Tổng năm 2025
Gạch Granite cao cấp	m ²	18.500	20.300	21.000	19.700	79.500
Gạch Ceramic	m ²	16.200	17.500	18.000	17.300	69.000
Lavabo và bồn cầu	Bộ	1.050	1.180	1.250	1.120	4.600
Vòi sen và thiết bị phòng tắm	Bộ	1.600	1.750	1.850	1.700	6.900
Thiết bị nhà bếp	Bộ	480	520	560	540	2.100
Sơn nước	Thùng	2.900	3.200	3.400	3.100	12.600
Keo dán gạch và phụ kiện	Bao	4.300	4.700	5.000	4.800	18.800

*(Nguồn: Phòng mua hàng)***Hiện nay công ty xác định lượng hàng cần nhập theo công thức:**

$$\text{Nhu cầu nhập} = \text{Nhu cầu tiêu thụ dự kiến} + \text{tồn kho an toàn} - \text{tồn kho thực tế}$$
Nhược điểm:

Hiện nay công ty vẫn chủ yếu dựa vào kinh nghiệm bán hàng và số liệu thống kê thủ công nên độ chính xác chưa cao, đặc biệt đối với các mặt hàng có tính thời vụ hoặc biến động mạnh theo thị trường.

Thông tin nhu cầu chủ yếu do bộ phận kinh doanh và showroom cung cấp nên nếu dữ liệu không đầy đủ hoặc cập nhật chậm sẽ ảnh hưởng đến kế hoạch nhập khẩu.

Hiện tại công ty chưa sử dụng hệ thống phần mềm dự báo nhu cầu chuyên sâu nên việc phân tích xu hướng tiêu thụ và kiểm soát tồn kho vẫn còn hạn chế, ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động thu mua.

Bước 2: Lập phiếu đề nghị thu mua hàng

Sau khi xác định được nhu cầu mua hàng, các bộ phận liên quan tại Công ty Cổ phần Xây dựng Gốm sứ Việt Hương sẽ tiến hành lập phiếu đề nghị mua hàng để gửi đến bộ phận thu mua và Ban lãnh đạo xem xét phê duyệt. Đây là căn cứ quan trọng giúp hoạt động mua hàng được triển khai đúng nhu cầu thực tế, hạn chế tình trạng mua dư thừa hoặc thiếu hụt hàng hóa.

Các mặt hàng được đề nghị mua chủ yếu là gạch ốp lát, thiết bị vệ sinh, vật liệu

xây dựng, phụ kiện nội thất và các sản phẩm nhập khẩu phục vụ hoạt động kinh doanh của showroom cũng như các công trình xây dựng mà công ty đang cung cấp. Ngoài ra, công ty còn thực hiện mua các vật tư phụ trợ như keo dán gạch, lavabo, vòi sen, bồn cầu, thiết bị phòng tắm và một số vật liệu phục vụ thi công.

Tại Công ty, công việc lập phiếu đề nghị mua hàng thường do:

- Nhân viên kinh doanh phụ trách đối với hàng hóa phục vụ bán hàng tại showroom.
- Thủ kho phụ trách đối với các trường hợp hàng tồn kho xuống thấp dưới mức an toàn.
- Trưởng bộ phận hoặc quản lý showroom kiểm tra và xác nhận nhu cầu trước khi chuyển sang phòng thu mua.



VIET HUONG CERAMICS
VIET HUONG CERAMICS CONSTRUCTION JOINT STOCK COMPANY
Headquarters: 243 Dien Hong St., Hoa Xuan Ward., Cam Le Dist., Da Nang City

Phiếu Đề Xuất Mua Hàng

Số phiếu:

Ngày lập:/...../20.....

Bộ phận đề nghị:

Người đề nghị:

STT	Tên hàng hóa	Mã hàng	Đơn vị tính	Số lượng đề nghị	Thời gian cần	Ghi chú
1	Gạch ốp lát 60x120	GVL60120	Thùng	200	20/05/2026	Hàng bán chạy
2	Bồn cầu nhập khẩu	BCNK01	Bộ	30	22/05/2026	Phục vụ showroom
3	Lavabo cao cấp	LBCC02	Cái	25	22/05/2026	Hàng thiếu kho

Lý do:

.....

.....

.....

.....

Người đề nghị
 (Ký, ghi rõ họ tên)

Trưởng bộ phận
 (Ký, ghi rõ họ tên)

Bộ phận thu mua
 (Ký, ghi rõ họ tên)

Ban giám đốc
 (Ký, ghi rõ họ tên)

Headquarters: 243 Dien Hong St., Hoa Xuan Ward., Cam Le Dist., Da Nang City
Showroom 1: 246 Nguyen Huu Tho, Hoa Cuong Bac Ward., Hai Chau Dist., Da Nang City
Showroom 2: 999 Nguyen Huu Tho, Khuê Trung Ward., Cam Le Dist., Da Nang City
Showroom 3: Nguyễn Duy Trinh, Bình Trưng Tây Ward., Thủ Đức, Ho Chi Minh City
Warehouse: Dong Yen Hamlet, Duy Trinh Commune, Duy Xuyen Dist., Quang Nam Province

info@viethuongceramics.com
viethuongceramics.com
076.444.9999 - 0935.669.288



(Nguồn: Phòng thu mua)

Hình 2.9: Phiếu đề nghị mua hàng

Đối với các mặt hàng nhập khẩu như gạch ốp lát cao cấp, thiết bị vệ sinh hoặc nội thất nhập khẩu, phiếu đề nghị mua hàng thường được tổng hợp bởi bộ phận kinh doanh kết hợp với phòng kho nhằm đảm bảo số lượng nhập phù hợp với nhu cầu thị trường và kế hoạch tiêu thụ thực tế

Sau khi tiếp nhận đề nghị mua hàng, bộ phận thu mua sẽ tiến hành kiểm tra lại số liệu tồn kho thực tế, đối chiếu với kế hoạch kinh doanh và đánh giá tính hợp lý của số lượng được đề xuất. Nếu số lượng đề nghị phù hợp với nhu cầu thực tế và khả năng tài chính của công ty thì hồ sơ sẽ được trình lên Ban giám đốc phê duyệt trước khi tiến hành liên hệ nhà cung cấp và đặt hàng.

Nhược điểm:

- Việc lập phiếu hiện nay chủ yếu thực hiện thủ công bằng Excel hoặc giấy tờ nên mất thời gian.
- Ngoài ra, việc tổng hợp thông tin giữa bộ phận kinh doanh, kho và thu mua đôi khi chưa đồng bộ, gây mất thời gian trong quá trình xét duyệt phiếu đề nghị.

Bước 3: Lựa chọn và tìm kiếm nhà cung cấp

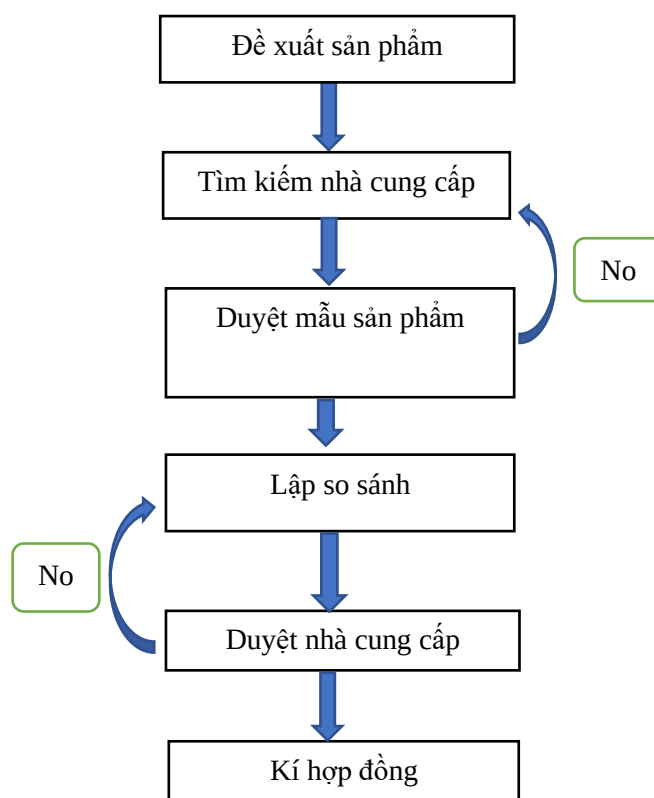
Sau khi Phiếu đề nghị mua hàng được phê duyệt, bộ phận thu mua sẽ tiến hành lựa chọn và liên hệ với nhà cung cấp phù hợp để thực hiện đặt hàng. Do Công ty Cổ phần Xây dựng Gốm sứ Việt Hương đã hoạt động nhiều năm trong lĩnh vực vật liệu xây dựng và thiết bị nội thất nên công ty đã xây dựng được hệ thống nhà cung cấp nhập khẩu tương đối ổn định.

Vì đã có mối quan hệ hợp tác lâu năm nên đối với các mặt hàng nhập khẩu, công ty thường ưu tiên làm việc với các đối tác quen thuộc thay vì tìm kiếm nhà cung cấp mới. Điều này giúp doanh nghiệp tiết kiệm thời gian tìm nguồn hàng, đảm bảo chất lượng sản phẩm và thuận lợi trong quá trình thương lượng giá cả cũng như điều kiện thanh toán.

Các nhà cung cấp hàng nhập khẩu chủ yếu của công ty gồm:

Nhà cung cấp	Quốc gia	Sản phẩm cung cấp
TOTO	Nhật Bản	Bồn cầu thông minh, lavabo, vòi sen cao cấp
INAX	Nhật Bản	Thiết bị vệ sinh, vòi nước, phụ kiện phòng tắm
Caesar	Đài Loan	Bồn cầu, lavabo, thiết bị vệ sinh
Cotto	Thái Lan	Gạch ốp lát cao cấp, thiết bị vệ sinh
Dongpeng	Trung Quốc	Gạch porcelain, gạch khổ lớn
Marco Polo	Trung Quốc	Gạch granite, gạch trang trí
Kajaria Ceramics	Ấn Độ	Gạch ceramic, gạch lát nền
RAK Ceramics	UAE	Gạch cao cấp, thiết bị phòng tắm
White Horse Ceramic Industries	Malaysia	Gạch porcelain, gạch lát nền cao cấp

Ngoài các nhà cung cấp truyền thống đã hợp tác lâu năm, trong trường hợp công ty có nhu cầu mở rộng nguồn hàng, tìm sản phẩm mới hoặc khi nhà cung cấp cũ không đáp ứng được yêu cầu về giá cả, chất lượng và tiến độ giao hàng thì bộ phận thu mua sẽ thực hiện quy trình tìm kiếm nhà cung cấp mới theo quy trình của công ty.



(Nguồn: Phòng mua hàng)

Hình 2.10: Quy trình tìm nhà cung cấp

Sau khi phiếu đề nghị mua hàng được phê duyệt, bộ phận thu mua của Công ty Cổ phần Xây dựng Gốm sứ Việt Hương sẽ tiến hành tìm kiếm và lựa chọn nhà cung cấp phù hợp với nhu cầu kinh doanh của công ty. Đây là một trong những bước quan trọng trong quy trình thu mua vì nhà cung cấp ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng sản phẩm, giá thành, thời gian giao hàng và uy tín của công ty đối với khách hàng.

Quá trình tìm kiếm nhà cung cấp được thực hiện thông qua nhiều nguồn khác nhau như: danh sách nhà cung cấp đã hợp tác trước đây, hội chợ triển lãm vật liệu xây dựng, website thương mại, giới thiệu từ đối tác hoặc khảo sát trực tiếp trên thị trường. Bộ phận thu mua sẽ tiến hành thu thập thông tin về giá cả, chất lượng sản phẩm, năng lực cung ứng, chính sách thanh toán và thời gian giao hàng của từng nhà cung cấp để so sánh và lựa chọn.

Khi lựa chọn nhà cung cấp, công ty thường dựa trên một số tiêu chí như: uy tín thương hiệu, chất lượng hàng hóa, mức giá cạnh tranh, khả năng giao hàng đúng thời hạn, chính sách bảo hành và khả năng hỗ trợ sau bán hàng. Đối với các mặt hàng nhập khẩu hoặc có giá trị lớn, công ty sẽ ưu tiên những nhà cung cấp có hợp đồng rõ ràng, chứng từ đầy đủ và nguồn gốc hàng hóa minh bạch nhằm hạn chế rủi ro trong quá trình kinh doanh.

Ưu điểm

- Công ty có sẵn nguồn nhà cung cấp nhập khẩu ổn định nên quá trình mua hàng diễn ra nhanh chóng.
- Quan hệ hợp tác lâu năm giúp doanh nghiệp nhận được chính sách giá và hỗ trợ tốt hơn.
- Sản phẩm nhập khẩu đa dạng, đáp ứng nhu cầu khách hàng cao cấp.

Nhược điểm:

- Phụ thuộc vào một số nhà cung cấp lớn nên dễ bị ảnh hưởng khi nguồn hàng biến động.
- Thời gian nhập khẩu kéo dài, ảnh hưởng đến tiến độ cung ứng hàng hóa.
- Ngoài ra, việc tìm kiếm nhà cung cấp mới vẫn chưa được thực hiện thường xuyên nên khả năng mở rộng nguồn cung còn hạn chế.

Bước 4: Phê duyệt hợp đồng và Lập PO

Sau khi bộ phận thu mua hoàn tất việc lựa chọn nhà cung cấp phù hợp, công ty sẽ tiến hành bước phê duyệt hợp đồng và lập đơn đặt hàng (Purchase Order – PO). Đây

là bước quan trọng nhằm đảm bảo hoạt động mua hàng được thực hiện đúng quy định, đúng nhu cầu và phù hợp với khả năng tài chính của doanh nghiệp.

Căn cứ vào kết quả thương lượng với nhà cung cấp, bộ phận thu mua sẽ tiến hành tổng hợp các thông tin liên quan như: tên hàng hóa, số lượng, đơn giá, điều kiện giao hàng, thời gian giao hàng, phương thức thanh toán và các điều khoản bảo hành để trình lên Ban giám đốc xem xét phê duyệt.

Đối với các đơn hàng có giá trị lớn hoặc các mặt hàng nhập khẩu, công ty thường thực hiện ký kết hợp đồng mua bán nhằm đảm bảo tính pháp lý và hạn chế rủi ro trong quá trình giao dịch. Nội dung của hợp đồng thường như mẫu dưới:

SALES CONTRACT

No.: 28/08/2025 VH-GUO

This Sales Contract is made and entered into this 28th August, 2025 by and between:

(1) THE SELLER:

GUOCERA SDN. BHD.
 Whose registered Office at:
 Level 2, Block D, Wisma Hume, 15A, Jalan 51A/219, 46100 Petaling Jaya,
 Selangor Malaysia.
 Tel: +603-78639599
 Fax: +603-78639600
Represented by: Mr. Will Ng Wei Lym – Senior Executive – International Sales

(2) THE BUYER:

VIET HUONG CERAMICS CONSTRUCTION JOINT STOCK COMPANY
 Whose registered office at:
 243 DIEN HONG STREET, HOA XUAN WARD, DA NANG CITY, VIETNAM.
 Tel: + 84-0764449999
 Fax: + 84-0764449999
Represented by: Mr. Nguyen Trung Truc - General Director

After discussion and consideration of the mutual covenants contained, both parties agree to enter into the Sales Contract under terms and conditions as follows:

Article 1: Commodity, Quantity and Price

FOB MALAYSIA PORT (INCOTERMS 2010)

Commodity	Size (CM)	Water Absorption (%)	BRAND NAME	Unit	Quantity	U. Price (USD)	Amount (USD)
GUOCERA TILES							
GLAZED PORCELAIN TILES							
SY-NOW1NR-1A	60 x 60	≤ 0.5	SOLARE	m ²	302.40		
SY-NOW2NR-1A	60 x 60	≤ 0.5	SOLARE	m ²	302.40		
SY-NOW4NR-1A	60 x 60	≤ 0.5	SOLARE	m ²	302.40		
SY-NOW5NR-1A	60 x 60	≤ 0.5	SOLARE	m ²	345.60		
SS-NOW1NR-1	30 x 60	≤ 0.5	SOLARE	m ²	345.60		
SS-NOW2NR-1	30 x 60	≤ 0.5	SOLARE	m ²	345.60		
SS-NOW4NR-1	30 x 60	≤ 0.5	SOLARE	m ²	345.60		
SS-NOW5NR-1	30 x 60	≤ 0.5	SOLARE	m ²	345.60		
SY-ROS5NR-1A	60 x 60	≤ 0.5	SOLARE	m ²	345.60		
SS-ROS5NR-1	30 x 60	≤ 0.5	SOLARE	m ²	302.40		
SY-ROS4NR-1A	60 x 60	≤ 0.5	SOLARE	m ²	336.96		
TOTAL FOB VALUE							

In words: [REDACTED]

**Tolerance (If any): 2% more or less in quantity and amount is acceptable.*

Article 2: Terms of payment

100% of the contract value will be covered by Irrevocable L/C A/S in favor of the Seller through advising bank :

❖ Beneficiary : GUOCERA SDN. BHD.
 ❖ Beneficiary Bank : CITIBANK BERHAD

❖ Swift code	: CITIMYKL
❖ Account Number	: 0117464067
Article 3: Delivery	
Port of loading	: Any Port in Malaysia
Port of destination	: Cat Lai, Vietnam
Delivery time	: Not later than 30 th September, 2025
Partial shipment	: Not Allowed
Transshipment	: Allowed

Article 4: Shipping Documents

The Seller agrees to send the following shipping documents to the Buyer or present them to the bank according to the payment term:

- + Invoice: 3 Originals, issued by the Seller.
 - + Packing list: 3 Originals, issued by the Seller.
 - + Certificate of Origin (C/O): 1 Original, issued by the authorized department in the export country.
 - + E Certificate of Origin Form D : 1 copy, issued by the authorized department in the export country.
 - + Certificate of Quality: 3 Originals, issued by the Seller / Shipper or Manufacturer.
 - + Bill of lading (B/L): Full set (3/3) Originals of signed clean shipped on board Ocean Bill of Lading made out to order of VietNam Eximbank - Nam Da Nang Branch, Marked Freight Collect and notify the Applicant (stating name and full address). Credit number must be indicated.
- Third party documents are acceptable (if any)

Article 5: Arbitration

All disputes, any matter not set forth or in ambiguity out of or in relating to this Sales Contract shall be settled upon consultation between the parties hereto. In case of failure, the matter shall be submitted to the International Arbitration Center at the Chamber of Commerce and Industrial of Vietnam for settlement in accordance with its Arbitration Rules. The award of this Center shall be final and binding upon the two parties. All expenses or charges out of this arbitration will be at the lost party's obligation.

Article 6: General Conditions

Both sides commit to strictly implement this signed contract.

Any amendment, modification or alteration of the Contract should be agreed and approved by both parties' competent officers for coming in force, otherwise they will be considered null and void.

This Sales Contract will be effective at the date of signing and made in 02 (two) English copies, having equally authentic validity. Each party keeps one copy. This contract is also realized and effective if received by fax and email. The Contract is considered self-liquidating when the Buyer fully receives the goods as the agreement and the Seller receives payments from the Buyer. Other clauses or agreements which are not mentioned in this sales contract can be realized via email, fax, courier or direct communication by both parties.

Other terms and conditions not specified on this contract shall be subjected to the Inco-term 2010.

ON BEHALF OF THE SELLER

ON BEHALF OF THE BUYER



MR. WILL NG WEI LYM

GUOCERA SDN BHD (37438-T)

(A Member of the Hong Leong Group)

Level 2 Block D, 15A, Jalan 51A/219,

#100 Petaling Jaya, Selangor Darul Ehsan, Malaysia

Tel : +603-7863 9599 Fax: +603-7863 9602

MR. NGUYEN TRUNG TRUC

(Nguồn: Phòng mua hàng)

Hình 2.11: Hợp đồng mua bán Gạch Sứ Trán Men

Trong hợp đồng ngoại thương, công ty thường dùng là điều kiện: FOB

Điều này có nghĩa:

- Nhà cung cấp Malaysia chịu trách nhiệm chuẩn bị hàng hóa, đóng gói và giao

hàng lên tàu tại cảng xuất khẩu ở Malaysia.

- Sau khi hàng được xếp lên tàu, mọi chi phí và rủi ro sẽ chuyển sang phía Công ty Việt Hương.

Hợp đồng áp dụng phương thức: L/C (Thư tín dụng không hủy ngang trả ngay)

Theo đó:

- Công ty Việt Hương mở L/C tại ngân hàng để cam kết thanh toán cho bên bán.
- Sau khi nhà cung cấp xuất trình đầy đủ bộ chứng từ hợp lệ, ngân hàng sẽ thanh toán ngay.

Ngân hàng hưởng lợi: Beneficiary Bank: Citibank Berhad.

Trong hợp đồng, cảng đích là: Cát Lái- TP.HCM

- Mặc dù công ty đặt tại Đà Nẵng nhưng hàng vẫn nhập về TP.HCM vì: Giá cước cạnh tranh hơn so với vận chuyển trực tiếp về Đà Nẵng, giá cước cạnh tranh hơn so với vận chuyển trực tiếp về Đà Nẵng, là một trong những cảng container lớn nhất Việt Nam và có tần suất tàu cao và thời gian vận chuyển nhanh hơn.

Sau khi thông quan tại Cát Lái, công ty sẽ thuê xe container vận chuyển hàng về kho tại Đà Nẵng.



CÔNG TY TNHH VẬN TẢI XUẤT NHẬP KHẨU XLINES
THUẬN PHÁT
Mã số thuế (Tax Code): 0108031564
Địa chỉ (Address): Số 51, ngõ 31, B6 Khu nhà ở Mai Dịch,
 đường Nguyễn Khánh Trạc, Phường Phú Diễn,
 Thành phố Hà Nội, Việt Nam
Tài khoản (A/C number): 0451000422653 Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam -
 Chi nhánh Thành Công



HÓA ĐƠN GIÁ TRỊ GIA TĂNG
(VAT INVOICE)
 Ngày (Date) 27 Tháng (Month) 03 Năm (Year) 2026

Ký hiệu (Serial): IC26TXL
 Số (No.): <Chưa cấp số>

Họ tên người mua hàng (Buyer): _____
 Tên đơn vị (Company name): **CÔNG TY CỔ PHẦN XÂY DỰNG GÓM SỬ VIỆT HƯƠNG**
 Mã số thuế (Tax Code): **0401756026**
 Địa chỉ (Address): **243 Điện Hồng, Phường Hòa Xuân, TP Đà Nẵng, Việt Nam**
 Hình thức thanh toán (Payment method): **Tiền mặt/Chuyển khoản** Số tài khoản (A/C No.): _____

STT (No.)	Tên hàng hóa, dịch vụ (Name of goods, services)	Đơn vị tính (Unit)	Số lượng (Quantity)	Đơn giá (Unit price)	Thành tiền (Amount)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)=(4)x(5)
1	Cước phí vận chuyển hàng hóa ngày 14/03/2026 theo mã vận đơn 3004775479 từ Phường Tân Bình, TP Hồ Chí Minh đi Phường An Phú, TP Hồ Chí Minh (Biển số xe: 30G-604.34)	kg	15	59.060	885.900
Cộng tiền hàng (Total):					885.900
Thuế suất GTGT (VAT Rate): 8%					Tiền thuế GTGT (VAT Amount): 70.872
Tổng cộng (Equivalent amount paid):					956.772
Số tiền viết bằng chữ (Amount in words): <u>Chín trăm năm mươi sáu nghìn bảy trăm bảy mươi hai đồng.</u>					

Người mua hàng (Buyer) _____

Người bán hàng (Seller) _____

Mã của cơ quan thuế (Tax authority code): _____
 Trang tra cứu: <http://0108031564hd.easyinvoice.vn> Mã tra cứu: 9MMDWL2HK
 Đơn vị cung cấp giải pháp: Công ty cổ phần đầu tư công nghệ và thương mại SOFTDREAMS, MST: 0105987432, <http://easyinvoice.vn/>

(Nguồn: Phòng mua hàng)

Hình 2.12: Hóa đơn thuế vận tải

Ưu điểm:

- Công ty có sẵn nguồn nhà cung cấp nhập khẩu ổn định nên quá trình mua hàng diễn ra nhanh chóng.
- Quan hệ hợp tác lâu năm giúp doanh nghiệp nhận được chính sách giá và hỗ trợ tốt hơn.
- Sản phẩm nhập khẩu đa dạng, đáp ứng nhu cầu khách hàng cao cấp.

Nhược điểm:

- Phụ thuộc vào một số nhà cung cấp lớn có sẵn nên dễ bị ảnh hưởng khi nguồn hàng biến động.
- Hợp đồng còn thiếu một số điều khoản ràng buộc quan trọng như mức phạt chậm giao hàng, trách nhiệm bồi thường khi hàng hóa hư hỏng hoặc giao sai mẫu mã. Điều này có thể làm phát sinh tranh chấp và gây khó khăn cho công ty khi xử lý sự cố.
- Cảng đến là Cát Lái – TP.HCM trong khi công ty đặt tại Đà Nẵng nên doanh nghiệp phải phát sinh thêm chi phí vận chuyển nội địa từ TP.HCM về kho. Nhưng tổng chi phí vẫn rẻ hơn khi cảng đến là Tiên Sa-Đà Nẵng. Điều này làm tăng tổng chi phí nhập khẩu và kéo dài thời gian nhận hàng.

Bước 5: Nhận hàng và kiểm tra

Sau khi hoàn tất thủ tục thông quan, công ty tiến hành nhận hàng tại cảng nhập khẩu thông qua bộ phận xuất nhập khẩu. Nhân viên xuất nhập khẩu sẽ xuất trình lệnh giao hàng (D/O), tờ khai hải quan đã thông quan và các chứng từ liên quan để làm thủ tục lấy hàng.

Sau khi nhà cung cấp tiến hành giao hàng theo đúng thời gian và địa điểm đã thỏa thuận trong hợp đồng, Công ty sẽ thực hiện bước nhận hàng và kiểm tra hàng hóa. Đây là bước quan trọng nhằm đảm bảo hàng hóa được giao đúng chủng loại, số lượng và chất lượng theo yêu cầu trước khi nhập kho hoặc đưa vào sử dụng.

Khi hoàn tất thủ tục thông quan, công ty tiến hành nhận hàng tại cảng nhập khẩu Cát Lái-TP.HCM thông qua bộ phận xuất nhập khẩu. Nhân viên xuất nhập khẩu sẽ xuất trình lệnh giao hàng (D/O), tờ khai hải quan đã thông quan và các chứng từ liên quan để làm thủ tục lấy hàng.

Khi hàng hóa được vận chuyển đến công ty, bộ phận kho sẽ phối hợp với bộ phận thu mua và kế toán tiến hành tiếp nhận và kiểm tra thực tế. Nội dung kiểm tra chủ yếu bao gồm:

- Kiểm tra số lượng hàng hóa theo đơn đặt hàng hoặc hóa đơn
- Kiểm tra chủng loại, mẫu mã
- Kiểm tra tình trạng hàng hóa trong quá trình vận chuyển
- Đối chiếu chứng từ giao hàng với hợp đồng

Đối với các mặt hàng như gạch ốp lát, thiết bị vệ sinh hoặc vật liệu dễ hư hỏng, công ty đặc biệt chú trọng đến việc kiểm tra chất lượng bên ngoài như màu sắc, kích

hóa.

- Kiểm tra thực tế giúp phát hiện sớm hàng lỗi hoặc thiếu hụt.
- Đối chiếu chứng từ giúp hạn chế sai sót trong nhập kho.

Nhược điểm:

- Việc kiểm tra hàng hóa hiện nay chủ yếu thực hiện thủ công nên mất nhiều thời gian, đặc biệt đối với các lô hàng container lớn.
- Công ty chưa có hệ thống kiểm tra chất lượng chuyên sâu hoặc thiết bị hỗ trợ hiện đại nên việc đánh giá chất lượng hàng hóa chủ yếu dựa vào kinh nghiệm của nhân viên.
- Hàng hóa nhập khẩu vận chuyển từ TP.HCM về Đà Nẵng qua nhiều công đoạn nên dễ phát sinh rủi ro như nứt vỡ, trầy xước hoặc thất lạc hàng hóa.

Bước 6: Thanh toán và hoàn tất hồ sơ

Sau khi hàng hóa được giao đầy đủ và kiểm tra đạt yêu cầu, Công ty Cổ phần Xây dựng Gốm sứ Việt Hương sẽ tiến hành thanh toán cho nhà cung cấp và hoàn tất hồ sơ mua hàng theo quy định của công ty. Đây là bước cuối cùng trong quy trình thu mua nhằm xác nhận việc hoàn thành giao dịch mua bán giữa hai bên.

Guocera Sdn Bhd (197801000415)
Level 2 Block D, Wisma Hume PJ City Development, 15A, Jalan 51A/219, 46100 Petaling Jaya,
Selangor Malaysia
Tel: +603-7863 9599 /
Fax: +603-7863 9600 (Sales) / +603-7863 9602 (Finance)
www.guocera.com

PROFORMA INVOICE

PROFORMA INVOICE NO: 130013005
DOCUMENT DATE: 25.08.2025
Page 1 of 2

Sold To VIET HUONG CERAMICS CONSTRUCTION JOINT STOCK COMPANY (Account No:200334) NO. 243 DIEN HONG STREET HOA XUAN WARD DA NANG CITY VIETNAM	Information Customer PO: EMAIL 180825 Incoterms: FOB PASIR GUDANG, MALAYSIA Ship From: PASIR GUDANG, MALAYSIA Ship To: CAT LAI PORT, VIETNAM Final Destination: Payment Terms: LC 30 DAYS FROM BL DATE Currency: USD
Special Requirement	

Item No	Product Code	Product Description	Quantity		Unit Price	Amount
1	SY-NOW1NR-1A	S-NORWICH WHITE NAT 60x60	210 CTN	302.40 M2	■■■■/M2	■■■■
2	SY-NOW2NR-1A	S-NORWICH BEIGE NAT 60x60	210 CTN	302.40 M2	■■■■/M2	■■■■
3	SY-NOW4NR-1A	S-NORWICH GREY NAT 60x60	210 CTN	302.40 M2	■■■■/M2	■■■■
4	SY-NOW5NR-1A	S-NORWICH DARK GREY NAT 60x60	240 CTN	345.60 M2	■■■■/M2	■■■■
5	SS-NOW1NR-1	S-NORWICH WHITE NAT 30x60	240 CTN	345.60 M2	■■■■/M2	■■■■
6	SS-NOW2NR-1	S-NORWICH BEIGE NAT 30x60	240 CTN	345.60 M2	■■■■/M2	■■■■
7	SS-NOW4NR-1	S-NORWICH GREY NAT 30x60	240 CTN	345.60 M2	■■■■/M2	■■■■
8	SS-NOW5NR-1	S-NORWICH DARK GREY NAT 30x60	240 CTN	345.60 M2	■■■■/M2	■■■■
9	SY-ROS5NR-1A	S-ROSTOCK DK GREY NAT 60x60	240 CTN	345.60 M2	■■■■/M2	■■■■
10	SS-ROS5NR-1	S-ROSTOCK DK GREY NAT 30x60	210 CTN	302.40 M2	■■■■/M2	■■■■
13	SY-ROS4NR-1A	S-ROSTOCK LT GREY NAT 60x60	234 CTN	336.96 M2	■■■■/M2	■■■■
PAYMENT CITIBANK BERHAD LEVEL 19, MENARA CITIBANK, 165 JALAN AMPANG, 50450 KUALA LUMPUR MALAYSIA IN FAVOUR OF GUOCERA SDN BHD USD A/C NO. :- 0117464067 (SWIFT CODE : CITIMYKL) SHIPMENT ASAP VALIDITY ONE MONTH FROM DATE OF PROFORMA INVOICE						

E. & O.E.

GUOCERA

thanh toán trình Ban giám đốc hoặc người có thẩm quyền phê duyệt. Hình thức thanh toán mà công ty áp dụng chủ yếu là:

- Thanh toán chuyển khoản qua ngân hàng
- Thanh toán công nợ theo thời hạn thỏa thuận
- Thanh toán đặt cọc đối với hàng nhập khẩu hoặc đơn hàng giá trị lớn

Đối với các nhà cung cấp quen thuộc hoặc đối tác chiến lược, công ty thường áp dụng hình thức thanh toán công nợ theo kỳ hạn từ 15 đến 30 ngày nhằm giảm áp lực dòng tiền và tăng khả năng xoay vòng vốn.

Sau khi hoàn tất thanh toán, toàn bộ chứng từ liên quan sẽ được bộ phận kế toán lưu trữ theo từng hồ sơ mua hàng để phục vụ cho công tác kiểm tra, đối chiếu và quyết toán sau này.

Hiện nay, công tác thanh toán và lưu trữ hồ sơ tại công ty được thực hiện tương đối đầy đủ, giúp đảm bảo tính minh bạch và kiểm soát tốt các khoản chi phí mua hàng. Việc lưu trữ hồ sơ cũng hỗ trợ công ty thuận lợi hơn trong quá trình kiểm toán, quyết toán thuế và giải quyết các tranh chấp phát sinh với nhà cung cấp.

Tuy nhiên, trong một số trường hợp, quá trình thanh toán còn chậm do phải chờ đối chiếu chứng từ giữa nhiều bộ phận hoặc phụ thuộc vào tình hình dòng tiền của công ty. Điều này có thể ảnh hưởng đến mối quan hệ với nhà cung cấp và khả năng hưởng các chính sách ưu đãi thanh toán.

2.4 Đánh giá:

2.4.1 Ưu nhược điểm của cả quy trình

2.4.1.1 Ưu điểm

Qua quá trình phân tích, em thấy quy trình thu mua tại Công ty Cổ phần Xây dựng Gốm sứ Việt Hương đã được xây dựng tương đối đầy đủ và có sự phối hợp giữa nhiều bộ phận liên quan. Điều này góp phần giúp hoạt động thu mua được kiểm soát tốt hơn và đáp ứng nhu cầu kinh doanh của công ty.

Quy trình thu mua tương đối rõ ràng và đầy đủ. Công ty đã xây dựng được quy trình thu mua gồm nhiều bước cụ thể từ xác định nhu cầu, lập phiếu đề nghị mua hàng, lựa chọn nhà cung cấp, ký hợp đồng nhập khẩu, nhận hàng và kiểm tra hàng hóa. Điều này giúp hoạt động thu mua được thực hiện có trình tự và dễ kiểm soát.

Có hệ thống nhà cung cấp ổn định. Do công ty hoạt động lâu năm nên đã xây dựng được mạng lưới nhà cung cấp trong và ngoài nước tương đối ổn định. Việc hợp

tác lâu dài với các nhà cung cấp như TOTO, INAX, Guocera Sdn. Bhd. hay Cotto giúp công ty:

- Chủ động nguồn hàng
- Đảm bảo chất lượng sản phẩm
- Nhận được chính sách giá và chiết khấu tốt hơn

Nguồn hàng đa dạng. Công ty nhập khẩu nhiều dòng sản phẩm từ nhiều quốc gia khác nhau như Nhật Bản, Malaysia, Thái Lan, Trung Quốc và Ấn Độ nên có thể đáp ứng đa dạng nhu cầu khách hàng từ phân khúc phổ thông đến cao cấp.

Quá trình thu mua có sự phối hợp giữa: bộ phận kho, bộ phận thu mua, ban giám đốc. Điều này giúp việc đặt hàng và kiểm soát hàng hóa được thực hiện tương đối chặt chẽ.

Công ty thực hiện kiểm tra số lượng, mẫu mã và chất lượng hàng hóa trước khi nhập kho nhằm hạn chế tình trạng hàng lỗi, hàng thiếu hoặc giao sai sản phẩm.

2.4.1.2 Nhược điểm

Bên cạnh những ưu điểm đạt được, quy trình thu mua tại Công ty Cổ phần Xây dựng Gốm sứ Việt Hương vẫn còn tồn tại một số hạn chế cần được khắc phục nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động.

Thứ nhất, công tác dự báo nhu cầu và xác định số lượng mua chưa thực sự chính xác. Việc xác định nhu cầu mua hàng hiện nay vẫn phụ thuộc khá nhiều vào kinh nghiệm của nhân viên và dữ liệu bán hàng trước đó. Trong khi đó, nhu cầu thị trường vật liệu xây dựng thường xuyên biến động nên đôi khi công ty nhập hàng chưa phù hợp với nhu cầu thực tế, dẫn đến tồn kho cao hoặc thiếu hàng cục bộ.

Thứ hai, công ty còn phụ thuộc vào một số nhà cung cấp truyền thống. Mặc dù công ty có mối quan hệ ổn định với nhiều nhà cung cấp, tuy nhiên vẫn còn phụ thuộc vào một số đối tác chính đối với các mặt hàng quan trọng hoặc hàng nhập khẩu. Điều này có thể làm giảm tính chủ động khi giá cả thị trường biến động hoặc nhà cung cấp giao hàng chậm.

Thứ ba, việc ứng dụng công nghệ trong quản lý thu mua còn hạn chế. Hiện nay, nhiều công đoạn như lập phiếu đề nghị mua hàng, lập PO và lưu trữ hồ sơ vẫn thực hiện thủ công bằng giấy tờ hoặc file Excel. Điều này dễ gây sai sót trong quá trình nhập liệu, mất thời gian xử lý và khó đồng bộ dữ liệu giữa các bộ phận.

Thứ tư, chi phí nhập khẩu và logistics cao do sử dụng điều kiện FOB nên công ty

phải tự chịu mọi chi phí. Ngoài ra, hàng nhập khẩu thường về cảng Cát Lái – TP.HCM rồi mới vận chuyển về Đà Nẵng nên phát sinh thêm: chi phí vận chuyển nội địa, chi phí lưu kho bãi hay rủi ro hư hỏng hàng hóa.

Thứ năm, nguồn nhân lực của bộ phận thu mua còn hạn chế về số lượng và kinh nghiệm thực tế, đặc biệt đối với nhân viên mới chưa có nhiều kỹ năng trong việc đàm phán, đánh giá nhà cung cấp và xử lý các tình huống phát sinh trong hoạt động nhập khẩu.

2.4.2 Nguyên nhân

2.4.2.1 Nhân tố tác động khách quan

Hoạt động thu mua sản phẩm gạch nhập khẩu của Công ty Cổ phần Xây dựng Gốm sứ Việt Hương chịu ảnh hưởng lớn từ các yếu tố vĩ mô bên ngoài doanh nghiệp. Đây là những yếu tố khách quan mà công ty khó có thể kiểm soát hoàn toàn nhưng lại tác động trực tiếp đến chi phí nhập khẩu, nguồn cung hàng hóa và hiệu quả hoạt động thu mua.

Về kinh tế và thị trường bất động sản

Ngành vật liệu xây dựng nói chung và sản phẩm gạch nhập khẩu nói riêng phụ thuộc nhiều vào sự phát triển của thị trường bất động sản và xây dựng. Khi nền kinh tế tăng trưởng ổn định, nhu cầu xây dựng nhà ở, khách sạn, khu nghỉ dưỡng và công trình dân dụng tăng lên sẽ kéo theo nhu cầu sử dụng gạch ốp lát và thiết bị vệ sinh nhập khẩu tăng mạnh. Điều này tạo điều kiện thuận lợi cho công ty mở rộng hoạt động nhập khẩu và kinh doanh.

Ngược lại, khi thị trường bất động sản gặp khó khăn hoặc sức mua giảm, nhu cầu tiêu thụ vật liệu xây dựng sẽ chậm lại, làm cho công ty đối mặt với nguy cơ tồn kho cao và giảm hiệu quả sử dụng vốn. Đây là yếu tố có ảnh hưởng trực tiếp đến kế hoạch thu mua và lượng hàng nhập khẩu của doanh nghiệp.

Về biến động tỷ giá và giá nguyên vật liệu quốc tế

Do công ty nhập khẩu hàng hóa từ nhiều quốc gia như Trung Quốc, Ấn Độ, Malaysia và Thái Lan nên hoạt động thu mua chịu tác động lớn từ tỷ giá ngoại tệ và giá nguyên vật liệu trên thị trường quốc tế. Khi đồng USD tăng giá, chi phí nhập khẩu hàng hóa, vận chuyển và thanh toán quốc tế cũng tăng theo, làm giá vốn sản phẩm cao hơn.

Ngoài ra, giá nguyên liệu sản xuất gạch như đất sét, bột đá, men gốm và nhiên liệu sản xuất tại các nước xuất khẩu thường xuyên biến động theo tình hình kinh tế thế

giới. Điều này khiến giá nhập khẩu thay đổi liên tục và gây khó khăn cho công ty trong việc lập kế hoạch chi phí và định giá bán sản phẩm.

Về chính sách thuế và quy định pháp luật về nhập khẩu

Hoạt động nhập khẩu gạch của công ty còn chịu ảnh hưởng từ các chính sách quản lý của Nhà nước như thuế nhập khẩu, thuế giá trị gia tăng, quy định kiểm tra chất lượng và thủ tục hải quan. Khi các chính sách này thay đổi sẽ làm ảnh hưởng đến chi phí và thời gian thông quan hàng hóa.

Bên cạnh đó, các quy định liên quan đến xuất xứ hàng hóa, hóa đơn điện tử hoặc tiêu chuẩn chất lượng nhập khẩu ngày càng được kiểm soát chặt chẽ. Nếu doanh nghiệp không cập nhật kịp thời có thể dẫn đến phát sinh sai sót chứng từ, chậm thông quan hoặc tăng chi phí lưu container tại cảng.

Về chi phí logistics và vận tải quốc tế

Đối với mặt hàng gạch nhập khẩu có trọng lượng lớn và dễ nứt vỡ, chi phí logistics chiếm tỷ trọng khá cao trong tổng chi phí thu mua. Những biến động về giá cước container, giá nhiên liệu, chi phí lưu kho bãi và vận chuyển nội địa đều ảnh hưởng trực tiếp đến giá thành sản phẩm.

Hiện nay, công ty chủ yếu nhập hàng qua cảng Cát Lái – TP.HCM rồi vận chuyển về Đà Nẵng nên phải phát sinh thêm chi phí vận chuyển nội địa và kéo dài thời gian giao hàng. Trong những giai đoạn thị trường vận tải quốc tế biến động mạnh hoặc thiếu container, hoạt động thu mua của công ty dễ bị ảnh hưởng và chậm tiến độ cung ứng hàng hóa.

Về mức độ cạnh tranh của vật liệu xây dựng

Thị trường gạch ốp lát và thiết bị vệ sinh hiện nay có tính cạnh tranh rất cao với sự tham gia của nhiều thương hiệu trong nước và hàng nhập khẩu. Các doanh nghiệp lớn thường có lợi thế về quy mô vốn, hệ thống phân phối và khả năng nhập khẩu trực tiếp với giá thấp hơn.

Điều này tạo áp lực lớn cho Công ty Cổ phần Xây dựng Gốm sứ Việt Hương trong việc lựa chọn nguồn hàng chất lượng, đa dạng mẫu mã và duy trì mức giá cạnh tranh. Nếu công ty không thường xuyên cập nhật xu hướng thị trường và nhu cầu khách hàng thì rất dễ mất lợi thế cạnh tranh.

Rủi ro về tính hình quốc tế

Hoạt động nhập khẩu còn chịu tác động từ các yếu tố bất ổn của thị trường quốc

tế như dịch bệnh, thiên tai, chiến tranh thương mại hoặc tình trạng tắc nghẽn cảng biển. Những yếu tố này có thể làm gián đoạn nguồn cung, kéo dài thời gian giao hàng hoặc tăng mạnh chi phí vận chuyển quốc tế.

2.4.2.2 Nhân tố chủ quan từ chính doanh nghiệp:

Hoạt động thu mua tại Công ty Cổ phần Xây dựng Gốm Sứ Việt Hương không chỉ chịu tác động từ môi trường bên ngoài mà còn bị chi phối mạnh bởi các yếu tố nội tại của doanh nghiệp. Những yếu tố này ảnh hưởng trực tiếp đến chi phí, tiến độ và hiệu quả thu mua.

Biến động về nhu cầu và thị hiếu của khách hàng

Khách hàng của công ty chủ yếu là các showroom vật liệu xây dựng, công trình dân dụng, khách sạn và nhà ở cao cấp nên nhu cầu tiêu dùng thường thay đổi theo xu hướng thị trường. Hiện nay, khách hàng có xu hướng ưu tiên các dòng gạch nhập khẩu cao cấp với mẫu mã hiện đại, kích thước lớn và chất lượng tốt.

Sự thay đổi nhanh về thị hiếu khiến công ty phải thường xuyên cập nhật mẫu mã mới và điều chỉnh kế hoạch nhập khẩu. Nếu doanh nghiệp dự báo không chính xác nhu cầu khách hàng sẽ dễ xảy ra tình trạng nhập hàng chậm luân chuyển hoặc thiếu hụt hàng hóa trong giai đoạn cao điểm. Điều này ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả thu mua và khả năng cạnh tranh của công ty.

Trình độ và năng lực của nhân viên thu mua

Đội ngũ nhân viên thu mua là yếu tố quan trọng quyết định hiệu quả của quy trình thu mua nhập khẩu. Nếu nhân viên có kinh nghiệm, kỹ năng đàm phán và hiểu biết về thị trường quốc tế sẽ giúp công ty lựa chọn được nhà cung cấp phù hợp và hạn chế rủi ro trong quá trình nhập khẩu.

Tuy nhiên, hiện nay một số công việc tại công ty vẫn phụ thuộc nhiều vào kinh nghiệm cá nhân, việc xử lý dữ liệu và kiểm tra chứng từ còn mang tính thủ công nên dễ xảy ra sai sót. Bên cạnh đó, khả năng ngoại ngữ và cập nhật thị trường quốc tế của một số nhân viên còn hạn chế nên ảnh hưởng đến hiệu quả giao dịch với đối tác nước ngoài.

Công nghệ thông tin

Hiện tại công ty chưa áp dụng các phần mềm quản lý thu mua và dự báo nhu cầu chuyên sâu. Nhiều công đoạn vẫn được xử lý bằng Excel hoặc giấy tờ thủ công nên việc kiểm soát và theo dõi tiến độ đơn hàng chưa thật sự hiệu quả.

Điều này dễ dẫn đến tình trạng dữ liệu cập nhật chậm, khó kiểm soát chính xác

số lượng hàng và làm giảm khả năng phản ứng nhanh trước biến động của thị trường. Đối với mặt hàng gạch nhập khẩu có thời gian vận chuyển dài, việc quản lý chưa tối ưu sẽ ảnh hưởng lớn đến kế hoạch cung ứng hàng hóa cho khách hàng.

Mối quan hệ với nhà cung cấp

Hiện nay công ty đã xây dựng được mạng lưới nhà cung cấp tương đối ổn định tại nhiều quốc gia như Trung Quốc, Ấn Độ, Malaysia và Thái Lan. Đây là lợi thế giúp công ty đảm bảo nguồn hàng và nhận được mức giá tương đối cạnh tranh.

Tuy nhiên, việc phụ thuộc vào một số nhà cung cấp quen thuộc cũng tiềm ẩn nhiều rủi ro. Khi nhà cung cấp thay đổi giá bán, chậm giao hàng hoặc thiếu nguồn hàng, công ty sẽ gặp khó khăn trong việc duy trì tiến độ cung ứng và ổn định giá bán trên thị trường.

CHƯƠNG 3: HOÀN THIỆN QUY TRÌNH THU MUA SẢN PHẨM NHẬP KHẨU TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN XÂY DỰNG GỐM SỨ VIỆT HƯƠNG

3.1. Định hướng và mục tiêu

Trong bối cảnh thị trường vật liệu xây dựng và thiết bị nội thất ngày càng cạnh tranh, Công ty Cổ phần Xây dựng Gốm Sứ Việt Hương cần không ngừng nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh cũng như hoàn thiện quy trình thu mua nhằm giảm chi phí, tăng tính chủ động và nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường.

Hoạt động thu mua không chỉ đơn thuần là mua hàng hóa phục vụ kinh doanh mà còn đóng vai trò quan trọng trong việc đảm bảo tiến độ cung ứng, kiểm soát chất lượng hàng hóa và tối ưu nguồn vốn lưu động của doanh nghiệp.

Trong thời gian tới, công ty định hướng phát triển theo hướng chuyên nghiệp hóa quy trình thu mua, đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin, đồng thời mở rộng quan hệ hợp tác với các đối tác lớn nhằm đảm bảo nguồn hàng ổn định, chất lượng cao và giá cả cạnh tranh.

3.1.1 Nghiên cứu và dự báo môi trường kinh doanh

Trong bối cảnh nền kinh tế thị trường ngày càng cạnh tranh gay gắt, hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Xây dựng Gốm Sứ Việt Hương chịu tác động mạnh mẽ từ nhiều yếu tố bên ngoài như tình hình kinh tế, xu hướng tiêu dùng, sự biến động của thị trường vật liệu xây dựng, chính sách pháp luật cũng như sự thay đổi của công nghệ. Vì vậy, việc nghiên cứu và dự báo môi trường kinh doanh có ý nghĩa đặc biệt quan trọng đối với hoạt động thu mua của công ty. Đây được xem là cơ sở giúp doanh nghiệp chủ động xây dựng kế hoạch nhập hàng, lựa chọn nhà cung cấp phù hợp, hạn chế rủi ro và nâng cao hiệu quả kinh doanh.

Hiện nay, thị trường vật liệu xây dựng và thiết bị nội thất tại Việt Nam đang có sự cạnh tranh rất lớn giữa các doanh nghiệp trong nước và hàng nhập khẩu. Nhu cầu của khách hàng ngày càng đa dạng, không chỉ quan tâm đến giá cả mà còn chú trọng đến mẫu mã, chất lượng, độ bền và tính thẩm mỹ của sản phẩm. Điều này buộc công ty phải thường xuyên cập nhật xu hướng thị trường để có kế hoạch thu mua phù hợp với nhu cầu tiêu dùng thực tế.

Đối với Công ty Cổ phần Xây dựng Gốm Sứ Việt Hương, các mặt hàng kinh doanh chủ yếu gồm gạch ốp lát, thiết bị vệ sinh, lavabo, bồn cầu, sen vòi, phụ kiện phòng tắm và vật liệu hoàn thiện công trình. Đây là nhóm hàng có giá trị tương đối cao, chịu

ảnh hưởng mạnh bởi thị trường bất động sản và ngành xây dựng. Khi thị trường xây dựng phát triển, nhu cầu mua sắm vật liệu tăng cao sẽ kéo theo nhu cầu nhập hàng lớn hơn. Ngược lại, khi thị trường bất động sản chững lại, sức mua giảm sẽ làm lượng hàng tồn kho tăng lên, gây áp lực lớn về vốn và chi phí lưu kho cho doanh nghiệp.

Ngoài yếu tố thị trường, hoạt động thu mua của công ty còn chịu tác động từ biến động giá nguyên vật liệu và chi phí vận chuyển. Trong những năm gần đây, giá nhiên liệu, chi phí logistics và tỷ giá ngoại tệ liên tục thay đổi làm ảnh hưởng trực tiếp đến giá nhập hàng, đặc biệt là các sản phẩm nhập khẩu từ nước ngoài. Điều này đòi hỏi công ty phải chủ động theo dõi biến động giá cả thị trường để có kế hoạch đặt hàng phù hợp, tránh nhập hàng vào thời điểm giá tăng cao gây ảnh hưởng đến lợi nhuận.

Bên cạnh đó, sự phát triển mạnh mẽ của thương mại điện tử và công nghệ quản lý hiện đại cũng tạo ra nhiều cơ hội nhưng đồng thời đặt ra không ít thách thức cho doanh nghiệp. Khách hàng hiện nay có xu hướng tìm hiểu sản phẩm thông qua internet, mạng xã hội và các sàn thương mại điện tử trước khi quyết định mua hàng. Vì vậy, công ty cần nhanh chóng ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý bán hàng, quản lý kho và hoạt động thu mua nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh và đáp ứng nhanh nhu cầu của khách hàng.

Ngoài ra, các yếu tố pháp lý như chính sách thuế, hóa đơn điện tử, quy định nhập khẩu và tiêu chuẩn chất lượng hàng hóa cũng ảnh hưởng trực tiếp đến quá trình thu mua của doanh nghiệp. Nếu công ty không cập nhật kịp thời các quy định mới có thể dẫn đến nhiều rủi ro như sai sót chứng từ, chậm thông quan hàng hóa hoặc phát sinh chi phí không cần thiết. Do đó, việc thường xuyên nghiên cứu các văn bản pháp luật liên quan là yêu cầu cần thiết nhằm đảm bảo hoạt động thu mua diễn ra đúng quy định và hạn chế rủi ro pháp lý.

3.1.2 Định hướng và mục tiêu phát triển chung của Công ty Cổ Phần Xây Dựng Gốm Sứ Việt Hương trong thời gian tới

3.1.2.1 Định hướng phát triển chiến lược của công ty

Định hướng dịch chuyển mô hình kinh doanh – Cung cấp giải pháp toàn diện: Việt Hương định hướng chuyển dịch mạnh mẽ từ một đơn vị thương mại vật liệu xây dựng rời rạc sang mô hình "Nhà cung cấp giải pháp hoàn thiện trọn gói" cho không gian sống. Công ty sẽ tiếp tục mở rộng hệ sinh thái sản phẩm, kết hợp đồng bộ giữa gạch ốp lát nghệ thuật, thiết bị vệ sinh thông minh và hệ thống hóa chất, phụ trợ xây dựng chuyên

sâu. Việc thu mua sẽ không còn thực hiện theo từng mặt hàng đơn lẻ mà được hoạch định theo gói giải pháp công trình nhằm tối ưu hóa giá trị trên mỗi đơn hàng của đối tác B2B và khách hàng cá nhân.

Định hướng đa dạng hóa nguồn cung ứng: Trước những rủi ro đứt gãy chuỗi cung ứng toàn cầu và biến động tỷ giá, công ty định hướng đa dạng hóa danh mục nhà cung cấp quốc tế, giảm sự phụ thuộc cục bộ vào một số đối tác truyền thống.

Định hướng đẩy mạnh chuyển đổi số toàn diện (Digital Transformation): Xác định công nghệ là đòn bẩy cốt lõi để loại bỏ các điểm nghẽn trong quản trị, Việt Hương định hướng xóa bỏ dần các quy trình đối soát, duyệt lệnh thủ công bằng giấy tờ và Excel. Thay vào đó, công ty sẽ đầu tư đồng bộ hệ thống hạ tầng công nghệ thông tin, tích hợp dữ liệu xuyên suốt giữa các phòng ban: Kinh doanh – Kho bãi – Thu mua – Kế toán để xây dựng một chuỗi cung ứng hiển thị theo thời gian thực (Real-time supply chain).

3.1.2.1 Mục tiêu phát triển của công ty

Để hiện thực hóa các định hướng chiến lược trên, công ty đặt ra các mục tiêu cụ thể cho các hoạt động sản xuất kinh doanh và quản trị chuỗi cung ứng như sau:

Mục tiêu về thị trường, doanh thu và lợi nhuận:

Mở rộng độ phủ thị trường, tăng số lượng đại lý liên kết tại miền Trung và miền Nam lên thêm, đồng thời nâng cao tỷ trọng thắng thầu tại các dự án bất động sản nghỉ dưỡng và tổ hợp căn hộ cao cấp.

Mục tiêu tối ưu hóa hoạt động thu mua và quản trị logistics nhập khẩu:

Về cơ cấu đóng gói và vận chuyển: Tăng tỷ lệ nhập hàng nguyên container (Full Container Load - FCL) đối với các dòng gạch chủ lực đạt mức trên 85% để tối ưu hóa chi phí bốc dỡ và cước vận chuyển quốc tế. Đối với các dòng gạch thủ công, gạch nghệ thuật hoặc thiết bị vệ sinh cao cấp có sản lượng tiêu thụ ít hơn, bộ phận thu mua cần xây dựng giải pháp gom hàng lẻ container (Less than Container Load - LCL) khoa học tại các kho trung chuyển nước ngoài để giảm thiểu chi phí phát sinh.

Về điều kiện thương mại quốc tế: Thay vì phụ thuộc hoàn toàn vào điều kiện mua FOB tại cảng đi của nước bạn, bộ phận nhập khẩu đặt mục tiêu đàm phán chuyển dịch sang các điều kiện nhóm C (như CFR, CIF) hoặc ký kết hợp đồng dài hạn với các hãng tàu quốc tế lớn nhằm chủ động kiểm soát chi phí logistics chặng biển và hạn chế rủi ro tăng giá cước đột biến.

Mục tiêu ứng dụng công nghệ thông tin và chuyển đổi số trong thu mua:

100% các dữ liệu liên quan đến Phiếu đề nghị mua hàng, đơn đặt hàng (PO) và hồ sơ nhà cung cấp phải được số hóa hoàn toàn trên hệ thống. Triển khai công cụ dự báo nhu cầu tự động dựa trên dữ liệu bán hàng lịch sử để giảm lượng gạch tồn kho mẫu cũ, tồn kho chậm luân chuyển xuống dưới 10% tổng giá trị tồn kho, từ đó giải phóng dòng vốn lưu động cho doanh nghiệp.

Mục tiêu phát triển nguồn nhân lực thu mua:

100% nhân sự thuộc phòng Thu mua và Xuất nhập khẩu được đào tạo chuyên sâu về kỹ năng quản trị chuỗi cung ứng hiện đại, kỹ năng đàm phán quốc tế và cập nhật liên tục các quy định pháp lý chuyên ngành về kiểm tra chất lượng, hợp quy vật liệu xây dựng nhập khẩu. Nâng cao năng lực ngoại ngữ (tiếng Anh, tiếng Trung) của đội ngũ nhân viên nhằm trực tiếp làm việc trực tiếp với các nhà máy sản xuất lớn tại nước ngoài, loại bỏ các chi phí trung gian không cần thiết.

3.2. Hoàn thiện quy trình thu mua sản phẩm nhập khẩu của Công Ty Cổ Phần Xây Dựng Gốm Sứ Việt Hương

Qua quá trình phân tích thực trạng hoạt động thu mua tại Công ty Cổ phần Xây dựng Gốm sứ Việt Hương ở chương 2, có thể thấy quy trình thu mua của công ty đã được xây dựng tương đối đầy đủ và có sự phối hợp giữa các bộ phận. Tuy nhiên, quy trình vẫn còn tồn tại một số hạn chế như công tác dự báo nhu cầu chưa chính xác, lượng tồn kho còn cao, việc quản lý nhà cung cấp chưa thật sự chặt chẽ, quy trình xử lý chứng từ còn mang tính thủ công và phụ thuộc nhiều vào kinh nghiệm cá nhân.

Để nâng cao hiệu quả hoạt động thu mua, công ty cần triển khai đồng bộ nhiều giải pháp nhằm tối ưu hóa chi phí, nâng cao chất lượng nguồn cung, đảm bảo tiến độ cung ứng hàng hóa và tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường.

Giải pháp 1: Ứng dụng công nghệ thông tin vào hoạt động thu mua

Hiện nay, một số hoạt động thu mua tại Công ty Cổ phần Xây dựng Gốm sứ Việt Hương vẫn còn được xử lý thủ công bằng Excel hoặc giấy tờ, dẫn đến mất nhiều thời gian trong việc kiểm tra tồn kho, theo dõi đơn hàng và đối chiếu chứng từ. Vì vậy, công ty cần đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin nhằm nâng cao hiệu quả quản lý và giảm thiểu sai sót trong quy trình thu mua.

Ứng dụng công nghệ trong phê duyệt và lưu trữ chứng từ

Hiện nay việc ký giấy đề nghị mua hàng hoặc đơn đặt hàng bằng giấy gây mất thời gian và dễ thất lạc chứng từ. Công ty có thể triển khai phần mềm ERP hoặc phần

mềm quản lý chứng từ điện tử để số hóa quy trình phê duyệt và lưu trữ hồ sơ thu mua. Cụ thể, các chứng từ như phiếu đề nghị mua hàng, đơn đặt hàng (PO), hóa đơn, hợp đồng và phiếu nhập kho sẽ được tạo lập và lưu trữ trực tiếp trên hệ thống thay vì xử lý hoàn toàn bằng giấy tờ thủ công.

Hệ thống cho phép các bộ phận liên quan như phòng mua hàng, kế toán, xuất nhập khẩu và ban giám đốc thực hiện phê duyệt online thông qua workflow điện tử. Đồng thời, công ty có thể sử dụng chữ ký số để xác nhận chứng từ nhanh chóng và đảm bảo tính pháp lý. Ví dụ:

- Nhân viên mua hàng tạo đề nghị mua hàng trên hệ thống.
- Trưởng phòng và ban giám đốc có thể phê duyệt online.
- Tất cả chứng từ sẽ được lưu trữ trên hệ thống để dễ dàng tra cứu khi cần.

Việc này giúp: Rút ngắn thời gian xử lý đơn hàng, hạn chế sai sót trong lưu trữ chứng từ.

Ứng dụng dữ liệu bán hàng để xác định nhu cầu

Công ty có thể sử dụng dữ liệu lịch sử bán hàng trên phần mềm quản lý bán hàng và phân tích dữ liệu để dự báo nhu cầu. Ví dụ:

- Tháng 3–8 thường là mùa xây dựng → nhu cầu gạch và thiết bị vệ sinh tăng mạnh.
- Cuối năm nhu cầu sửa chữa nhà cửa tăng → lượng tiêu thụ vật liệu hoàn thiện cao hơn.

Dựa vào dữ liệu đó: Hệ thống sẽ hỗ trợ dự báo số lượng cần nhập cho từng thời điểm, tránh nhập thiếu hoặc tồn kho quá nhiều. Đây chính là ứng dụng của **phân tích dữ liệu (Data Analysis)** trong hoạt động thu mua.

Ứng dụng ERF để liên kết các phòng ban

Công ty có thể sử dụng hệ thống ERP như:

- Odoo
- SAP Business One

Hệ thống này giúp kết nối: phòng kinh doanh, kho, kế toán và bộ phận mua hàng.

Ví dụ: Khi phòng kinh doanh nhập đơn hàng dự án khách sạn lên hệ thống, bộ phận mua hàng sẽ tự động nhận được thông tin về số lượng vật liệu cần chuẩn bị, từ đó xác định nhu cầu nhập hàng sớm hơn.

Điều này giúp: giảm chậm tiến độ, giảm tình trạng thiếu hàng, tăng tính chủ động

trong thu mua.

Giải pháp 2: Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và hoàn thiện công tác xác định nhu cầu mua hàng

Nguồn nhân lực là yếu tố quan trọng ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả hoạt động thu mua của doanh nghiệp. Tuy nhiên, hiện nay bộ phận thu mua của công ty vẫn còn tồn tại một số hạn chế như thiếu kinh nghiệm thực tế, kỹ năng đàm phán và khả năng xử lý tình huống phát sinh trong hoạt động nhập khẩu. Vì vậy, công ty cần chú trọng hơn đến công tác đào tạo và nâng cao trình độ chuyên môn cho nhân viên.

Ví dụ:

- Tổ chức các khóa đào tạo ngắn hạn về kỹ năng đàm phán với nhà cung cấp.
- Cử nhân viên tham gia các khóa học về logistics, xuất nhập khẩu hoặc quản trị chuỗi cung ứng.
- Đào tạo nhân viên về Incoterms 2020 và thanh toán quốc tế để hạn chế rủi ro khi nhập khẩu hàng.

Ngoài ra, công ty cần xây dựng cơ chế đánh giá hiệu quả làm việc rõ ràng. Ví dụ:

- Nhân viên mua hàng được đánh giá dựa trên mức tiết kiệm chi phí mua hàng.
- Tỷ lệ giao hàng đúng tiến độ.
- Tỷ lệ hàng lỗi phát sinh.
- Khả năng xử lý sự cố với nhà cung cấp.

Bên cạnh đó, doanh nghiệp cần có chính sách thưởng phù hợp. Ví dụ:

- Nếu nhân viên đàm phán giảm được giá mua từ 3–5% mà vẫn đảm bảo chất lượng thì sẽ được thưởng theo tỷ lệ tiết kiệm chi phí.
- Khen thưởng nhân viên xử lý tốt các tình huống khẩn cấp như thiếu hàng hoặc giao hàng chậm.

Điều này sẽ giúp nâng cao tinh thần trách nhiệm và hiệu quả làm việc của đội ngũ nhân viên thu mua.

Bên cạnh đó, công ty cần xây dựng hệ thống đánh giá hiệu quả hoạt động thu mua theo các chỉ tiêu cụ thể như:

- Tỷ lệ giao hàng đúng hạn.
- Tỷ lệ hàng lỗi hoặc hàng bị trả lại.
- Chi phí thu mua trên doanh thu.
- Vòng quay hàng tồn kho.

- Mức độ hài lòng của khách hàng nội bộ.

Việc xây dựng hệ thống đánh giá định kỳ sẽ giúp công ty phát hiện sớm các vấn đề còn tồn tại và kịp thời điều chỉnh quy trình thu mua phù hợp với thực tế hoạt động kinh doanh.

Ngoài ra, doanh nghiệp cũng cần tăng cường nghiên cứu thị trường và dự báo nhu cầu tiêu thụ nhằm nâng cao tính chủ động trong hoạt động thu mua. Điều này đặc biệt quan trọng trong bối cảnh thị trường vật liệu xây dựng thường xuyên biến động về giá cả, chi phí vận chuyển và xu hướng tiêu dùng.

Giải pháp 3: Đa dạng hóa và nâng cao chất lượng hệ thống nhà cung cấp

Nhà cung cấp là yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng sản phẩm, giá thành hàng hóa và tiến độ cung ứng của doanh nghiệp. Đối với Công ty Cổ phần Xây dựng Gốm Sứ Việt Hương, nguồn hàng chủ yếu được nhập từ các nhà sản xuất và phân phối vật liệu xây dựng, thiết bị vệ sinh trong và ngoài nước. Vì vậy, việc lựa chọn và quản lý nhà cung cấp hiệu quả có ý nghĩa rất quan trọng đối với hoạt động kinh doanh của công ty.

Hiện nay, công ty vẫn còn phụ thuộc khá nhiều vào các nhà cung cấp truyền thống và việc lựa chọn nhà cung cấp chủ yếu dựa trên kinh nghiệm hoặc mối quan hệ hợp tác trước đây. Điều này tuy giúp công ty duy trì được nguồn hàng ổn định nhưng cũng tiềm ẩn nhiều rủi ro khi thị trường biến động hoặc khi nhà cung cấp gặp khó khăn trong quá trình sản xuất và giao hàng.

Ngoài ra, công ty hiện chưa xây dựng được hệ thống đánh giá nhà cung cấp cụ thể và khoa học. Việc đánh giá chủ yếu dựa vào cảm nhận thực tế nên đôi khi chưa phản ánh chính xác năng lực của nhà cung cấp.

Để nâng cao hiệu quả quản lý nhà cung cấp, công ty cần xây dựng bộ tiêu chí đánh giá rõ ràng và cụ thể. Các tiêu chí đánh giá có thể bao gồm:

- Chất lượng hàng hóa.
- Giá cả cạnh tranh.
- Khả năng giao hàng đúng thời gian.
- Chính sách thanh toán.
- Chính sách đổi trả và bảo hành.
- Khả năng hỗ trợ khi phát sinh sự cố.
- Uy tín thương hiệu và năng lực tài chính.

Ví dụ:

- Đối với nhà cung cấp gạch men, công ty cần đánh giá thêm về độ đồng đều màu sắc, độ bền và tỷ lệ hàng lỗi.
- Đối với thiết bị vệ sinh, cần chú trọng khả năng bảo hành, linh kiện thay thế và dịch vụ hậu mãi.

Công ty có thể chấm điểm nhà cung cấp theo thang điểm 100 và đánh giá định kỳ mỗi 6 tháng. Ví dụ:

- Nhà cung cấp giao hàng đúng hạn trên 95% sẽ được ưu tiên ký hợp đồng dài hạn.
- Nhà cung cấp có tỷ lệ hàng lỗi trên 5% sẽ bị hạn chế đơn hàng.

Ngoài ra, công ty nên mở rộng tìm kiếm thêm nhiều nhà cung cấp mới trong và ngoài nước nhằm tránh phụ thuộc quá nhiều vào một số đối tác cố định. Điều này giúp doanh nghiệp chủ động hơn khi thị trường có biến động về giá cả, nguồn cung hoặc chi phí vận chuyển quốc tế.

- Đối với thiết bị vệ sinh, ngoài thương hiệu đang phân phối độc quyền, công ty có thể bổ sung thêm các nhà cung cấp tầm trung nhằm phục vụ nhiều phân khúc khách hàng khác nhau.
- Đối với các mặt hàng nhập khẩu chủ lực như gạch ốp lát cao cấp hoặc thiết bị vệ sinh nhập khẩu, công ty nên ưu tiên ký kết hợp đồng dài hạn với các đối tác chiến lược nhằm: Ổn định nguồn cung hàng hóa, hưởng chính sách chiết khấu tốt hơn, giảm rủi ro biến động giá, chủ động kế hoạch nhập hàng cho các dự án lớn.

Bên cạnh đó, doanh nghiệp cần xây dựng mối quan hệ hợp tác lâu dài với nhà cung cấp trên tinh thần đôi bên cùng phát triển. Đây cũng là một trong những giá trị cốt lõi mà công ty đang hướng tới. Khi duy trì được mối quan hệ hợp tác bền vững, công ty sẽ có lợi thế hơn trong đàm phán giá cả, thời gian giao hàng và hỗ trợ xử lý sự cố khi thị trường biến động.

3.3. Điều kiện và cách thức để thực hiện giải pháp

Để các giải pháp hoàn thiện hoạt động thu mua tại Công ty Cổ phần Xây dựng Gốm sứ Việt Hương được triển khai hiệu quả, doanh nghiệp cần chuẩn bị đầy đủ các điều kiện cần thiết và xây dựng phương thức thực hiện phù hợp với tình hình thực tế của công ty. Trong đó, ba giải pháp trọng tâm bao gồm: hoàn thiện công tác xác định nhu

cầu thu mua, đa dạng hóa nhà cung cấp và ứng dụng công nghệ thông tin vào hoạt động thu mua.

3.3.1 Giải pháp ứng dụng công nghệ thông tin vào hoạt động thu mua

Điều kiện:

Việc ứng dụng công nghệ thông tin, mở rộng hệ thống nhà cung cấp đều đòi hỏi công ty phải có nguồn tài chính ổn định. Vì vậy, doanh nghiệp cần xây dựng ngân sách cụ thể cho từng giải pháp, ưu tiên đầu tư theo từng giai đoạn nhằm tránh gây áp lực lớn đến dòng tiền hoạt động. Để ứng dụng công nghệ hiệu quả, công ty cần chuẩn bị nguồn kinh phí đầu tư cho hệ thống phần mềm quản lý và trang thiết bị cần thiết. Hệ thống máy tính, internet và dữ liệu giữa các phòng ban phải được kết nối đồng bộ. Nhân viên thu mua, kho và kế toán cần được đào tạo kỹ năng sử dụng phần mềm. Ban lãnh đạo cần có chính sách chuyển đổi dần từ quản lý thủ công sang quản lý điện tử.

Ngoài ra, cần có sự phối hợp giữa các bộ phận liên quan để đảm bảo dữ liệu được cập nhật đồng bộ và chính xác.

Cách thức thực hiện:

Giai đoạn 1: Khảo sát và lựa chọn phần mềm:

Phòng thu mua phối hợp với phòng kế toán và kho kiểm tra lại quy trình hiện tại để xác định các vấn đề đang gặp phải như:

- Dễ sai lệch số liệu tồn kho.
- Chậm cập nhật tình trạng hàng hóa.
- Trùng lặp đơn đặt hàng.

Công ty lựa chọn các phần mềm phù hợp để quản lý

Giai đoạn 2: Triển khai thử nghiệm

Thực hiện trước tại kho chính và bộ phận thu mua trong thời gian 1–2 tháng. Mỗi mã gạch nhập khẩu sẽ được gán mã hàng riêng để dễ quản lý. Khi nhập hàng:

- Hệ thống tự động cập nhật số lượng tồn kho.
- Bộ phận thu mua theo dõi được lượng hàng còn lại để lên kế hoạch nhập tiếp.

Giai đoạn 3: Đồng bộ toàn công ty

Sau khi hệ thống vận hành ổn định, công ty tiến hành liên kết dữ liệu với bộ phận kế toán và kinh doanh nhằm đồng bộ thông tin giữa các phòng ban. Đồng thời, cần phân

công nhân sự phụ trách quản lý dữ liệu và hỗ trợ xử lý các lỗi phát sinh trong quá trình sử dụng phần mềm.

Giai đoạn 4: Kiểm tra và cải tiến

Hàng tháng công ty đánh giá về:

- Tốc độ xử lý đơn hàng.
- Tỷ lệ sai lệch.
- Nếu hệ thống hoạt động hiệu quả sẽ mở rộng thêm.

3.3.2 Giải pháp đa dạng hóa nhà cung cấp

Điều kiện:

Để đa dạng hóa nguồn cung hiệu quả, công ty cần có đội ngũ nhân viên thu mua có khả năng tìm kiếm và đánh giá nhà cung cấp mới. Đồng thời doanh nghiệp cần xây dựng nguồn tài chính ổn định nhằm duy trì quan hệ hợp tác với nhiều đối tác khác nhau.

Ngoài ra, công ty cần cập nhật thường xuyên thông tin về thị trường vật liệu xây dựng, giá cả nguyên vật liệu và xu hướng nhập khẩu từ các quốc gia khác nhau để có thêm nhiều lựa chọn phù hợp.

Cách thực hiện:

Bước 1: Rà soát lại nhà cung cấp

Bộ phận thu mua lập bảng đánh giá nhà cung cấp:

- Tỷ lệ giao hàng đúng thời gian
- Chất lượng hàng hóa
- Mức độ ổn định giá
- Khả năng xử lý khiếu nại

Sau khi đánh giá xong tiến hành phân loại:

- Nhà cung cấp chiến lược
- Nhà cung cấp dự phòng
- Nhà cung cấp cần thay thế

Bước 2: Tìm kiếm nhà cung cấp mới

Nhân viên thu mua sẽ tìm kiếm thông qua các hội chợ triển lãm, các kênh thương mại điện tử như Alibaba, Amazon,...Sau đó yêu cầu họ gửi bảng báo giá, mẫu mã, Catalogue.

Bước 3: Kiểm tra và tiến hành nhập thử

Công ty không cần phải nhập số lượng lớn ngay mà có thể nhập thử một vài mẫu

để nhân viên có kinh nghiệm đánh giá về chất lượng, màu sắc thực, tỷ lệ nứt vỡ.

Sau đó công ty có thể nhập một số lượng nhỏ để bộ phận kinh doanh đánh giá phản hồi của khách trước khi hợp tác lâu dài.

Bước 4: Xây dựng mối quan hệ lâu dài

Duy trì trao đổi thường xuyên với nhà cung cấp qua email và họp online. Thanh toán đúng hạn để tăng uy tín

Tuy nhiên, mỗi sản phẩm nên có ít nhất từ 2-3 nhà cung cấp để chủ động nguồn hàng tránh bị thiếu hụt khi có biến động.

3.3.3 Giải pháp nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và hoàn thiện công tác xác định nhu cầu mua hàng

Điều kiện nâng cao chất lượng nguồn nhân lực:

Để nâng cao chất lượng nguồn nhân lực trong hoạt động thu mua, công ty cần có chính sách đào tạo và phát triển nhân sự phù hợp với nhu cầu thực tế của doanh nghiệp. Đồng thời, ban lãnh đạo cần quan tâm đầu tư kinh phí cho hoạt động đào tạo và xây dựng môi trường làm việc chuyên nghiệp nhằm tạo động lực cho nhân viên nâng cao năng lực chuyên môn. Bên cạnh đó, công ty cần xây dựng hệ thống đánh giá hiệu quả làm việc rõ ràng đối với nhân viên bộ phận thu mua nhằm nâng cao tinh thần trách nhiệm và hiệu quả công việc.

Điều kiện hoàn thiện công tác xác định nhu cầu mua hàng:

Để nâng cao hiệu quả công tác lập kế hoạch thu mua, công ty cần xây dựng hệ thống dữ liệu chính xác về tình hình tiêu thụ hàng hóa, tồn kho và tiến độ thực hiện các công trình. Đồng thời cần có sự phối hợp chặt chẽ giữa phòng kinh doanh, bộ phận kho và bộ phận mua hàng nhằm cập nhật thường xuyên nhu cầu thực tế của thị trường. Ngoài ra, doanh nghiệp cần có đội ngũ nhân viên có khả năng phân tích số liệu và dự báo nhu cầu hàng hóa. Công ty cũng cần đầu tư phần mềm quản lý bán hàng và tồn kho nhằm hỗ trợ quá trình lập kế hoạch thu mua.

Cách thức thực hiện:

Đối với giải pháp nâng cao chất lượng nguồn nhân lực:

Tổ chức đào tạo nội bộ mỗi quý về:

- Kỹ năng đàm phán.
- Kiểm tra chất lượng gạch nhập khẩu.

- Incoterms.
- Cử nhân viên tham gia hội thảo ngành vật liệu xây dựng để cập nhật xu hướng mới.

Nhân viên được hướng dẫn phân biệt:

- Gạch men bóng.
- Gạch porcelain.
- Gạch granite.
- Giúp hạn chế nhập sai mẫu theo yêu cầu khách hàng.

Ngoài ra, doanh nghiệp nên áp dụng chính sách khen thưởng nhằm tạo động lực cho nhân viên.

Việc nâng cao chất lượng nguồn nhân lực sẽ giúp công ty cải thiện hiệu quả hoạt động thu mua, nâng cao khả năng xử lý tình huống và tăng tính chủ động trong quá trình làm việc với nhà cung cấp.

Đối với giải pháp hoàn thiện công tác xác định nhu cầu:

Trước hết, công ty cần tiến hành thống kê lượng hàng tiêu thụ theo từng tháng và từng quý nhằm xác định các nhóm sản phẩm có nhu cầu cao. Bộ phận kinh doanh gửi dự báo bán hàng theo tháng cho phòng thu mua.

Dựa trên số liệu bán hàng thực tế, bộ phận mua hàng sẽ lập kế hoạch nhập hàng trước đối với các mặt hàng có thời gian vận chuyển dài nhằm tránh tình trạng thiếu hàng.

Ngoài ra, doanh nghiệp cần ứng dụng phần mềm quản lý để theo dõi lượng tồn kho theo thời gian thực. Khi số lượng hàng hóa giảm xuống dưới mức quy định, hệ thống sẽ tự động gửi cảnh báo cho bộ phận mua hàng để chủ động nhập bổ sung.

Việc hoàn thiện công tác xác định nhu cầu mua hàng sẽ giúp công ty nâng cao độ chính xác trong hoạt động thu mua, hạn chế tình trạng tồn kho quá lớn hoặc thiếu hụt hàng hóa, từ đó góp phần nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

KẾT LUẬN

Trong bối cảnh nền kinh tế ngày càng phát triển và thị trường vật liệu xây dựng có mức độ cạnh tranh ngày càng cao, hoạt động thu mua giữ vai trò đặc biệt quan trọng đối với hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Đối với Công ty Cổ phần Xây dựng Gốm sứ Việt Hương, công tác thu mua không chỉ đảm bảo nguồn cung hàng hóa phục vụ hoạt động kinh doanh mà còn ảnh hưởng trực tiếp đến chi phí, chất lượng sản phẩm và khả năng cạnh tranh trên thị trường.

Thông qua quá trình nghiên cứu, đề tài đã hệ thống hóa những cơ sở lý luận cơ bản về hoạt động thu mua và quy trình thu mua trong doanh nghiệp. Đồng thời, đề tài đã tiến hành phân tích thực trạng hoạt động thu mua tại Công ty Cổ phần Xây dựng Gốm sứ Việt Hương, từ đó đánh giá những kết quả đạt được cũng như những tồn tại, hạn chế còn gặp phải trong quá trình thực hiện.

Qua phân tích thực tế, công ty đã xây dựng được hệ thống nhà cung cấp tương đối ổn định, đảm bảo nguồn hàng phục vụ hoạt động kinh doanh và từng bước nâng cao hiệu quả quản lý hoạt động thu mua. Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả đạt được, công ty vẫn còn tồn tại một số hạn chế như công tác xác định nhu cầu mua hàng chưa thực sự chính xác, việc ứng dụng công nghệ thông tin còn hạn chế, nguồn nhân lực chưa đồng đều về chuyên môn. Những hạn chế này phần nào ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động và khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp.

Từ những vấn đề thực tiễn đã phân tích, khóa luận đã đề xuất một số giải pháp nhằm hoàn thiện hoạt động thu mua tại công ty như: hoàn thiện công tác lập kế hoạch và xác định nhu cầu mua hàng, đa dạng hóa nhà cung cấp, ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý thu mua, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực. Đồng thời, đề tài cũng đưa ra các điều kiện và cách thức thực hiện nhằm đảm bảo tính khả thi của các giải pháp trong thực tế.

Nếu được triển khai đồng bộ và hiệu quả, các giải pháp này sẽ góp phần giúp Công ty Cổ phần Xây dựng Gốm sứ Việt Hương nâng cao hiệu quả hoạt động thu mua, tối ưu chi phí, chủ động nguồn cung hàng hóa và nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường trong thời gian tới.

Mặc dù đã có nhiều cố gắng trong quá trình nghiên cứu và thực hiện đề tài, song do hạn chế về kinh nghiệm thực tế và nguồn tài liệu tham khảo nên khóa luận khó tránh khỏi những thiếu sót nhất định. Em rất mong nhận được sự đóng góp ý kiến từ quý thầy

cô và doanh nghiệp để đề tài được hoàn thiện hơn.

Em xin chân thành cảm ơn!

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Tài liệu môn Quản Trị Thu Mua - Gv: Trần Thúy Kiều
2. <https://luatminhkhue.vn/don-dat-hang-la-gi.aspx>
3. <https://thuvienphapluat.vn/>
4. <https://viethuongceramics.com/en/>
5. <https://saca.com.vn/en/partner/612/cong-ty-co-phan-xay-dung-gom-su-viet-huong.html>
6. Phòng kế toán- Công ty Cổ Phần Xây Dựng Gốm Sứ Việt Hương
7. Phòng thu mua- Công ty Cổ Phần Xây Dựng Gốm Sứ Việt Hương