

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



**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP**

**Đề Tài:**

**“Giải pháp hoàn thiện hoạt động thu mua của  
Công Ty Cổ Phần Thiết Kế và Thi Công Nội Thất  
Ngôi Sao Long Nguyễn – SAFURCO”**

**Sinh viên thực hiện: Nguyễn Thị Linh**

**Mã số sinh viên: 215030042**

**Khóa học: 2021 - 2024**

**Đà Nẵng, tháng 05 năm 2025**

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



**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP**

**Đề Tài:**

**“Giải pháp hoàn thiện hoạt động thu mua của  
Công Ty Cổ Phần Thiết Kế và Thi Công Nội Thất  
Ngôi Sao Long Nguyễn – SAFURCO”**

**Giảng viên hướng dẫn: Mai Thị Thảo Chi**

**Sinh viên thực hiện: Nguyễn Thị Linh**

**Mã số sinh viên: 2154030042**

**Khóa học: 2021 - 2025**

**Đà Nẵng, ngày 20 tháng 05 năm 2025**

Đà Nẵng, ngày 20 tháng 05 năm 2025

**GIAO NHIỆM VỤ KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP**  
**Năm học: 2022 - 2023**

**1. Thông tin tác giả thực hiện**

- Họ và tên sinh viên: Nguyễn Thị Linh
- Chuyên ngành: Quản Trị Kinh Doanh
- Trình độ đào tạo: Đại Học
- Khóa học: 2021 - 2025

**2. Tên đề tài Khóa luận tốt nghiệp:**

“Giải pháp hoàn thiện hoạt động thu mua của Công Ty Cổ Phần Thiết Kế và Thi Công Nội Thất Ngôi Sao Long Nguyễn – SAFURCO”

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

**4. Các bảng biểu**

**5. Cán bộ hướng dẫn**

- Mai Thị Thảo Chi

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

- 10/02/2025

**7. Ngày sinh viên phải hoàn thành khóa luận**

- 06/05/2025.

**Giảng viên hướng dẫn**

## LỜI MỞ ĐẦU

### ❖ Lý do chọn đề tài

Hoạt động thu mua đóng vai trò quan trọng trong chuỗi cung ứng của mỗi doanh nghiệp, đặc biệt trong lĩnh vực thiết kế và thi công nội thất, nơi mà chất lượng nguyên vật liệu, tiến độ cung ứng và hiệu quả chi phí ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng công trình, tiến độ dự án và lợi nhuận doanh nghiệp.

Tuy nhiên, thực tế tại Công Ty Cổ Phần Thiết Kế và Thi Công Nội Thất Ngôi Sao Long Nguyễn (SAFURCO) cho thấy công tác thu mua đang gặp nhiều thách thức. Việc tìm kiếm nhà cung cấp chưa hiệu quả khiến quá trình thu mua mất nhiều thời gian, dẫn đến chậm tiến độ thi công. Cụ thể, trong năm 2024, tỷ lệ dự án chậm tiến độ lên tới 18%, đặc biệt hai dự án lớn của nhà nước vẫn chưa bàn giao dù đã quá hạn hơn hai tháng, có nguy cơ bị phạt hợp đồng. Bên cạnh đó, giá nguyên vật liệu đầu vào cao do hạn chế trong phương thức tìm kiếm và đánh giá nhà cung cấp, làm giảm lợi nhuận của công ty. Mặc dù doanh thu của công ty tăng trưởng mạnh, từ 421,6 triệu đồng năm 2021 lên 8,46 tỷ đồng năm 2023, nhưng biên lợi nhuận vẫn ở mức thấp, chỉ 1,53% trong năm 2023. Điều này phản ánh chi phí vận hành, đặc biệt là chi phí thu mua chưa được tối ưu. Những vấn đề trên không chỉ ảnh hưởng đến lợi nhuận mà còn tác động tiêu cực đến uy tín và năng lực cạnh tranh của SAFURCO trên thị trường. Nếu không có giải pháp cải thiện, công ty có nguy cơ đối mặt với tình trạng lợi nhuận suy giảm, mất hợp đồng quan trọng và gặp khó khăn trong phát triển bền vững.

Xuất phát từ thực trạng trên, tác giả chọn đề tài "Giải pháp hoàn thiện hoạt động thu mua của Công Ty Cổ Phần Thiết Kế và Thi Công Nội Thất Ngôi Sao Long Nguyễn - SAFURCO" nhằm: Phân tích thực trạng hoạt động thu mua tại SAFURCO, xác định các điểm yếu cốt lõi; Đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả tìm kiếm, đánh giá nhà cung cấp, tối ưu chi phí và đảm bảo tiến độ thu mua; Góp phần cải thiện biên lợi nhuận, nâng cao uy tín và năng lực cạnh tranh của công ty trong ngành.

### ❖ Mục tiêu nghiên cứu

#### *Mục tiêu tổng quát*

Phân tích, đánh giá thực trạng hoạt động thu mua của SAFURCO, từ đó đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả thu mua, tối ưu chi phí và đảm bảo chất lượng nguyên vật liệu, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của công ty trên thị trường.

### ***Mục tiêu cụ thể***

- Xác định vai trò, tầm quan trọng của hoạt động thu mua đối với doanh nghiệp trong lĩnh vực thiết kế và thi công nội thất.

- Phân tích thực trạng hoạt động thu mua tại SAFURCO, bao gồm quy trình thu mua, tiêu chí lựa chọn nhà cung cấp, chi phí thu mua và các vấn đề còn tồn tại.

- Đánh giá những khó khăn, thách thức mà công ty đang gặp phải trong hoạt động thu mua và nguyên nhân của những hạn chế này.

- Đề xuất các giải pháp cụ thể nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động thu mua, bao gồm cải thiện quy trình thu mua, tối ưu hóa chi phí, nâng cao chất lượng nguồn cung và tăng cường quản lý rủi ro trong thu mua.

- Đưa ra các khuyến nghị giúp SAFURCO xây dựng chiến lược thu mua bền vững, phù hợp với định hướng phát triển của công ty trong tương lai.

### **❖ Đối tượng nghiên cứu**

- Quy trình thu mua vật tư, trang thiết bị phục vụ cho hoạt động thiết kế và thi công nội thất.

- Chính sách lựa chọn và quản lý nhà cung cấp.

- Cơ cấu chi phí thu mua và các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả thu mua.

- Những khó khăn, hạn chế trong hoạt động thu mua và nguyên nhân của các vấn đề này.

### **❖ Phạm vi nghiên cứu**

- Về không gian: Nghiên cứu được thực hiện tại Công Ty Cổ Phần Thiết Kế và Thi Công Nội Thất Ngôi Sao Long Nguyễn - SAFURCO.

- Về thời gian: Phân tích thực trạng thu mua trong giai đoạn từ năm 2021 đến nay

### **❖ Phương pháp nghiên cứu**

- Phương pháp thu thập dữ liệu: Phỏng vấn nhân viên thu mua, phân tích hợp đồng mua hàng, nghiên cứu các báo cáo tài chính.

- Phương pháp phân tích: Phân tích SWOT

## **LỜI CẢM ƠN**

Trong quá trình thực hiện đề tài "Giải pháp hoàn thiện hoạt động thu mua của Công Ty Cổ Phần Thiết Kế và Thi Công Nội Thất Ngôi Sao Long Nguyễn - SAFURCO", tôi đã nhận được rất nhiều sự hỗ trợ và động viên từ các cá nhân, tổ chức. Nhân dịp hoàn thành bài nghiên cứu này, tôi xin bày tỏ lòng biết ơn chân thành đến những người đã giúp đỡ tôi trong suốt quá trình thực hiện đề tài.

Trước hết, tôi xin gửi lời cảm ơn sâu sắc đến giảng viên hướng dẫn, người đã tận tình hỗ trợ, định hướng và cung cấp những kiến thức quý báu để tôi có thể hoàn thành bài nghiên cứu một cách tốt nhất. Sự hướng dẫn tận tình của thầy/cô là nguồn động lực to lớn giúp tôi có được cái nhìn tổng quan và chi tiết hơn về vấn đề nghiên cứu.

Tôi cũng xin chân thành cảm ơn Ban lãnh đạo và nhân viên Công Ty Cổ Phần Thiết Kế và Thi Công Nội Thất Ngôi Sao Long Nguyễn - SAFURCO đã tạo điều kiện thuận lợi, cung cấp thông tin, số liệu thực tế và chia sẻ kinh nghiệm thực tiễn, giúp tôi có cơ sở phân tích và đưa ra những đề xuất phù hợp.

Mặc dù đã nỗ lực hết mình, nhưng bài nghiên cứu không thể tránh khỏi những thiếu sót. Tôi rất mong nhận được sự góp ý từ thầy cô, bạn bè và những người quan tâm để có thể cải thiện và hoàn thiện hơn trong tương lai.

Xin chân thành cảm ơn!

Đà Nẵng, ngày 20 tháng 05 năm 2025

Sinh viên thực hiện

Nguyễn Thị Linh

## MỤC LỤC

|                                                                                                                                       |      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| LỜI MỞ ĐẦU .....                                                                                                                      | ii   |
| LỜI CẢM ƠN .....                                                                                                                      | iv   |
| MỤC LỤC .....                                                                                                                         | v    |
| DANH MỤC BẢNG BIỂU SỐ LIỆU .....                                                                                                      | vi   |
| DANH MỤC HÌNH ẢNH .....                                                                                                               | vii  |
| KẾT CẤU ĐỀ TÀI .....                                                                                                                  | viii |
| CHƯƠNG 1: MỘT SỐ CƠ SỞ LÝ LUẬN CƠ BẢN VỀ HOẠT ĐỘNG THU MUA CỦA DOANH NGHIỆP .....                                                     | 1    |
| 1.1. Quản trị chuỗi cung ứng .....                                                                                                    | 1    |
| 1.1.1. Định nghĩa về chuỗi cung ứng .....                                                                                             | 1    |
| 1.1.2. Quản trị chuỗi cung ứng .....                                                                                                  | 1    |
| 1.1.3. Những nhân tố tác động đến việc tối đa hoá toàn bộ chuỗi cung ứng .....                                                        | 1    |
| 1.2. HOẠT ĐỘNG THU MUA .....                                                                                                          | 3    |
| 1.2.1. Định nghĩa .....                                                                                                               | 3    |
| 1.2.2. Năm mục tiêu của thu mua .....                                                                                                 | 4    |
| 1.2.3. Quy trình thu mua .....                                                                                                        | 5    |
| 1.2.3. Các phần mềm hỗ trợ hoạt động thu mua .....                                                                                    | 12   |
| CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG THU MUA TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN THIẾT KẾ VÀ THI CÔNG NỘI THẤT NGÔI SAO LONG NGUYỄN – SAFURCO ĐÀ NẴNG ..... | 15   |
| 2.1. Tổng quan về công ty .....                                                                                                       | 15   |
| 2.1.1. Giới thiệu chung. ....                                                                                                         | 15   |
| 2.1.2. Quá trình hình thành và phát triển công ty .....                                                                               | 15   |
| 2.1.3. Sơ đồ bộ máy quản lý công ty .....                                                                                             | 16   |
| 2.1.4. Chức năng và nhiệm vụ.....                                                                                                     | 16   |
| 2.1.5. Sản phẩm kinh doanh. ....                                                                                                      | 18   |
| 2.2. Các yếu tố môi trường vi mô, vĩ mô tác động đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.....                                       | 22   |
| 2.2.1. Các yếu tố vi mô.....                                                                                                          | 22   |
| 2.2.2. Các yếu tố vĩ mô.....                                                                                                          | 27   |
| 2.3. Các nguồn lực của DN ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh.....                                                                     | 29   |
| 2.4. Tình hình kinh doanh.....                                                                                                        | 34   |
| 2.5. Thực trạng hoạt động thu mua tại công ty.....                                                                                    | 37   |
| 2.5.1. Các mặt hàng cần thu mua tại công ty .....                                                                                     | 37   |
| 2.5.2. Quy trình thu mua của công ty .....                                                                                            | 37   |

|                                                                                                                                                               |                                                                                |           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.5.2.1.                                                                                                                                                      | Xác Định Nhu Cầu Mua Hàng .....                                                | 39        |
| 2.5.2.2.                                                                                                                                                      | Tìm Kiếm Và Đánh Giá Nhà Cung Cấp (NCC) .....                                  | 41        |
| 2.5.2.3.                                                                                                                                                      | Đàm Phán & ký kết hợp đồng .....                                               | 45        |
| 2.5.2.4.                                                                                                                                                      | Theo Dõi Đơn Hàng và Kiểm Tra Chất Lượng .....                                 | 46        |
| 2.5.2.5.                                                                                                                                                      | Nghiệm Thu Và Hoàn Tất Thanh Toán .....                                        | 47        |
| 2.5.3.                                                                                                                                                        | Đánh giá hiệu quả hoạt động thu mua hiện tại của công ty .....                 | 48        |
| 2.6.                                                                                                                                                          | Kết luận chung về hoạt động thu mua của công ty .....                          | 49        |
| 2.6.1.                                                                                                                                                        | Ưu điểm. ....                                                                  | 49        |
| 2.6.2.                                                                                                                                                        | Nhược điểm. ....                                                               | 50        |
| 2.6.3.                                                                                                                                                        | Nguyên nhân .....                                                              | 51        |
| <b>CHƯƠNG 3: ĐỀ XUẤT MỘT SỐ GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN HOẠT ĐỘNG THU MUA CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN THIẾT KẾ VÀ THI CÔNG NỘI THẤT NGÔI SAO LONG NGUYỄN - SAFURCO. ....</b> |                                                                                | <b>53</b> |
| 3.1.                                                                                                                                                          | Cơ sở đề xuất giải pháp.....                                                   | 53        |
| 3.2.                                                                                                                                                          | Một số giải pháp hoàn thiện hoạt động thu mua tại công ty .....                | 54        |
| 3.2.1.                                                                                                                                                        | Xây dựng phương án dự phòng rủi ro.....                                        | 54        |
| 3.2.1.1.                                                                                                                                                      | <i>Xây dựng danh sách nhà cung cấp dự phòng:</i> .....                         | 54        |
| 3.2.1.2.                                                                                                                                                      | <i>Xây dựng “quy trình phản ứng nhanh” khi xảy ra đứt gãy nguồn cung:</i>      | 57        |
| 3.2.2.                                                                                                                                                        | Giải pháp nâng cao hiệu quả tìm kiếm nhà cung cấp trong các giai đoạn cao điểm | 59        |
| 3.2.2.1.                                                                                                                                                      | <i>Chuẩn bị kế hoạch thu mua cho các giai đoạn cao điểm .....</i>              | 59        |
| 3.2.2.2.                                                                                                                                                      | <i>Tăng tính chủ động trong giao tiếp với nhà cung cấp:.....</i>               | 59        |
| 3.2.2.3.                                                                                                                                                      | <i>Ứng dụng công nghệ vào quản trị thu mua .....</i>                           | 60        |
| 3.2.3.                                                                                                                                                        | Chuẩn hóa bộ tiêu chí đánh giá hiệu suất nhà cung cấp: .....                   | 62        |
| 3.2.4.                                                                                                                                                        | Phát triển mối quan hệ với nhà cung cấp .....                                  | 65        |
| <b>KẾT LUẬN .....</b>                                                                                                                                         |                                                                                | <b>69</b> |

## DANH MỤC BẢNG BIỂU SỐ LIỆU

|           |                                                             |    |
|-----------|-------------------------------------------------------------|----|
| Bảng 1.1: | Quy trình thu mua .....                                     | 7  |
| Bảng 2.1: | Bảng so sánh các đối thủ cạnh tranh .....                   | 25 |
| Bảng 2.2: | Nguồn nhân lực.....                                         | 31 |
| Bảng 2.3: | Bảng cân đối kế toán trong giai đoạn 2021 đến 2023 .....    | 32 |
| Bảng 2.4: | Phân tích tài sản và nguồn vốn giai đoạn 2021 đến 2023..... | 32 |
| Bảng 2.5: | Kết quả hoạt động kinh doanh giai đoạn 2021 đến 2023.....   | 34 |

|                                                                                         |           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Bảng 2.6: Phân tích tình hình hoạt động kinh doanh giai đoạn 2021 đến 2023 .....</b> | <b>35</b> |
| <b>Bảng 2.7: Quy trình thu mua của công ty Safurco.....</b>                             | <b>38</b> |
| <b>Bảng 3.1: Quy trình phản ứng nhanh.....</b>                                          | <b>57</b> |
| <b>Bảng 3.2: Các phần mềm hỗ trợ trong hoạt động thu mua.....</b>                       | <b>61</b> |
| <b>Bảng 3.2: Bộ tiêu chí đánh giá các nhà cung cấp.....</b>                             | <b>63</b> |
| <b>Bảng 3.3: Bộ tiêu chí đánh giá nhà cung cấp mới .....</b>                            | <b>65</b> |

## **DANH MỤC HÌNH ẢNH**

|                                                                          |           |
|--------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Hình 2.1. Sơ đồ tổ chức của Safurco.....</b>                          | <b>16</b> |
| <b>Hình 2.2: Dự án UBND huyện Phước Sơn .....</b>                        | <b>19</b> |
| <b>Hình 2.3: Dự án bệnh viện đa khoa Quảng Nam.....</b>                  | <b>19</b> |
| <b>Hình 2.4: Dự án khách sạn DANACITI .....</b>                          | <b>20</b> |
| <b>Hình 2.5: Dự án chi nhánh FPT Huế.....</b>                            | <b>20</b> |
| <b>Hình 2.6: Hình ảnh thi công biệt thự nhà phố.....</b>                 | <b>21</b> |
| <b>Hình 2.7: Dự án nhà hàng BBQ SEOMIN.....</b>                          | <b>21</b> |
| <b>Hình 2.8: Phiếu đề nghị mua hàng/vật tư (Lam Sóng) .....</b>          | <b>40</b> |
| <b>Hình 2.9: Hình ảnh vật liệu mẫu đính kèm.....</b>                     | <b>40</b> |
| <b>Hình 2.10: Phiếu đề nghị mua hàng/vật tư (giường bọc da).....</b>     | <b>41</b> |
| <b>Hình 2.11: Hình ảnh bản vẽ thiết kế đính kèm .....</b>                | <b>41</b> |
| <b>Hình 2.12: Hình ảnh báo cáo của thực tập sinh trên nhóm Zalo.....</b> | <b>44</b> |
| <b>Hình 2.13: Giấy đề nghị thanh toán.....</b>                           | <b>46</b> |
| <b>Hình 3.1: Mẫu hợp đồng khung trong mua bán hàng hóa .....</b>         | <b>54</b> |

## **KẾT CẤU ĐỀ TÀI**

Đề tài khóa luận gồm 3 chương:

Chương 1: Một số cơ sở lý luận cơ bản về hoạt động thu mua của doanh nghiệp

Chương 2: Thực trạng hoạt động thu mua tại Công Ty Cổ Phần Thiết Kế Và Thi Công Nội Thất Ngôi Sao Long Nguyễn – Safurco Đà Nẵng

Chương 3: Đề xuất một số giải pháp hoàn thiện hoạt động thu mua của Công Ty Cổ Phần Thiết Kế Và Thi Công Nội Thất Ngôi Sao Long Nguyễn - Safurco

## **CHƯƠNG 1: MỘT SỐ CƠ SỞ LÝ LUẬN CƠ BẢN VỀ HOẠT ĐỘNG THU MUA CỦA DOANH NGHIỆP**

### **1.1. Quản trị chuỗi cung ứng**

#### **1.1.1. Định nghĩa về chuỗi cung ứng**

Chuỗi cung ứng bao gồm tất cả các doanh nghiệp tham gia, một cách trực tiếp hay gián tiếp trong việc đáp ứng nhu cầu khách hàng, thể hiện sự dịch chuyển nguyên vật liệu xuyên suốt quá trình từ nhà cung cấp ban đầu đến khách hàng cuối cùng.

Các thành viên của chuỗi cung ứng có thể bao gồm:

- Nhà sản xuất
- Nhà cung cấp
- Công ty vận tải
- Nhà kho
- Nhà phân phối
- Khách hàng

#### **1.1.2. Quản trị chuỗi cung ứng**

Quản trị chuỗi cung ứng là tập hợp những phương thức sử dụng nhà cung cấp, người sản xuất, hệ thống kho bãi và các cửa hàng một cách tích hợp và hiệu quả, nhằm phân phối hàng hóa sản xuất đến đúng địa điểm, đúng lúc với đúng yêu cầu về chất lượng, với mục đích giảm thiểu chi phí toàn hệ thống trong khi vẫn thỏa mãn những yêu cầu về mức độ phục vụ.

#### **1.1.3. Những nhân tố tác động đến việc tối đa hoá toàn bộ chuỗi cung ứng**

##### **a. Tính phức tạp**

Chuỗi cung ứng là một mạng lưới phức tạp những cơ sở phân tán trên một khu vực địa lý rộng, và trong nhiều trường hợp, trên phạm vi toàn cầu. Hơn nữa, mỗi khu vực địa lý lại có những đặc điểm riêng của nó, nhu cầu của từng vùng cũng khác nhau trên cơ sở khác biệt về văn hóa, tập quán và thói quen tiêu dùng. Vì thế để gia tăng giá trị và cải thiện hiệu suất của chuỗi cung ứng đòi hỏi những nhà quản trị phụ trách công tác này phải chú ý và phân tích kỹ tính phức tạp cố hữu của chuỗi.

##### **b. Sự khác biệt về mục tiêu**

Các đơn vị khác nhau trong chuỗi cung ứng thường có những mục tiêu khác biệt và đôi khi mâu thuẫn nhau. Ví dụ, các nhà cung cấp đơn thuần muốn nhà sản xuất cam kết mua số lượng lớn và ổn định với thời hạn giao hàng linh hoạt. Đáng tiếc là dù cho

hầu hết các nhà sản xuất muốn chu kỳ sản xuất dài, họ vẫn cần phải linh hoạt đối với nhu cầu của khách hàng và những thay đổi từ nhu cầu. Vì vậy, mục tiêu của nhà cung cấp trực tiếp mâu thuẫn với mong muốn của người sản xuất đối với sự linh hoạt. Tương tự, mục tiêu của nhà sản xuất là sản xuất theo lô lớn sẽ mâu thuẫn với mục tiêu của các kho hàng và các trung tâm phân phối nhằm giảm thiểu chi phí tồn kho. Mục tiêu giảm thiểu mức độ tồn kho của các kho bãi và trung tâm phân phối dẫn đến việc gia tăng chi phí vận chuyển và điều này khiến cho tình hình tồi tệ hơn.

c. Tính thay đổi theo thời gian

Chuỗi cung ứng là một hệ thống năng động phát triển theo thời gian. Không chỉ nhu cầu của khách hàng và khả năng của nhà cung cấp thay đổi theo thời gian, mà mối quan hệ chuỗi cung ứng cũng tiến triển theo thời gian.

Hệ thống biến đổi theo thời gian cũng là một khó khăn đáng kể. Thậm chí ngay khi nhu cầu xác định một cách chính xác (ví dụ nhu cầu từ các hợp đồng đã ký kết), tiến trình hoạch định cần cân nhắc đến những thông số nhu cầu và chi phí thay đổi theo thời gian do tác động của yếu tố thời vụ, các khuynh hướng mới, chiến dịch quảng cáo và cổ động, các chiến lược giá của đối thủ cạnh tranh, và ... Sự thay đổi của các thông số nhu cầu và chi phí đã gây khó khăn khi xác định chiến lược chuỗi cung ứng hiệu quả nhất, đó là yêu cầu khách quan về một chiến lược sẽ tối thiểu hóa chi phí toàn bộ hệ thống nhưng vẫn đáp ứng những yêu cầu của khách hàng.

d. Thách thức của cân bằng cung và cầu

Thách thức này xuất phát từ thực tế là người ta thường sử dụng dữ liệu nhu cầu các tháng trước đã biết để xác định mức độ sản xuất cụ thể. Điều này hàm chứa những rủi ro cao về cung ứng và tài chính. Hơn nữa, dự báo luôn chứa đựng các yếu tố không chắc chắn vì vậy sẽ rất khó khăn cho việc cân đối giữa nhu cầu thực tế và nguồn cung của doanh nghiệp. Doanh nghiệp cố gắng thỏa mãn nhu cầu tối đa của khách hàng, tuy nhiên nếu sản xuất quá lượng nhu cầu cần thiết sẽ làm tăng chi phí do phải bảo quản tồn kho và chi phí này càng cao đối với những sản phẩm mang tính thời vụ. Mặt khác, nếu doanh nghiệp sản xuất thấp hơn so với nhu cầu có thể làm giảm đáng kể doanh thu do một lượng nhu cầu không được đáp ứng và điều này có thể hạ thấp uy tín của doanh nghiệp trên thương trường.

e. Thách thức về sự thay đổi mức tồn kho và đặt hàng

Mức tồn kho và đặt hàng lại thay đổi xuyên suốt chuỗi cung ứng, thậm chí ngay khi nhu cầu khách hàng về một sản phẩm cụ thể là không khác biệt đáng kể. Bởi vì, mỗi thực thể trong chuỗi cung ứng hoạt động theo định hướng mục tiêu của riêng mình nên có sự chênh lệch về nhu cầu của nó. Hơn nữa, mỗi đối tượng sẽ tiếp cận nguồn thông tin theo những cách khác nhau. Những nguyên nhân chủ quan lẫn khách quan làm cho nguồn thông tin này sai lệch và tạo ra hiệu ứng Bullwhip.

f. Thách thức về khả năng của dự báo chính xác

Thực ra, “dự báo thì luôn luôn sai”. Chúng ta không thể dự báo chính xác nhu cầu về một chi tiết cụ thể, ngay cả với những kỹ thuật dự báo tân tiến nhất. Hơn nữa, bất kỳ một kỹ thuật dự báo nào cũng dựa trên những số liệu quá khứ và giả định rằng những sự kiện tương lai sẽ tuân theo một quy luật nào đó. Tuy nhiên điều này không phải bao giờ cũng đúng đặc biệt trong môi trường luôn thay đổi như hiện nay. Vì thế, chúng ta dễ dàng nhận thấy rằng đi kèm với bất kỳ công cụ hoặc kỹ thuật dự báo nào cũng với độ tin cậy. Khả năng dự báo càng làm tăng thêm thách thức cho công tác quản trị chuỗi cung ứng.

g. Thách thức của sự không chắc chắn

Sự không chắc chắn không chỉ xuất phát từ nhu cầu tương lai mà còn do nhiều yếu tố khác như thời gian giao hàng, sản lượng sản xuất, thời gian vận chuyển và sự sẵn sàng của các bộ phận.... Khi chuỗi cung ứng càng lớn và phân bố trên phạm vi rộng lớn nó càng chịu ảnh hưởng nhiều của những bất trắc từ thiên nhiên và chính con người có tác động to lớn. Không thể bị loại bỏ sự không chắc chắn, điều quan trọng là chúng ta phải tìm nhiều cách tiếp cận hợp lý để tối thiểu hóa tác động của tính không chắc chắn trong chuỗi cung ứng. Chúng ta sẽ xác định các chiến lược mà những đối tác trong chuỗi cung ứng có thể áp dụng để duy trì, hoặc gia tăng mức độ phục vụ ngay trong điều kiện không chắc chắn.

## **1.2. HOẠT ĐỘNG THU MUA**

### **1.2.1. Định nghĩa**

#### ***1.2.1.1. Mua hàng và việc thu mua***

Mua hàng là một trong những chức năng cơ bản, không thể thiếu của mọi tổ chức. Mua hàng gồm những hoạt động liên quan đến việc mua nguyên vật liệu, máy móc, trang thiết bị... để phục vụ cho hoạt động của tổ chức.

Các hoạt động đó bao gồm:

- Phối hợp với các phòng ban, bộ phận để xác định nhu cầu nguyên vật liệu, máy móc cần cung cấp.

- Tổng hợp nhu cầu của toàn bộ tổ chức, xác định lượng hàng hóa thực sự cần mua
- Xác định các nhà cung cấp tiềm năng
- Thực hiện các nghiên cứu thị trường cho những nguyên vật liệu quan trọng
- Đàm phán với nhà cung cấp tiềm năng
- Phân tích các đề nghị
- Lựa chọn nhà cung cấp
- Soạn thảo đơn đặt hàng/ hợp đồng
- Thực hiện hợp đồng và giải quyết các vướng mắc
- Thống kê theo dõi các số liệu mua hàng

Chức năng chính của Bộ phận Mua hàng là hỗ trợ doanh nghiệp trong việc xác định, lựa chọn và mua sắm các vật liệu và dịch vụ cần thiết. Bộ phận Mua hàng cố gắng thực hiện nhiệm vụ này một cách kinh tế nhất có thể, trong phạm vi các tiêu chuẩn chất lượng và dịch vụ có thể chấp nhận được, đồng thời tuân thủ đạo đức nghề nghiệp và các thực tiễn kinh doanh tốt nhất trong suốt quá trình.

#### ***1.2.1.2. Tầm quan trọng của hoạt động thu mua***

Thu mua hình thành mối liên kết cơ bản giữa các tổ chức trong chuỗi cung ứng, và nó cung cấp cơ chế cho việc phối hợp các dòng nguyên vật liệu giữa khách hàng và nhà cung ứng.

Việc thu mua không chỉ quan trọng, mà nó còn chiếm một phần chi tiêu lớn. Do vậy việc thu mua chịu trách nhiệm một cách trực tiếp đối với phần lớn chi tiêu của công ty, và chỉ một cải tiến nhỏ ở khâu này cũng đem lại lợi ích đáng kể. Trong những năm gần đây vị trí của công tác thu mua trở nên rộng hơn và trở thành một chức năng cơ bản có thể kiểm soát hầu hết chi tiêu của tổ chức.

#### **1.2.2. Năm mục tiêu của thu mua**

##### **Mục tiêu 1: Đảm bảo nguồn cung (Supply Assurance):**

Thu mua phải đảm bảo cung cấp đầy đủ, liên tục các nguyên vật liệu, dịch vụ, linh kiện, bán thành phẩm, và dịch vụ sửa chữa, bảo trì để đáp ứng nhu cầu vận hành của khách hàng nội bộ. Ngoài ra, phải đảm bảo sản phẩm/dịch vụ được mua đúng chất lượng, đúng số lượng, đúng thời gian, đúng nhà cung cấp, và đúng địa điểm yêu cầu.

**Mục tiêu 2: Quản lý hiệu quả quy trình Mua hàng - Thanh toán (Manage the Procure-to-Pay Process Efficiently and Effectively):**

Thu mua cần tối ưu hóa quy trình nội bộ bằng cách xác định nhu cầu nhân sự, quản lý ngân sách, đào tạo phát triển đội ngũ nhân viên và áp dụng các hệ thống công nghệ hỗ trợ mua hàng. Mục tiêu là giảm chi phí, nâng cao tính minh bạch, cải thiện tốc độ thanh toán và mức độ hài lòng của các bộ phận sử dụng.

**Mục tiêu 3: Quản lý hiệu quả hiệu suất nhà cung cấp (Supplier Performance Management):**

Thu mua cần lựa chọn nhà cung cấp phù hợp, duy trì mối quan hệ bền vững, phát triển năng lực của các nhà cung cấp hiện tại, và thay thế các nhà cung cấp không đáp ứng yêu cầu. Đồng thời, thường xuyên đánh giá hiệu suất nhà cung cấp để thúc đẩy cải tiến liên tục về chất lượng, chi phí, công nghệ và khả năng phát triển sản phẩm mới.

**Mục tiêu 4: Phát triển các mục tiêu liên kết với các bên liên quan nội bộ (Develop Aligned Goals with Internal Stakeholders):**

Thu mua phải làm việc chặt chẽ với các bộ phận chức năng nội bộ như sản xuất, marketing, R&D, tài chính... để đảm bảo các hoạt động mua hàng phù hợp với chiến lược và nhu cầu cụ thể của từng bộ phận. Thu mua cần hiểu rõ yêu cầu của từng phòng ban để hỗ trợ hiệu quả hơn cho các kế hoạch sản phẩm, chiến dịch tiếp thị, hoặc các mục tiêu cải tiến sản xuất.

**Mục tiêu 5: Xây dựng chiến lược cung ứng tích hợp với mục tiêu kinh doanh (Develop Integrated Supply Strategies That Support Business Goals and Objectives):**

Thu mua phải tham gia vào quá trình hoạch định chiến lược kinh doanh, cung cấp thông tin thị trường, dự báo giá cả, đánh giá rủi ro chuỗi cung ứng, và xây dựng các phương án nguồn cung linh hoạt. Điều này giúp doanh nghiệp đạt được mục tiêu tăng trưởng dài hạn, tối ưu hóa chi phí vận hành và nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường toàn cầu.

**1.2.3. Quy trình thu mua**

Quy trình thu mua là một chuỗi các hoạt động được thiết lập mà doanh nghiệp cần thực hiện khi mua sắm bất kỳ sản phẩm hoặc dịch vụ nào. Quy trình này được xây dựng với mục đích tối ưu hóa giá trị hàng hóa, tiết kiệm chi phí và đạt hiệu quả mua hàng tối đa.

Quy trình mua hàng rõ ràng là một công cụ quan trọng giúp doanh nghiệp tối ưu hóa hoạt động mua sắm, tiết kiệm chi phí, nâng cao hiệu quả và giảm thiểu rủi ro. Doanh nghiệp cần xây dựng quy trình mua hàng rõ ràng vì những lý do sau:

- Tối ưu hóa giá trị hàng hóa, tiết kiệm chi phí mua hàng

Quy trình mua hàng rõ ràng giúp doanh nghiệp xác định rõ nhu cầu mua sắm, từ đó lựa chọn nhà cung cấp phù hợp với giá cả cạnh tranh và chất lượng đảm bảo. Việc theo dõi và giám sát chặt chẽ trong suốt quá trình mua hàng giúp doanh nghiệp kiểm soát được chi phí và tránh lãng phí.

- Nâng cao hiệu quả hoạt động mua hàng

Quy trình mua hàng khoa học giúp các hoạt động mua sắm được thực hiện một cách trật tự, logic, hạn chế tối đa sai sót và thất thoát. Việc phân công trách nhiệm rõ ràng cho từng bộ phận giúp đẩy nhanh tiến độ mua hàng và đảm bảo đúng thời gian.

- Đảm bảo chất lượng sản phẩm/dịch vụ mua vào

Quy trình mua hàng quy định rõ ràng về tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm/dịch vụ, giúp doanh nghiệp lựa chọn được nhà cung cấp uy tín và đảm bảo chất lượng hàng hóa đầu vào. Việc kiểm tra chất lượng sản phẩm/dịch vụ khi nhận hàng giúp doanh nghiệp phát hiện và xử lý kịp thời các sai sót, đảm bảo chất lượng sản phẩm/dịch vụ cung cấp cho khách hàng.

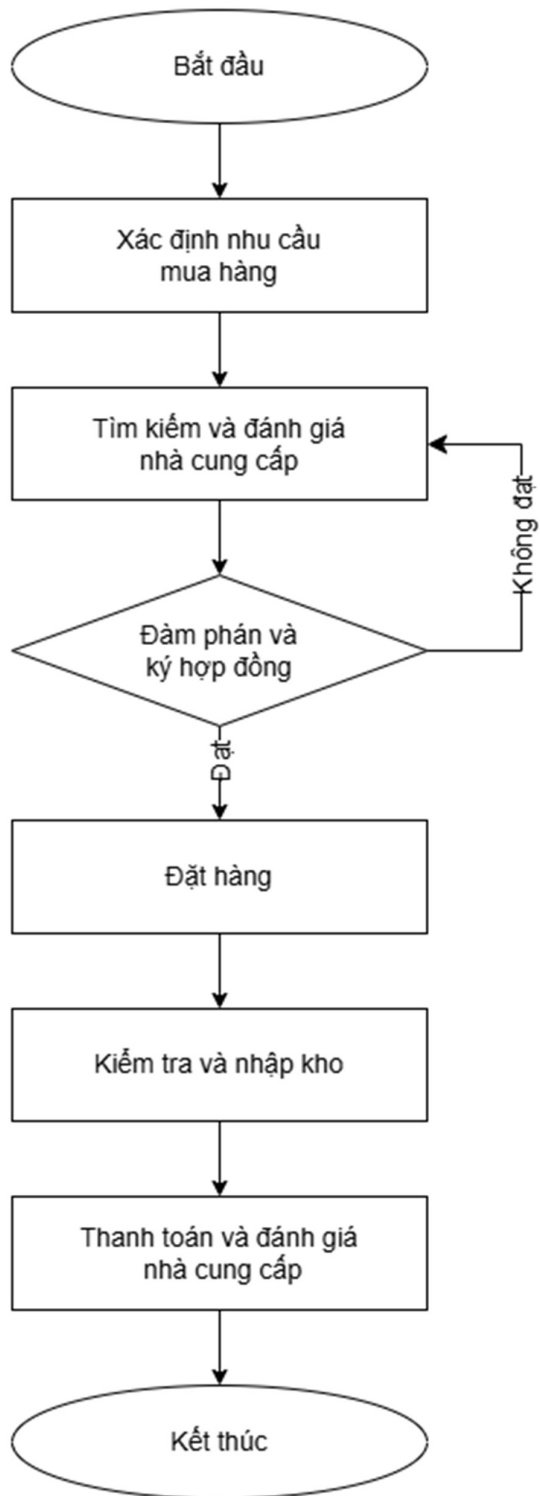
- Tăng cường tính minh bạch trong hoạt động mua hàng

Quy trình mua hàng rõ ràng giúp các hoạt động mua sắm được thực hiện một cách minh bạch, công khai, tránh các trường hợp tham nhũng, hối lộ. Việc lưu trữ đầy đủ hồ sơ chứng từ liên quan đến hoạt động mua hàng giúp doanh nghiệp dễ dàng kiểm tra, truy xuất nguồn gốc khi cần thiết.

- Giảm thiểu rủi ro trong hoạt động mua hàng

Quy trình mua hàng giúp doanh nghiệp xác định và đánh giá các rủi ro tiềm ẩn trong hoạt động mua sắm, từ đó có biện pháp phòng ngừa hiệu quả. Việc ký kết hợp đồng rõ ràng với nhà cung cấp giúp doanh nghiệp bảo vệ quyền lợi của mình trong trường hợp xảy ra tranh chấp.

Bảng 1.1: Quy trình thu mua



#### 1.2.3.1. Xác Định Nhu Cầu Mua Hàng

- Kiểm tra tồn kho, đơn đặt hàng từ khách hàng:

Việc kiểm tra tồn kho giúp doanh nghiệp biết được lượng nguyên liệu, linh kiện còn lại, tránh mua hàng dư thừa gây lãng phí. Đồng thời, đối chiếu với đơn đặt hàng từ khách hàng giúp xác định số lượng cần thiết để sản xuất, tránh thiếu hụt nguyên liệu làm chậm tiến độ. Các doanh nghiệp thường sử dụng phần mềm quản lý kho (ERP) để kiểm tra số lượng chính xác, hạn chế sai sót. Nếu đơn hàng lớn hoặc có sản phẩm thiết kế riêng, cần xem xét khả năng cung ứng của các nhà cung cấp trước khi xác nhận với khách hàng.

- Phối hợp với bộ phận thiết kế, bộ phận bán hàng và bộ phận sản xuất để xác định nguyên liệu, linh kiện cần mua:

Bộ phận thu mua cần làm việc chặt chẽ với phòng thiết kế để hiểu rõ loại vật liệu phù hợp với yêu cầu sản phẩm. Ví dụ, ghế sofa có thể cần khung gỗ sồi, nệm mút, vải bọc cao cấp... Bộ phận sản xuất sẽ cung cấp thông tin về các yêu cầu kỹ thuật như độ dày gỗ, loại keo dán, hay màu sắc vải để đảm bảo đúng tiêu chuẩn. Việc phối hợp này giúp tránh trường hợp đặt sai nguyên liệu hoặc không tương thích với quy trình sản xuất.

- Lập danh sách hàng hóa cần mua, kèm số lượng và tiêu chuẩn chất lượng:

Danh sách này cần chi tiết từng loại nguyên liệu, hàng hóa, dịch vụ. Mỗi mặt hàng phải đi kèm thông tin về số lượng dự kiến, đơn vị tính và tiêu chuẩn chất lượng tối thiểu. Việc lập danh sách giúp bộ phận mua hàng làm việc với nhà cung cấp nhanh chóng, chính xác, tránh thất thoát.

#### **1.2.3.2. Tìm Kiếm Và Đánh Giá Nhà Cung Cấp**

- Tìm kiếm nhà cung cấp tiềm năng

- Yêu cầu báo giá (RFQ) từ nhiều nhà cung cấp:

Việc yêu cầu báo giá từ ít nhất 3–5 nhà cung cấp giúp so sánh mức giá, chính sách chiết khấu và điều kiện thanh toán. Báo giá phải chi tiết, bao gồm giá đơn vị, phí vận chuyển, thuế và các chi phí phát sinh. Ngoài ra, cần yêu cầu mẫu nguyên liệu để kiểm tra thực tế trước khi ra quyết định mua hàng.

- Đánh giá và lựa chọn nhà cung cấp:

Đánh giá dựa trên giá cả, chất lượng, thời gian giao hàng, uy tín và chính sách hậu mãi. Không nên chỉ chọn nhà cung cấp có giá rẻ nhất mà phải cân nhắc chất lượng vật liệu, khả năng cung ứng và chế độ bảo hành. Nhà cung cấp uy tín thường có hồ sơ khách hàng tốt, cam kết rõ ràng về thời gian giao hàng và sẵn sàng hỗ trợ nếu có sự cố.

#### **(1). Các nhà cung ứng chất lượng**

- Các tiêu chí lựa chọn nhà cung ứng
- Đảm bảo về mặt tài chính với triển vọng lâu dài
- Có khả năng và năng lực để cung ứng các nguyên vật liệu cần thiết
- Cung ứng một cách chính xác những nguyên vật liệu yêu cầu
- Gửi các nguyên vật liệu với chất lượng cao được bảo đảm
- Cung ứng đúng thời hạn, đáng tin cậy với thời gian ngắn
- Định mức giá và các thỏa thuận về tài chính chấp nhận được
- Nhạy bén với những nhu cầu và thay đổi của khách hàng
- Có kinh nghiệm và chuyên gia về các sản phẩm của mình
- Có danh tiếng tốt
- Sử dụng các hệ thống thu mua dễ sử dụng và thuận tiện
- Đã từng sử dụng thành công trong quá khứ và có thể phát triển mối quan hệ dài

hạn

Trong các bối cảnh khác nhau, nhiều yếu tố khác có thể quan trọng, như vị trí thuận tiện, khả năng đáp ứng các yêu cầu đa dạng...

***Cách hữu hiệu để lựa chọn nhà cung ứng tốt nhất cho một sản phẩm bao gồm các bước sau:***

- Tìm kiếm các nhà cung ứng khác nhau
- Xây dựng danh sách gồm nhiều nhà cung ứng có chất lượng có thể cung ứng sản phẩm
- So sánh các nhà cung ứng trong danh sách và loại bỏ những nhà cung ứng, vì bất kỳ lý do gì, ít phù hợp
- Tiếp tục loại bỏ những nhà cung ứng cho đến khi bạn có một danh sách ngắn hơn (thường bốn hoặc năm) những nhà cung ứng hứa hẹn nhất.
- Chuẩn bị bảng yêu cầu, hoặc yêu cầu bảng chào giá, và gửi nó cho các nhà cung ứng còn lại trong danh sách
- Nhận đơn xin đấu thầu từ các nhà cung ứng
- Thực hiện việc đánh giá sơ bộ các nhà thầu và loại bỏ những nhà cung ứng có vấn đề quan trọng
- Thực hiện việc đánh giá về mặt kỹ thuật để biết liệu các sản phẩm có đáp ứng được tất cả các yêu cầu chuyên biệt không

- Thực hiện việc đánh giá về mặt kinh tế để so sánh chi phí và các điều kiện khác
- Sắp xếp các cuộc họp để thảo luận về việc đấu thầu với các nhà cung ứng còn lại
- Thảo luận các điều kiện đấu thầu, theo đó những điều kiện cụ thể phải được thống nhất
- Lựa chọn nhà cung ứng phù hợp nhất để đặt hàng
- Sắp xếp một cuộc họp trước khi ký kết để đưa ra tất cả những chi tiết bổ sung sau cùng
- Giao đơn đặt hàng cho nhà cung ứng được chọn

## ***(2). Số lượng nhà cung ứng***

### **Lợi ích của việc chỉ sử dụng một nguồn cung ứng duy nhất:**

- Mỗi quan hệ chặt chẽ hơn giữa khách hàng và nhà cung ứng, thường được hình thành dưới dạng liên minh hoặc đối tác
- Cam kết của các bên để mối quan hệ thành công
- Kinh tế theo quy mô và giảm giá cho đơn hàng số lượng lớn
- Truyền thông dễ dàng, thủ tục quản lý đơn giản và giảm thiểu cho các đơn hàng lặp lại
- Ít có sự biến động về nguyên vật liệu và việc cung ứng chúng
- Dễ giữ các yêu cầu, các điều kiện... một cách bí mật

### **Các lợi thế của việc sử dụng nhiều nguồn cung ứng**

- Sự cạnh tranh giữa các nhà cung ứng làm giảm giá
- Có ít rủi ro gián đoạn việc cung ứng, vấn đề này có thể tránh được bằng cách chuyển sang nhà cung ứng khác
- Có thể dễ dàng giải quyết vấn đề nhu cầu đa dạng
- Liên quan đến nhiều tổ chức có thể cho phép tiếp cận với thông tin và kiến thức rộng hơn Khuyến khích đổi mới và cải tiến nhiều hơn
- Không dựa vào việc tin tưởng một tổ chức bên ngoài

## ***(3). Đánh giá năng lực của nhà cung ứng***

### **Phương pháp đánh giá năng lực**

- Khảo sát sơ bộ
- Phân tích tài chính
- Tham quan nhà máy của đối tác
- Phỏng vấn Điều tra

- Tiến hành cho điểm
- Lựa chọn

Cơ sở lựa chọn các nhà cung cấp tiềm năng là bảng xếp hạng các nhân tố ảnh hưởng

#### **1.2.3.3. Đàm Phán & Ký Hợp Đồng**

- Đàm phán về giá, điều khoản thanh toán, chiết khấu, bảo hành

Đây là bước quan trọng để đảm bảo doanh nghiệp nhận được giá tốt nhất mà vẫn đảm bảo chất lượng. Cần thương lượng mức giá dựa trên số lượng đặt hàng lớn, thời gian hợp tác dài hạn để có ưu đãi. Điều khoản thanh toán (trả trước, trả sau, tín dụng) cần rõ ràng, tránh rủi ro tài chính. Ngoài ra, cần đàm phán điều kiện bảo hành trong trường hợp nguyên vật liệu bị lỗi.

- Thống nhất phương thức giao hàng, bảo quản

Tùy loại nguyên liệu mà yêu cầu vận chuyển khác nhau. Thống nhất phương thức giao hàng giúp tránh thiệt hại hàng hóa và phát sinh chi phí ngoài ý muốn.

#### **1.2.3.4. Đặt Hàng (Purchase Order - PO)**

- Gửi đơn đặt hàng (PO) cho nhà cung cấp

PO là tài liệu chính thức xác nhận đơn hàng, ghi rõ mô tả sản phẩm, số lượng, giá cả, thời gian giao hàng và địa điểm nhận hàng. Đơn này giúp tránh sai sót và là cơ sở pháp lý để xử lý nếu có vấn đề xảy ra.

- Xác nhận PO và theo dõi tiến độ sản xuất từ nhà cung cấp

Sau khi gửi PO, cần theo dõi sát sao quá trình sản xuất, đặc biệt nếu nguyên liệu phải gia công theo yêu cầu riêng (cắt gỗ, in vải, pha màu sơn). Nếu thấy nhà cung cấp chậm tiến độ, cần có biện pháp xử lý sớm.

#### **1.2.3.5. Kiểm Tra & Nhập Kho**

- Kiểm tra số lượng, chất lượng sản phẩm khi nhận hàng
- Lập biên bản nhận hàng, ghi nhận vào hệ thống tồn kho

Sau khi kiểm tra, bộ phận kho lập biên bản ghi nhận số lượng thực nhận, tình trạng hàng hóa và nhập vào phần mềm quản lý kho để dễ dàng theo dõi.

#### **1.2.3.6. Thanh Toán & Đánh Giá Nhà Cung Cấp**

- Thanh toán theo điều khoản hợp đồng

Thanh toán có thể theo nhiều hình thức: trả trước (đối với đơn hàng đặc biệt), trả sau (nếu có quan hệ lâu dài), hoặc theo tiến độ giao hàng. Kiểm tra kỹ hóa đơn, chứng từ để đảm bảo tính chính xác trước khi thanh toán.

- Đánh giá nhà cung cấp về độ tin cậy, chất lượng, thời gian giao hàng

Sau mỗi đơn hàng, cần đánh giá hiệu suất của nhà cung cấp dựa trên các tiêu chí: chất lượng hàng hóa, đúng tiến độ, dịch vụ hỗ trợ, chính sách bảo hành. Nếu nhà cung cấp không đáp ứng yêu cầu, cần xem xét thay thế bằng đối tác khác.

### **1.2.3. Các phần mềm hỗ trợ hoạt động thu mua**

#### **a. Phần mềm hỗ trợ thu mua (Procurement Software)**

##### ***SAP Ariba***

- Hỗ trợ quản lý nhà cung cấp, đấu thầu, hợp đồng và đơn đặt hàng.
- Cung cấp báo cáo phân tích chi tiết về chi tiêu và hiệu suất thu mua.
- Giúp doanh nghiệp kiểm soát chi phí và nâng cao hiệu quả mua hàng.

##### ***Oracle Procurement Cloud***

- Giúp doanh nghiệp tự động hóa quy trình thu mua, từ yêu cầu mua hàng đến thanh toán.

- Tích hợp với các nhà cung cấp và tối ưu hóa việc quản lý hợp đồng.
- Hỗ trợ phân tích dữ liệu để tối ưu ngân sách và chiến lược mua hàng.

##### ***Coupa Procurement***

- Cung cấp nền tảng quản lý chi tiêu doanh nghiệp thông minh.
- Giúp theo dõi và phê duyệt đơn hàng dễ dàng.
- Cho phép tích hợp với các phần mềm kế toán như QuickBooks, SAP.

##### ***Kissflow Procurement Cloud***

- Tự động hóa quy trình mua sắm, phê duyệt đơn hàng và kiểm soát ngân sách.
- Giao diện trực quan, dễ sử dụng và có thể tùy chỉnh linh hoạt.
- Hỗ trợ quản lý danh sách nhà cung cấp và đánh giá hiệu suất.

##### ***Precoro***

- Phù hợp với doanh nghiệp vừa và nhỏ, giúp số hóa quy trình thu mua.
- Hỗ trợ tạo đơn hàng, quản lý ngân sách và theo dõi tình trạng thanh toán.
- Dễ dàng tích hợp với phần mềm kế toán như Xero, QuickBooks.

#### **b. Phần mềm quản lý kho hàng (Inventory Management Software)**

##### ***NetSuite Inventory Management***

- Giúp theo dõi lượng tồn kho theo thời gian thực.
- Hỗ trợ dự báo nhu cầu để tối ưu hóa nguồn hàng.
- Tích hợp với hệ thống kế toán và ERP.

#### ***Zoho Inventory***

- Quản lý hàng tồn kho, đơn hàng và lô hàng vận chuyển.
- Tích hợp với các nền tảng thương mại điện tử như Shopify, Amazon.
- Hỗ trợ tạo mã vạch, quét mã QR để kiểm soát kho chính xác hơn.

#### ***QuickBooks Commerce***

- Phù hợp cho doanh nghiệp vừa và nhỏ trong lĩnh vực bán lẻ và phân phối.
- Quản lý đơn hàng, kho hàng, nhà cung cấp và khách hàng.
- Tích hợp với Shopify, WooCommerce, Amazon và eBay.

#### ***Odoo Inventory***

- Mô-đun quản lý kho linh hoạt, phù hợp với nhiều ngành nghề.
- Hỗ trợ theo dõi số lô, số serial, quản lý nhiều kho cùng lúc.
- Dễ dàng tích hợp với các mô-đun khác như kế toán, mua hàng, bán hàng.

#### ***Fishbowl Inventory***

- Tích hợp với QuickBooks để tối ưu quản lý kho và tài chính.
- Hỗ trợ theo dõi hàng tồn kho theo nhiều địa điểm khác nhau.
- Hỗ trợ sản xuất, lắp ráp và quản lý đơn đặt hàng.

#### ***Cin7***

- Hỗ trợ quản lý hàng tồn kho đa kênh (cửa hàng, online, bán buôn).
- Tích hợp với các nền tảng thương mại điện tử như Shopify, Amazon.
- Hỗ trợ kiểm soát lô hàng, hạn sử dụng, SKU và barcode.

### **c. Phần mềm tích hợp quản lý thu mua và kho hàng**

Nếu doanh nghiệp cần một giải pháp tích hợp cả thu mua và quản lý kho, các phần mềm sau sẽ phù hợp:

- SAP Business One – Giải pháp ERP: giúp quản lý toàn bộ hoạt động doanh nghiệp, từ thu mua, quản lý kho, tài chính đến bán hàng.

- Oracle NetSuite ERP – Quản lý thu mua, kho hàng, kế toán và bán hàng trên một nền tảng duy nhất.

- Microsoft Dynamics 365 Supply Chain Management – Phù hợp cho doanh nghiệp lớn, hỗ trợ quản lý chuỗi cung ứng toàn diện.

- Odoo – Nền tảng ERP mã nguồn mở, có thể tùy chỉnh linh hoạt theo nhu cầu doanh nghiệp.

- Acumatica – Giải pháp quản lý doanh nghiệp toàn diện với tính năng quản lý kho, thu mua và tài chính.

## **CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG THU MUA TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN THIẾT KẾ VÀ THI CÔNG NỘI THẤT NGÔI SAO LONG NGUYỄN – SAFURCO ĐÀ NẴNG**

### **2.1. Tổng quan về công ty**

#### **2.1.1. Giới thiệu chung.**

|                                  |                                                                      |
|----------------------------------|----------------------------------------------------------------------|
| <b>Tên tiếng Việt</b>            | Công Ty Cổ Phần Thiết Kế và Thi Công Nội Thất Ngôi Sao Long Nguyễn   |
| <b>Tên viết tắt</b>              | Safurco                                                              |
| <b>Loại hình hoạt động</b>       | Công ty cổ phần ngoài NN                                             |
| <b>Mã số thuế</b>                | 0401961956                                                           |
| <b>Người đại diện pháp luật</b>  | Nguyễn Hoàng Long                                                    |
| <b>Cơ quan thuế quan quản lý</b> | Chi cục thuế khu vực Cẩm Lệ - Hòa Vang                               |
| <b>Ngày hoạt động</b>            | 18/3/2019                                                            |
| <b>Lĩnh vực hoạt động</b>        | Hoàn thiện công trình xây dựng                                       |
| <b>Địa chỉ trụ sở chính</b>      | Số 18 Lê Đại Hành, P. Khuê Trung, Q. Cẩm Lệ, TP. Đà Nẵng             |
| <b>Điện thoại</b>                | 0931 733 699 / 02363 633 799                                         |
| <b>Website</b>                   | <a href="http://www.safurco.com">www.safurco.com</a>                 |
| <b>Email</b>                     | <a href="mailto:infosaco.corp@gmail.com">infosaco.corp@gmail.com</a> |

#### **2.1.2. Quá trình hình thành và phát triển công ty**

Tiền thân Công Ty Cổ Phần Thiết Kế và Thi Công Nội Thất Ngôi Sao Long Nguyễn là Công Ty TNHH Nội Thất - Quảng Cáo Đại Nam Tín được thành lập vào năm 2009 chuyên hoạt động trong lĩnh vực nội thất và quảng cáo.

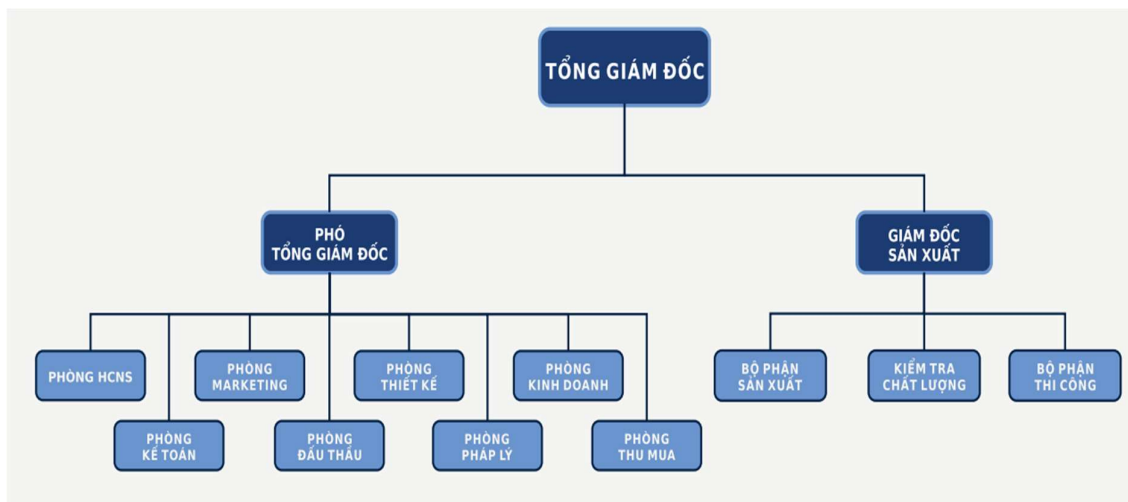
Với nhu cầu mở rộng quy mô, vào tháng 03/2019 đã thành lập Công Ty Cổ Phần Thiết Kế và Thi Công Nội Thất Ngôi Sao Long Nguyễn.

Sau hơn 10 năm hoạt động, bằng tâm huyết, kinh nghiệm của người đứng đầu và sự nhiệt tình, sáng tạo của đội ngũ nhân viên, Safurco được biết đến là một công ty chuyên sâu trong lĩnh vực tư vấn, thiết kế và sản xuất, thi công nội thất hàng đầu tại miền Trung, đặc biệt là tại khu vực Đà Nẵng. Với khẩu hiệu “Safurco – Giải pháp cho

không gian đẹp”, Safurco luôn mang đến những sản phẩm tiện ích, thẩm mỹ mang giá trị phù hợp với nhu cầu của từng Khách hàng.

MST: 0401961956 được cấp ngày 18/03/2019 tại Phòng ĐKKD - Sở KHĐT TP. Đà Nẵng

### 2.1.3. Sơ đồ bộ máy quản lý công ty



Hình 2.1. Sơ đồ tổ chức của Safurco

### 2.1.4. Chức năng và nhiệm vụ.

#### (1). Phòng Hành Chính – Nhân Sự (Hcns)

Chức năng: Quản lý công tác hành chính và nhân sự trong công ty.

Nhiệm vụ:

- Tuyển dụng, đào tạo và phát triển nguồn nhân lực.
- Quản lý chế độ lương thưởng, bảo hiểm và phúc lợi cho nhân viên.
- Xây dựng và thực hiện chính sách nội quy lao động.
- Quản lý tài sản, văn phòng phẩm và hồ sơ hành chính.

#### (2). Phòng Kế Toán (ACC)

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

Nhiệm vụ: Hạch toán kế toán, lập báo cáo tài chính.

- Theo dõi thu - chi, công nợ khách hàng, nhà cung cấp.
- Kiểm soát chi phí và đề xuất phương án tài chính tối ưu.
- Đảm bảo tuân thủ các quy định về thuế và kế toán.

#### (3). Phòng Marketing

Chức năng: Xây dựng và phát triển thương hiệu, quảng bá sản phẩm và dịch vụ.

Nhiệm vụ:

- Lập kế hoạch và triển khai chiến lược marketing.
- Quản lý kênh truyền thông, website, mạng xã hội.
- Xây dựng quan hệ với khách hàng, nghiên cứu thị trường.
- Hỗ trợ hoạt động bán hàng và phát triển thương hiệu.

#### **(4). Phòng Đấu Thầu**

Chức năng: Phụ trách công tác đấu thầu, tham gia các dự án nội thất.

Nhiệm vụ:

- Chuẩn bị hồ sơ dự thầu, tham gia đấu thầu các dự án.
- Phân tích, đánh giá điều kiện dự thầu.
- Phối hợp với các phòng ban để hoàn thiện hồ sơ pháp lý.
- Theo dõi tiến trình đấu thầu và thực hiện hợp đồng trúng thầu.

#### **(5). Phòng Thiết Kế**

Chức năng: Chịu trách nhiệm thiết kế, sáng tạo không gian nội thất theo yêu cầu khách hàng.

Nhiệm vụ:

- Lên ý tưởng, phát triển bản vẽ thiết kế nội thất.
- Phối hợp với bộ phận thi công để đảm bảo tính khả thi của thiết kế.
- Tư vấn, trình bày phương án thiết kế với khách hàng.
- Cập nhật xu hướng thiết kế mới.

#### **(6). Phòng Pháp Lý**

Chức năng: Đảm bảo các hoạt động của công ty tuân thủ pháp luật.

Nhiệm vụ:

- Tư vấn và soạn thảo hợp đồng, văn bản pháp lý.
- Giám sát tuân thủ quy định pháp luật trong hoạt động kinh doanh.
- Giải quyết tranh chấp và bảo vệ quyền lợi của công ty.
- Cập nhật chính sách, quy định pháp luật liên quan.

#### **(7). Phòng Kinh Doanh**

Chức năng: Phát triển khách hàng và doanh thu cho công ty.

Nhiệm vụ:

- Tìm kiếm, phát triển và chăm sóc khách hàng.
- Đàm phán, ký kết hợp đồng và theo dõi thực hiện.
- Xây dựng chiến lược kinh doanh và kế hoạch doanh thu.

- Hỗ trợ khách hàng sau bán hàng.

#### **(8). Phòng Thu Mua**

Chức năng: Đảm bảo cung ứng nguyên vật liệu, hàng hóa cho dự án.

Nhiệm vụ:

- Tìm kiếm và đánh giá nhà cung cấp.
- Đàm phán, ký kết hợp đồng mua hàng.
- Quản lý hàng hóa, nguyên vật liệu, kiểm soát chất lượng đầu vào.
- Theo dõi tình trạng hàng hóa, kiểm soát giá cả.

#### **(9). Bộ Phận Sản Xuất**

Chức năng: Chịu trách nhiệm sản xuất và gia công sản phẩm nội thất.

Nhiệm vụ:

- Lập kế hoạch và tổ chức sản xuất.
- Kiểm soát tiến độ, chất lượng sản phẩm.
- Quản lý máy móc, công cụ sản xuất.
- Đảm bảo an toàn lao động trong quá trình sản xuất.

#### **(10). Kiểm Tra Chất Lượng**

Chức năng: Đảm bảo sản phẩm đạt tiêu chuẩn chất lượng trước khi bàn giao.

Nhiệm vụ:

- Kiểm tra chất lượng nguyên vật liệu, sản phẩm nội thất.
- Đánh giá và kiểm soát quy trình sản xuất.
- Đưa ra giải pháp cải tiến chất lượng sản phẩm.
- Xử lý các vấn đề liên quan đến lỗi sản phẩm.

#### **(11). Bộ Phận Thi Công**

Chức năng: Triển khai và thi công các dự án nội thất.

Nhiệm vụ:

- Thực hiện thi công theo bản vẽ thiết kế.
- Quản lý công trình, đảm bảo tiến độ, an toàn lao động.
- Phối hợp với các bộ phận liên quan để giải quyết vấn đề phát sinh.
- Nghiệm thu và bàn giao công trình đúng tiến độ.

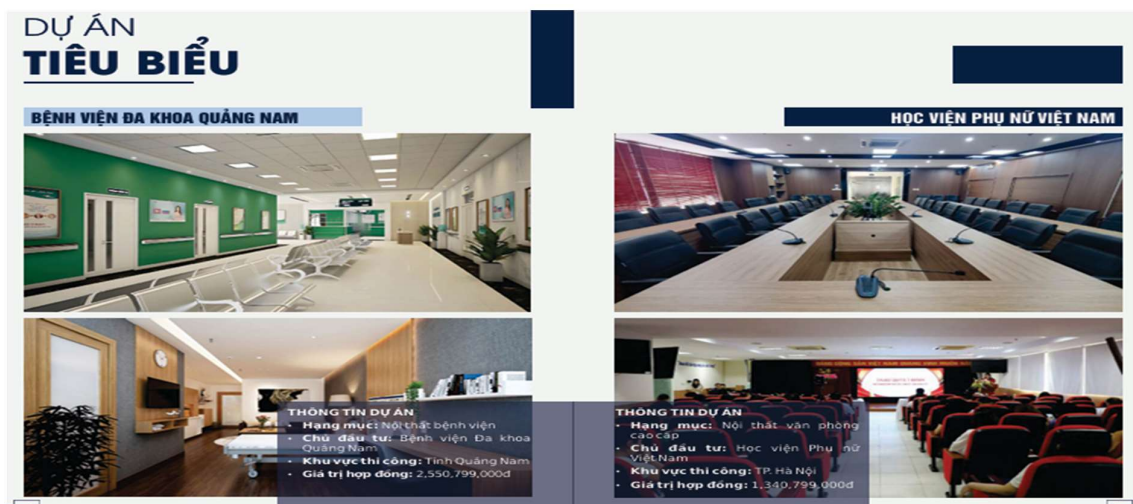
#### **2.1.5. Sản phẩm kinh doanh.**

- Thi công nội thất cơ quan, ban ngành



Hình 2.2: Dự án UBND huyện Phước Sơn

- Thi công nội thất công trình, dự án.



Hình 2.3: Dự án bệnh viện đa khoa Quảng Nam

- Thi công nội thất khách sạn, resort.



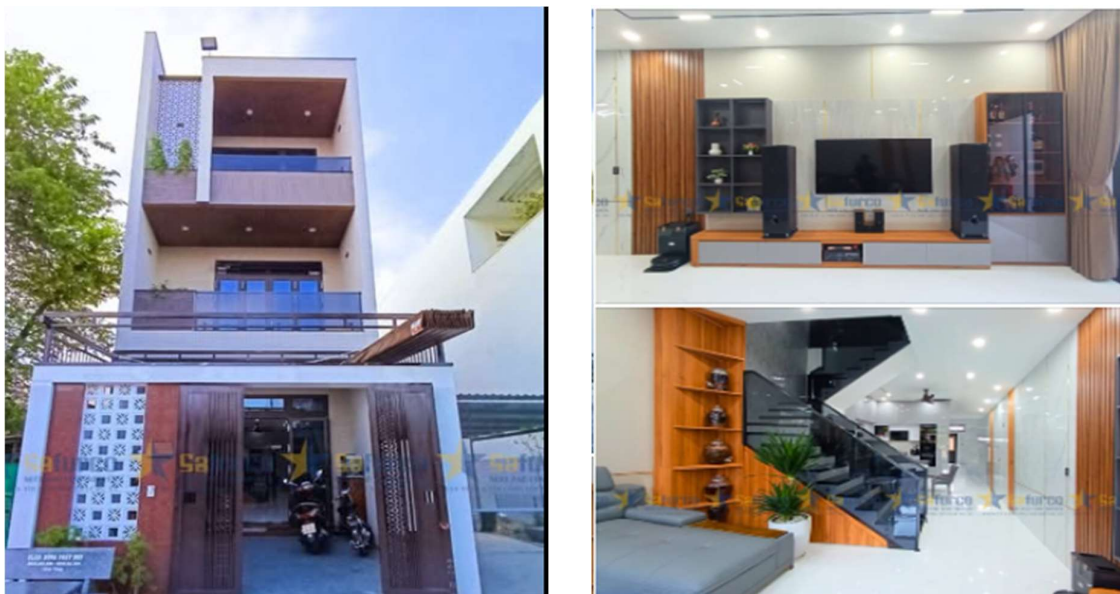
Hình 2.4: Dự án khách sạn DANACITI

- Thi công nội thất showroom, văn phòng



Hình 2.5: Dự án chi nhánh FPT Huế

- Thi công nội thất biệt thự, nhà phố



Hình 2.6: Hình ảnh thi công biệt thự nhà phố

- Thi công nội thất nhà hàng, quán cafe



Hình 2.7: Dự án nhà hàng BBQ SEOMIN

## **2.2. Các yếu tố môi trường vi mô, vĩ mô tác động đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp**

### **2.2.1. Các yếu tố vi mô**

#### **a. Khách hàng**

Khách hàng của Safurco gồm hai nhóm: khách hàng tổ chức (70%) và khách hàng cá nhân (30%).

#### **(1). Nhóm khách hàng tổ chức**

**Nhà nước** (các cơ quan nhà nước, tổ chức công lập, các dự án do nhà nước trợ cấp)

- Đặc điểm: Khách hàng nhà nước yêu cầu sản phẩm đạt chuẩn chất lượng, an toàn, bền bỉ và thân thiện môi trường. Họ đòi hỏi năng lực cung ứng vững và tuân thủ quy trình đấu thầu nghiêm ngặt. Ngân sách hạn chế nên ưu tiên giá cả cạnh tranh kèm chất lượng. Dịch vụ hậu mãi như bảo hành, bảo trì cũng được chú trọng.

- Nhu cầu sản phẩm: Các cơ quan nhà nước cần sản phẩm nội thất cho văn phòng, bệnh viện, trường học, hội trường... với yêu cầu bền, dễ bảo trì và tiết kiệm chi phí. Bên cạnh đó, sản phẩm phải sử dụng vật liệu thân thiện môi trường, tiết kiệm năng lượng và dễ tái chế, phù hợp với xu hướng chính sách xanh của chính phủ..

**Doanh nghiệp** (các dự án văn phòng, khách sạn, nhà hàng, khu nghỉ dưỡng, ...)

- Đặc điểm: Các doanh nghiệp, đặc biệt trong ngành dịch vụ như khách sạn, nhà hàng, chú trọng thiết kế và thẩm mỹ nội thất, yêu cầu sản phẩm không chỉ đẹp mà còn phù hợp với phong cách và thương hiệu. Họ có ngân sách linh hoạt, sẵn sàng chi trả cho sản phẩm cao cấp, đồng thời chú trọng tính năng và công năng để tối ưu không gian làm việc. Dịch vụ hậu mãi như lắp đặt, bảo trì và thay thế sản phẩm cũng là yếu tố quan trọng.

- Nhu cầu sản phẩm:

**Nội thất văn phòng:** Các doanh nghiệp yêu cầu các sản phẩm nội thất như bàn làm việc, ghế văn phòng, tủ tài liệu, và các sản phẩm trang trí văn phòng cao cấp để tạo không gian làm việc chuyên nghiệp và hiện đại.

**Nội thất cho khách sạn và nhà hàng:** yêu cầu các sản phẩm nội thất sang trọng, tinh tế và độc đáo, từ giường ngủ, bàn ghế đến các món đồ trang trí.

**Nội thất cho các công trình thương mại:** yêu cầu các sản phẩm nội thất bền bỉ, dễ dàng vệ sinh và có tính thẩm mỹ cao, phù hợp với không gian rộng và đông người.

## **(2). Nhóm khách hàng cá nhân**

Nhóm khách hàng cá nhân của Safurco được phân loại dựa trên thu nhập:

- **Khách hàng có thu nhập trung bình** (từ 10 triệu đến 30 triệu VND/tháng)

- Đặc điểm: có thu nhập ổn định, nhưng vẫn cần cân nhắc kỹ về chi phí khi mua sắm nội thất.

- Nhu cầu: sản phẩm chất lượng tốt, thiết kế đơn giản, giá hợp lý, dễ bảo trì.

- Sản phẩm phù hợp: Các dòng nội thất cơ bản, tiện dụng, giá cả phải chăng, bao gồm các bộ bàn ghế, giường ngủ, tủ quần áo, và các món đồ trang trí nhỏ gọn.

- **Khách hàng có thu nhập khá** (từ 30 triệu đến 50 triệu VND/tháng)

- Đặc điểm: Chấp nhận chi trả cao hơn cho sản phẩm chất lượng và thiết kế.

- Nhu cầu: Sản phẩm có tính năng vượt trội, thiết kế hiện đại, bền bỉ.

- Sản phẩm phù hợp: Nội thất cao cấp, chất liệu tốt, thiết kế tinh tế như sofa, bàn ăn, giường ngủ.

### ***b. Đối thủ cạnh tranh trực tiếp***

Ngành nội thất Việt Nam có tiềm năng lớn nhưng cũng đối mặt với nhiều thách thức cạnh tranh. Theo thống kê, hiện nay trên thị trường nội thất Việt Nam có hơn 5.000 doanh nghiệp hoạt động trong ngành công nghiệp gỗ và nội thất.

Xét riêng về đối thủ cạnh tranh trực tiếp của Safurco ở trong nước, có 3 đối thủ cạnh tranh đáng chú ý bao gồm: Công Ty TNHH TM Xây Dựng Dana Sun, Công ty nội thất Cường Nguyễn và Công ty MOON DESIGN.

## **(1). CÔNG TY NỘI THẤT CƯỜNG NGUYỄN**

Công ty nội thất Cường Nguyễn là một công ty chuyên tư vấn, thiết kế thi công nội thất trọn gói giá rẻ. Thiết kế thi công kiến trúc và nội ngoại thất nhà ở dân dụng, biệt thự, khách sạn, quán bar cà phê, văn phòng làm việc, công trình công cộng, ... Thiết kế và thi công nội thất theo mỗi phong cách riêng biệt. Cổ điển tới hiện đại, từ không gian hẹp đến không gian sống động.

- **Quy mô:** Là công ty chuyên sản xuất và cung cấp nội thất cho gia đình, văn phòng, và công trình công cộng. Quy mô vừa, tập trung vào sản phẩm nội thất trong nước.

- **Thị phần:** Hướng đến thị trường nội thất tại Đà Nẵng và khu vực miền Trung, với một số sản phẩm được phân phối ra các tỉnh khác.

- **Khách hàng mục tiêu**

Khách hàng: Hộ gia đình, doanh nghiệp, và các tổ chức cần nội thất phổ thông.

Phân khúc: Khách hàng tầm trung, ưu tiên giá cả hợp lý và sản phẩm bền bỉ.

## **(2). CÔNG TY TNHH TM XÂY DỰNG DANA SUN**

Dana Sun chuyên thiết kế nội thất cho văn phòng, nhà hàng, quán café, showroom, căn hộ... Với kinh nghiệm thi công hơn 1000+ công trình nội thất lớn nhỏ trên địa bàn Đà Nẵng, Quảng Nam... và đội ngũ thiết kế, thi công lành nghề, sáng tạo Dana Sun chắc chắn mang đến giá trị tốt nhất cho từng dự án sau khi hoàn thiện.

▪ **Quy mô:** Là công ty xây dựng có trụ sở tại Đà Nẵng, chuyên về thiết kế, thi công công trình dân dụng và công nghiệp. Quy mô trung bình với phạm vi hoạt động chủ yếu ở khu vực miền Trung.

▪ **Thị phần:** Phục vụ chủ yếu khách hàng tại Đà Nẵng và các tỉnh lân cận. Có uy tín trong lĩnh vực xây dựng nhờ đội ngũ chuyên nghiệp và các dự án hoàn thiện chất lượng.

### ▪ **Khách hàng mục tiêu:**

Khách hàng tầm trung và cao cấp, yêu cầu giải pháp toàn diện từ thiết kế đến thi công.

## **(3). CÔNG TY MOON DESIGN**

Moon Design sở hữu những phong cách thiết kế đa dạng, đẹp mắt và vô cùng hợp thị hiếu. Là đơn vị chuyên thực hiện các dịch vụ như: thiết kế thi công quán cafe, nhà hàng, biệt thự, logo... Với nhiều năm kinh nghiệm trong lĩnh vực nội thất nên MOON DESIGN đã và đang là đối tác của rất nhiều đối tượng khách hàng khác nhau từ công ty, tập đoàn, khách sạn, biệt thự, resort ...

▪ **Quy mô:** Công ty thiết kế nội thất cao cấp, chuyên cung cấp dịch vụ tư vấn thiết kế và thi công nội thất cho các dự án sang trọng như khách sạn, biệt thự, và khu nghỉ dưỡng. Quy mô nhỏ hơn nhưng tập trung vào phân khúc cao cấp.

▪ **Thị phần:** Phục vụ khách hàng cao cấp tại Đà Nẵng và mở rộng ra các thành phố lớn như Hà Nội, TP.HCM.

### ▪ **Khách hàng mục tiêu**

Khách hàng: Chủ đầu tư biệt thự, khách sạn, khu nghỉ dưỡng, và các doanh nghiệp cao cấp.

Phân khúc: Khách hàng cao cấp, yêu cầu thiết kế độc đáo, sang trọng, và chất lượng cao.

Bảng 2.1: Bảng so sánh các đối thủ cạnh tranh

| Tiêu chí                               | SAFURCO                                                              | DANA SUN                                                  | CƯỜNG NGUYỄN                                                      | MOON DESIGN                                                              |
|----------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|
| <b>Quy mô và thị phần</b>              | Lớn, phục vụ thị trường cả nước                                      | Trung bình, tập trung tại khu vực miền Trung.             | Vừa, chủ yếu khách hàng cá nhân, doanh nghiệp nhỏ tại địa phương. | Nhỏ, tập trung vào phân khúc cao cấp và dự án sang trọng.                |
| <b>Sản phẩm/Dịch vụ cung cấp</b>       | Thiết kế và thi công nội thất, sản xuất theo yêu cầu.                | Thiết kế và thi công công trình dân dụng, công nghiệp.    | Nội thất phổ thông cho gia đình và văn phòng.                     | Thiết kế và thi công nội thất cao cấp cho biệt thự, khách sạn, resort.   |
| <b>Khách hàng mục tiêu</b>             | Cá nhân, doanh nghiệp, chính phủ.                                    | Chủ đầu tư các công trình dân dụng, công nghiệp.          | Hộ gia đình, doanh nghiệp nhỏ.                                    | Khách hàng cao cấp, chủ sở hữu biệt thự, khách sạn, resort.              |
| <b>Chiến lược kinh doanh</b>           | Đa dạng hóa sản phẩm, dịch vụ, tập trung vào chất lượng và bền vững. | Tập trung vào giải pháp đồng bộ từ thiết kế đến thi công. | Tối ưu hóa chi phí để cung cấp sản phẩm giá rẻ.                   | Tập trung vào thiết kế độc quyền, chất lượng cao và phong cách hiện đại. |
| <b>Lợi thế cạnh tranh</b>              | Uy tín, đa dạng sản phẩm, khả năng phục vụ nhiều đối tượng.          | Dịch vụ đồng bộ, đảm bảo chất lượng công trình.           | Giá cả cạnh tranh, linh hoạt trong tùy chỉnh sản phẩm.            | Thiết kế sáng tạo, độc quyền, tập trung vào trải nghiệm cao cấp.         |
| <b>Giá trị mang lại cho khách hàng</b> | Sản phẩm chất lượng cao, tùy chỉnh theo nhu cầu, bền vững.           | Giải pháp toàn diện từ thiết kế đến thi công.             | Nội thất phổ thông, giá cả hợp lý, linh hoạt trong tùy chỉnh.     | Nội thất sang trọng, thiết kế độc quyền, phong cách hiện đại.            |

### C. Nhà cung cấp

Nhà cung cấp của Safurco cơ bản được phân thành 2 loại bao gồm nhà cung cấp cố định (cung cấp vật tư cho xưởng sản xuất của Safurco) và nhà cung cấp thời vụ (cung cấp các sản phẩm nội thất ở các công trình xa hoặc nhà thầu phụ thi công nội thất).

#### (1). Nhà cung cấp cố định

Xưởng sản xuất của safurco nhập nguyên vật liệu chủ yếu từ 3 nhà cung cấp chính bao gồm Công Ty Cổ Phần DEWOO, Công Ty TNHH Thương Mại Và Trang Trí Nội Thất Minh Trân và Công Ty Cổ Phần Gỗ An Cường.

- **Gỗ An Cường:** Nhà cung cấp gỗ công nghiệp hàng đầu tại Việt Nam, nổi tiếng với các sản phẩm chất lượng cao như MDF, MFC, và laminate. Đảm bảo cung cấp các loại gỗ công nghiệp có độ bền cao, khả năng chống ẩm và chống mối mọt, phù hợp với các dự án nội thất cao cấp.

- **Minh Trân:** Đơn vị chuyên cung cấp gỗ tự nhiên và vật liệu trang trí nội thất. Cung cấp gỗ tự nhiên với tính thẩm mỹ và độ bền cao, đáp ứng yêu cầu khắt khe của khách hàng.

- **Ván ACC Dewoo:** Nhà cung cấp vật liệu ván ép và gỗ công nghiệp có uy tín trong ngành. Đảm bảo nguồn cung vật liệu ván ép đa dạng, giúp tối ưu chi phí sản xuất.

⇒ Hợp tác với các nhà cung cấp lớn như An Cường, Minh Trân, ACC Dewoo giúp Safurco duy trì nguồn nguyên liệu ổn định và tối ưu chi phí nhờ chính sách giá cạnh tranh và chiết khấu số lượng lớn. Tuy nhiên, sự phụ thuộc vào ít nhà cung cấp làm tăng rủi ro chuỗi cung ứng và biến động giá nguyên liệu có thể ảnh hưởng đến chi phí sản xuất..

## **(2). Nhà cung cấp thời vụ**

Đối với các dự án xa, Safurco thường chọn đặt làm nội thất từ các xưởng gần công trình hoặc hợp tác với nhà thầu phụ để tối ưu chi phí và tiến độ thi công. Do đó, đối thủ cạnh tranh của Safurco cũng có thể là nhà cung cấp, đối tác hợp tác. Chi phí thấp luôn là tiêu chí ưu tiên hàng đầu trong lựa chọn nhà cung cấp và nhà thầu phụ, nhưng tiến độ thi công và chất lượng sản phẩm đúng quy cách cũng là yếu tố bắt buộc.

⇒ Việc lựa chọn nhà cung cấp thời vụ giúp Safurco linh hoạt trong việc lựa chọn nguồn hàng, giảm năng lực cạnh tranh của nhà cung cấp. Safurco có thể tối ưu hóa chi phí đầu vào nhưng vẫn đảm bảo chất lượng.

## **d. Trung gian**

Khi tham gia đấu thầu, Safurco đã lựa chọn Ngân hàng Techcombank làm cơ quan bảo lãnh tài chính. Ngân hàng Techcombank đóng vai trò là một trung gian tài chính, hỗ trợ Safurco đảm bảo năng lực tài chính và tăng uy tín trong quá trình đấu thầu.

- Nâng cao khả năng tiếp cận các dự án lớn: Các tổ chức nhà nước thường yêu cầu bảo lãnh tài chính từ ngân hàng, và Techcombank giúp Safurco đáp ứng tiêu chí này.

- Tăng cường sự ổn định tài chính: Sự hỗ trợ từ Techcombank giúp Safurco giảm bớt áp lực tài chính, tập trung vào việc cải thiện chất lượng dịch vụ và sản phẩm.

- Tối ưu hóa chi phí: Hợp tác với Techcombank có thể giúp Safurco hưởng lợi từ các chính sách lãi suất ưu đãi và dịch vụ tài chính toàn diện.

### **2.2.2. Các yếu tố vĩ mô**

#### **a. Môi trường Kinh tế**

##### **- Cơ hội phát triển:**

Tăng trưởng thị trường nội thất: Quy mô thị trường nội thất Việt Nam dự kiến đạt 1,82 tỷ USD vào 2028, tăng trưởng 5,33%/năm, tạo cơ hội lớn cho Safurco mở rộng thị phần.

Tầng lớp trung lưu mở rộng: Tầng lớp trung lưu tăng mạnh, với thu nhập cao hơn, mở ra nguồn khách hàng tiềm năng cho sản phẩm nội thất chất lượng.

Đô thị hóa nhanh chóng: Đô thị hóa 40,6%, nhiều dự án chung cư mới, thúc đẩy nhu cầu nội thất thông minh, tiết kiệm không gian – cơ hội cho Safurco phát triển sản phẩm tối ưu cho căn hộ.

Ngành du lịch phát triển: Lượng khách tăng mạnh, kéo theo nhu cầu nội thất khách sạn và khu nghỉ dưỡng – thị trường tiềm năng cho Safurco.

##### **- Thách thức cần đối mặt**

Bên cạnh những thuận lợi đó thì cũng có những thách thức mà Safurco cần đối mặt. Lạm phát 9 tháng đầu năm ở mức 3,88%, CPI bình quân quý III/2024 tăng 3,48% so với quý III/2023, lạm phát cơ bản tăng 2,69%. => Lạm phát gây áp lực lên chi phí sản xuất và vận hành, buộc SAFURCO phải tối ưu hóa chi phí và thương lượng với nhà cung cấp để duy trì lợi nhuận.

#### **b. Môi trường Chính trị - Pháp luật**

Chính sách giảm thuế VAT: Từ 1/7/2024 đến 31/12/2024, thuế VAT giảm từ 10% xuống 8%, giúp giảm giá bán lẻ sản phẩm nội thất, tăng sức mua và thúc đẩy doanh số. Giá thành thấp hơn cũng giúp Safurco cạnh tranh tốt hơn trên thị trường.

Thông tư 04 năm 2023: Có hiệu lực từ 1/1/2024, Thông tư 04 đặt ra quy chuẩn kỹ thuật nghiêm ngặt với vật liệu xây dựng, làm tăng chi phí nguyên liệu và kiểm định. Đây vừa là thách thức vừa là cơ hội cho Safurco Đà Nẵng. Công ty cần điều chỉnh chiến lược, tuân thủ tiêu chuẩn mới, nâng cao chất lượng sản phẩm và tối ưu chi phí để duy trì và nâng cao năng lực cạnh tranh.

### **c. Môi trường Văn hóa - Xã hội**

Yếu tố văn hóa truyền thống và bản sắc dân tộc: Nội thất cho công trình công cộng ưu tiên vật liệu tự nhiên (gỗ, tre, nứa) và thiết kế truyền thống nhằm phản ánh bản sắc dân tộc, tạo cơ hội cho Safurco phát triển dòng sản phẩm đậm nét văn hóa, gia tăng giá trị thương hiệu.

Nhận thức về bảo vệ môi trường: Xu hướng sử dụng nội thất thân thiện với môi trường ngày càng phổ biến. Đầu tư sản xuất xanh và tuân thủ quy định phát thải giúp Safurco đáp ứng yêu cầu thị trường và xây dựng hình ảnh doanh nghiệp bền vững.

Hiện đại hóa và hội nhập quốc tế: Nhà nước dần ưu chuộng thiết kế nội thất tối giản, thông minh theo xu hướng quốc tế. Safurco cần điều chỉnh sản phẩm kịp thời để mở rộng thị phần và nâng cao năng lực cạnh tranh.

### **d. Môi trường nhân khẩu học**

Việt Nam có dân số trẻ, thu nhập ngày càng tăng và tầng lớp trung lưu mở rộng, kéo theo nhu cầu cao về cải thiện không gian sống và nội thất. Xu hướng gia đình hạt nhân và già hóa dân số đến năm 2035 cũng tạo cơ hội phát triển nội thất thông minh, tiện nghi, an toàn cho người cao tuổi.

Mức thu nhập bình quân đầu người tại Việt Nam đang tăng, dẫn đến khả năng chi tiêu cho các sản phẩm nội thất cao cấp cũng gia tăng.

⇒ Như vậy, môi trường nhân khẩu học ở Việt Nam mang lại nhiều cơ hội cho Safurco Đà Nẵng trong việc phát triển sản phẩm và mở rộng thị trường. Để tận dụng tối đa những lợi thế này, công ty cần linh hoạt trong việc thiết kế các giải pháp nội thất phù hợp với từng nhóm đối tượng khách hàng. Đồng thời, Safurco cũng cần chú trọng đến việc sử dụng vật liệu bền vững và cải tiến công nghệ để đáp ứng các xu hướng tiêu dùng hiện đại.

### **e. Môi trường tự nhiên**

Khí hậu nhiệt đới gió mùa nóng ẩm, mưa nhiều dễ gây hư hỏng nội thất (mối mọt, cong vênh), ảnh hưởng vận chuyển và tiêu dùng.

Khí hậu vùng miền đa dạng: Miền Bắc thay đổi theo mùa; miền Trung chịu bão, lũ cần nội thất bền chắc; miền Nam ưu tiên nội thất thoáng mát, chống nóng.

Tài nguyên gỗ khan hiếm và giá nguyên liệu tăng, khách hàng ngày càng ưa chuộng sản phẩm thân thiện môi trường.

⇒ Môi trường tự nhiên, khí hậu và thời tiết của Việt Nam đặt ra cả thách thức và cơ hội cho Safurco Đà Nẵng. Bằng cách lựa chọn vật liệu phù hợp, áp dụng công nghệ tiên tiến và điều chỉnh sản phẩm theo từng khu vực, công ty có thể đáp ứng tốt nhu cầu của thị trường, đồng thời nâng cao giá trị thương hiệu thông qua các giải pháp bền vững và thân thiện với môi trường.

#### **f. Môi trường Công nghệ**

Ứng dụng công nghệ thiết kế: Phần mềm 3D (AutoCAD, SketchUp, 3ds Max) và công nghệ VR/AR giúp khách hàng dễ hình dung và trải nghiệm không gian nội thất từ giai đoạn thiết kế.

Công nghệ sản xuất hiện đại: Máy CNC, in 3D và tự động hóa tăng độ chính xác, giảm chi phí, thời gian sản xuất, đáp ứng nhu cầu cá nhân hóa.

Công nghệ vật liệu mới: Vật liệu tiên tiến như gỗ nhựa composite, vật liệu tái chế giúp tăng độ bền, chống ẩm và thân thiện môi trường.

Marketing và truyền thông số: Các kênh số (mạng xã hội, Google Ads, SEO) giúp tiếp cận khách hàng hiệu quả hơn, tăng khả năng chuyển đổi.

⇒ Như vậy, việc ứng dụng công nghệ mang lại rất nhiều lợi ích cho các hoạt động của ngành nội thất. Tuy nhiên, bên cạnh lợi ích mà nó mang lại thì áp lực chi phí đầu tư ban đầu và chi phí duy trì công nghệ cũng mang lại sự thách thức lớn cho Safurco.

### **2.3. Các nguồn lực của DN ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh**

#### **2.3.1. Cơ sở vật chất**

##### **Văn phòng:**

Địa chỉ: 18 Lê Đại Hành, Khuê Trung, Cẩm Lệ, Đà Nẵng.

Diện tích:  $100 \text{ m}^2 \times 3 \text{ tầng} = 300 \text{ m}^2$

Tổng tất cả có 5 phòng làm việc, 1 phòng họp và 1 phòng dành cho giám đốc, 1 phòng dành cho phó giám đốc.

Số lượng các loại cơ sở vật chất: máy tính: 18 máy, máy in: 6 máy, tivi: 2 cái (được bố trí ở phòng họp và phòng khách), bàn làm việc của các phòng ban là một bàn dài có vách ngăn, mỗi phòng có một tủ đựng sách và tài liệu, phòng họp có 1 bàn họp dài cộng 20 ghế và 1 ghế giám đốc, 1 kệ trưng bày vật liệu mẫu, một tủ lạnh và một máy lọc nước nóng lạnh.

⇒ Cơ sở vật chất của công ty cơ bản đầy đủ và đã đáp ứng được các nhu cầu công việc. Tuy nhiên, với lĩnh vực hoạt động là thiết kế và thi công nội thất, và đặc biệt các

dự án thầu chiếm phần lớn đơn hàng của công ty, khối lượng bản vẽ, hồ sơ thiết kế, hợp đồng, tài liệu liên quan là rất lớn. Các máy in trong công ty không thể đáp ứng được nhu cầu in ấn, photo tài liệu vì vậy phải sử dụng phương án photo ngoài. Điều này có thể dẫn đến việc bí mật công ty có thể bị rò rỉ và chi phí hàng tháng cho khoản photo ngoài cũng rất lớn.

#### **Xưởng sản xuất:**

- Địa chỉ: Lô 241 – 242 – 243 Hòa Phú 9, P. Hoà Minh, Q. Liên Chiểu, TP. Đà Nẵng.

- Diện tích: 300 m<sup>2</sup>

- Số khu vực: kho rộng 70 m<sup>2</sup> (sau khi sản xuất xong sẽ giao ngay đến khách hàng), khu vực sản xuất: 230 m<sup>2</sup>, phòng kỹ thuật viên: tầng lửng rộng 30 m<sup>2</sup>.

- Danh mục máy móc:

+ Máy chính: Máy dán cạnh 3 chức năng, máy CNC 1 đầu (1 lần chạy được 1 tấm), máy cưa bàn trượt (2 máy).

+ Máy phụ: Máy hơi, súng bắn đinh, súng bắn bê tông, máy đo lade, đo cốt, khoan bìn.

+ Quạt thông gió

+ Xe tải 3 tấn.

- Công suất: đáp ứng được các đơn hàng dưới 2 tỷ, trong các tháng cao điểm có khối lượng đơn hàng lớn hơn thì vẫn có thể tăng ca để đáp ứng yêu cầu hoặc thuê nhà thầu phụ.

⇒ Như vậy, với vị trí mặt bằng thuận lợi cho giao thông, quy mô nhà xưởng đáp ứng được các đơn hàng lớn, máy móc công nghệ hiện đại bao gồm tự động hóa và bán tự động, từ đó giúp nâng cao năng suất và đẩy nhanh tiến độ công trình. Các yếu tố này đã mang lại nhiều lợi thế cạnh tranh cho Safurco, giúp công ty giành được nhiều dự án lớn và đặc biệt là các đơn thầu của nhà nước.

#### **Kho hàng:**

- Địa chỉ: Số 133 – 135 Ngô Mỹ, P. Hoà Xuân, Q. Cẩm Lệ, TP. Đà Nẵng.

- Diện tích: 200 m<sup>2</sup> (chỉ trưng dụng 100 m<sup>2</sup>)

⇒ Các thành phẩm chủ yếu giao thẳng đến công trình nên hàng tồn kho tương đối ít, chủ yếu tồn kho vật tư nên với quy mô kho hàng này đã đáp ứng được nhu cầu của công ty.

### 2.3.2. Nguồn nhân lực

**Văn phòng:** tổng 17 nhân viên và 1 tổng giám đốc

Cơ cấu độ tuổi: từ 23 đến 45 tuổi. => cơ cấu tuổi của nhân viên khá trẻ đáp ứng được sức khỏe, sự năng động, nhiệt huyết, sáng tạo trong công việc và bắt kịp xu hướng thị trường.

Bảng 2.2: Nguồn nhân lực

| Bộ phận                    | Số lượng  | Nam      |            | Nữ        |            |
|----------------------------|-----------|----------|------------|-----------|------------|
|                            |           | Số lượng | Tỷ Lệ      | Số lượng  | Tỷ Lệ      |
| Phó giám đốc               | 1         | 0        | 0%         | 1         | 100%       |
| Bộ phận kế toán            | 3         | 1        | 33%        | 2         | 67%        |
| Bộ phận thu mua            | 2         | 0        | 0%         | 2         | 100%       |
| Bộ phận hành chính nhân sự | 1         | 0        | 0%         | 1         | 100%       |
| Bộ phận thiết kế           | 4         | 3        | 75%        | 1         | 25%        |
| Bộ phận kinh doanh         | 4         | 1        | 25%        | 3         | 75%        |
| Bộ phận marketing          | 2         | 1        | 50%        | 1         | 50%        |
| Bộ phận thầu               | 0         | 0        | 0%         | 0         | 0%         |
| <b>Tổng cộng</b>           | <b>17</b> | <b>6</b> | <b>35%</b> | <b>11</b> | <b>65%</b> |

(Hiện tại phó giám đốc đang tạm thời đảm nhận công việc thầu, đang chờ tuyển nhân viên)

Bộ phận kế toán có 1 nhân viên nam có thể đi công tác tại các công trình xa đáp ứng tốt được nhu cầu làm việc ngoài giờ và di chuyển tới công trường để kiểm tra số liệu, phối hợp với các bộ phận khác của công ty. Bộ phận thiết kế có tỉ lệ nam nhiều thuận lợi cho việc đi công tác dài ngày, khảo sát và giám sát công trình.

⇒ Với số lượng và tỉ lệ nam nữ trên của các phòng ban là tối ưu và hoạt động hiệu quả, ngoại trừ bộ phận thầu đang thiếu nhân lực dẫn đến quá tải cho phó giám đốc.

Tất cả các nhân viên đều có bằng cấp đại học, có trình độ chuyên môn và kỹ năng cao, các thành viên trong phòng thiết kế đều có bằng kiến trúc sư do vậy đáp ứng được yêu cầu công việc rất tốt.

**Xưởng sản xuất:** 1 quản đốc xưởng và 9 công nhân

Số công nhân nam: 10, chiếm tỷ lệ 100%, gồm 1 quản đốc, 1 phó quản đốc kiêm tài xế xe tải, 1 kỹ thuật CNC, 1 thợ chính và 6 thợ phụ.

Quản đốc xưởng và Kỹ thuật CNC có bằng cử nhân đại học, phó quản đốc và thợ chính có bằng cao đẳng nghề. Tất cả cá thợ phụ đều có trình độ tốt nghiệp trung học phổ thông hoặc trung cấp. Các công nhân đều có tuổi nghề trên 2 năm.

⇒ Như vậy, với trình độ trên của công nhân và quản đốc xưởng đã đáp ứng được nhu cầu sản xuất của công ty.

### 2.3.3. Nguồn lực tài chính

Sau đây là bảng cân đối kế toán của công ty trong giai đoạn 2021 đến 2023 của công ty Safurco:

Bảng 2.3: Bảng cân đối kế toán trong giai đoạn 2021 đến 2023

| CHỈ TIÊU                              | NĂM 2021             | NĂM 2022             | NĂM 2023              |
|---------------------------------------|----------------------|----------------------|-----------------------|
| <b>A. TÀI SẢN</b>                     | <b>7.859.720.392</b> | <b>8.110.064.227</b> | <b>12.177.984.253</b> |
| I. Tiền và các khoản tương đương tiền | 7.008.911.599        | 6.505.395.686        | 6.778.629.458         |
| II. Đầu tư tài chính                  | 0                    | 0                    | 0                     |
| III. Các khoản phải thu               | 100.525.000          | 720.919.600          | 3.497.055.296         |
| IV. Hàng tồn kho                      | 310.160.294          | 481.051.024          | 910.045.094           |
| V. Tài sản cố định                    | 413.434.348          | 361.494.956          | 804.174.381           |
| VI. Bất động sản đầu tư               | 0                    | 0                    | 0                     |
| VII. XDCB đang dở                     | 0                    | 0                    | 0                     |
| VIII. Tài sản khác                    | 26.689.151           | 41.202.961           | 188.080.024           |
| <b>B. NGUỒN VỐN</b>                   | <b>7.859.720.392</b> | <b>8.110.064.227</b> | <b>12.177.984.253</b> |
| I. Nợ phải trả                        | 0                    | 264.415.128          | 4.202.994.662         |
| II. Vốn chủ sở hữu                    | 7.859.720.392        | 7.845.649.099        | 7.974.989.591         |

Dựa vào bảng cân đối ở trên ta có thể phân tích tình hình tài sản và nguồn vốn của công ty qua 3 năm như sau:

Bảng 2.4: Phân tích tài sản và nguồn vốn giai đoạn 2021 đến 2023

| Chỉ tiêu                              | Năm 2022 so với 2021 |           | Năm 2023 so với 2022 |            |
|---------------------------------------|----------------------|-----------|----------------------|------------|
|                                       | Tăng/giảm            | phần trăm | Tăng/giảm            | phần trăm  |
| <b>Tài sản</b>                        | <b>250.343.835</b>   | <b>3%</b> | <b>4.067.920.026</b> | <b>50%</b> |
| I. Tiền và các khoản tương đương tiền | -<br>503.515.913     | -7%       | 273.233.772          | 4%         |
| II. Đầu tư tài chính                  | 0                    | 0%        | 0                    | 0%         |
| III. Các khoản phải thu               | 620.394.600          | 617%      | 2.776.135.696        | 385%       |
| IV. Hàng tồn kho                      | 170.890.730          | 55%       | 428.994.070          | 89%        |
| V. Tài sản cố định                    | -51.939.392          | -13%      | 442.679.425          | 122%       |
| VI. Bất động sản đầu tư               | 0                    | 0%        | 0                    | 0%         |
| VII. XDCB đang dở                     | 0                    | 0%        | 0                    | 0%         |
| VIII. Tài sản khác                    | 14.513.810           | 54%       | 146.877.063          | 356%       |
| <b>NGUỒN VỐN</b>                      | <b>250.343.835</b>   | <b>3%</b> | <b>4.067.920.026</b> | <b>50%</b> |
| I. Nợ phải trả                        | 264.415.128          | 0%        | 3.938.579.534        | 1490%      |
| II. Vốn chủ sở hữu                    | -14.071.293          | 0%        | 129.340.492          | 2%         |

⇒ **Nhận xét:**

❖ **Tài sản**

Năm 2022 tài sản tăng 3% (250.343.835) so với năm 2021, từ đó cho thấy tài chính của Safurco có sự phục hồi nhẹ sau năm COVID-19. Đến năm 2023, Tài sản công ty tăng mạnh 50% (4.067.920.026), cho thấy doanh nghiệp mở rộng quy mô hoạt động đáng kể.

- Tiền và các khoản tương đương tiền: Năm 2022 tiền và các khoản tương đương tiền giảm 7% (-503.515.913), điều đó có thể là do sử dụng tiền để thanh toán nợ hoặc đầu tư. Đến năm 2023, khoản mục này tăng nhẹ 4% (273.233.772), cho thấy dòng tiền được quản lý tốt hơn.

- Hàng tồn kho: Năm 2022 hàng tồn kho tăng 55% (170.890.730), điều này cho thấy công ty đang chuẩn bị hàng hóa cho giai đoạn phục hồi. Khoản mục này lại tiếp tục tăng mạnh 87% (428.994.070) trong năm 2023, điều này có thể là do tăng quy mô sản xuất hoặc tích trữ hàng hóa lớn.

- Tài sản cố định: Năm 2022: Giảm 13% (-51.939.392), sự giảm này là do khấu hao và đã bán bớt tài sản không cần thiết. Năm 2023: Tăng 122% (442.679.425) so với 2022, cho thấy doanh nghiệp đã đầu tư mạnh vào tài sản lâu dài.

- Tài sản khác: Năm 2022: Tăng 54% (14.513.810), phản ánh sự gia tăng các khoản đầu tư hoặc chi phí trả trước. Năm 2023: Tăng đột biến 356% (146.877.063) so với năm 2022, điều này có thể liên quan đến các khoản đầu tư dài hạn hoặc mở rộng hoạt động.

#### ❖ Nguồn vốn

- Nợ phải trả: So với 2021, năm 2022 tăng 15% (264.415.128). Đến năm 2023 nợ phải trả tiếp tục tăng rất mạnh 1490% (3.938.579.534) so với năm 2022. Trong đó chủ yếu tăng trong khoản phải trả cho người bán. Điều đó chứng tỏ doanh nghiệp đang tận dụng chính sách tín dụng thương mại từ nhà cung cấp để giảm áp lực về dòng tiền. Điều này giúp doanh nghiệp có thêm vốn lưu động để phục vụ các hoạt động kinh doanh mà không cần vay ngân hàng hoặc sử dụng vốn tự có.

- Vốn chủ sở hữu: Năm 2022 so với 2021 giảm nhẹ 2% (-14.071.293), có thể do lỗ trong hoạt động kinh doanh. Năm 2023 so với 2022 tăng nhẹ 2% (129.340.492), cho thấy doanh nghiệp vẫn duy trì ổn định vốn tự có nhưng tăng trưởng chủ yếu dựa vào nợ.

#### 2.4. Tình hình kinh doanh.

Bảng 2.5: Kết quả hoạt động kinh doanh giai đoạn 2021 đến 2023

| Chỉ tiêu                                           | 2021          | 2022          | 2023          |
|----------------------------------------------------|---------------|---------------|---------------|
| 1. Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ          | 385.672.633   | 1.221.086.904 | 8.456.870.662 |
| 2. Các khoản giảm trừ doanh thu                    | 0             | 0             | 0             |
| 3. Doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ | 385.672.633   | 1.221.086.904 | 8.456.870.662 |
| 4. Giá vốn hàng bán                                | 259.182.973   | 931.294.542   | 7.243.978.677 |
| 5. Lợi nhuận gộp                                   | 126.489.660   | 289.792.362   | 1.212.891.985 |
| 6. Doanh thu hoạt động tài chính                   | 10.405        | 17.398        | 356.624       |
| 7. Chi phí tài chính                               | 0             | 0             | 109.477.915   |
| - trong đó: chi phí lãi vay                        | 0             | 0             | 0             |
| 8. Chi phí quản lý kinh doanh                      | 295.166.564   | 303.881.053   | 974.622.287   |
| 9. Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh         | (168.666.499) | (14.071.293)  | 129.148.407   |

|                                  |               |              |             |
|----------------------------------|---------------|--------------|-------------|
| 10. Thu nhập khác                | 0             | 0            | 220.000     |
| 11. Chi phí khác                 | 0             | 0            | 27.915      |
| 12. lợi nhuận khác               | 0             | 0            | 192.085     |
| 13. Lợi nhuận kế toán trước thuế | (168.666.499) | (14.071.293) | 129.340.492 |
| 14. Chi phí thuế TNDN            | 0             | 0            | 0           |
| 15. . Lợi nhuận sau thuế TNDN    | (168.666.499) | (14.071.293) | 129.340.492 |

Dựa vào bảng trên ta có thể phân tích tình hình hoạt động kinh doanh của công ty qua 3 năm như sau:

Bảng 2.6: Phân tích tình hình hoạt động kinh doanh giai đoạn 2021 đến 2023

| Tiêu chí                                           | Năm 2022 so với 2021 |           | Năm 2023 so với 2022 |           |
|----------------------------------------------------|----------------------|-----------|----------------------|-----------|
|                                                    | Tăng/giảm            | phần trăm | Tăng/giảm            | phần trăm |
| 1. Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ          | 835.414.271          | 217%      | 7.235.783.758        | 593%      |
| 2. Các khoản giảm trừ doanh thu                    | 0                    | 0%        | 0                    | 0%        |
| 3. Doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ | 835.414.271          | 217%      | 7.235.783.758        | 593%      |
| 4. Giá vốn hàng bán                                | 672.111.569          | 259%      | 6.312.684.135        | 678%      |
| 5. Lợi nhuận gộp                                   | 163.302.702          | 129%      | 923.099.623          | 319%      |
| 6. Doanh thu hoạt động tài chính                   | 6.993                | 67%       | 339.226              | 1950%     |
| 7. Chi phí tài chính                               | 0                    | 0%        | 109.477.915          | 0%        |
| - trong đó: chi phí lãi vay                        | 0                    | 0%        | 0                    | 0%        |
| 8. Chi phí quản lý kinh doanh                      | 8.714.489            | 3%        | 670.741.234          | 221%      |
| 9. Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh         | 154.595.206          | 92%       | 143.219.700          | 1018%     |
| 10. Thu nhập khác                                  | 0                    | 0%        | 220.000              | 0%        |
| 11. Chi phí khác                                   | 0                    | 0%        | 27.915               | 0%        |
| 12. lợi nhuận khác                                 | 0                    | 0%        | 192.085              | 0%        |
| 13. Lợi nhuận kế toán trước thuế                   | 154.595.206          | 92%       | 143.411.785          | 1019%     |
| 14. Chi phí thuế TNDN                              | 0                    | 0%        | 0                    | 0%        |
| 15. . Lợi nhuận sau thuế TNDN                      | 154.595.206          | 92%       | 143.411.785          | 1019%     |

⇒ **Nhận xét:**

- Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ

Năm 2022 so với 2021: Tăng 217% (835.414.271), cho thấy doanh nghiệp đã phục hồi mạnh mẽ sau đại dịch COVID-19, nhờ vào việc mở rộng hoạt động kinh doanh và gia tăng nhu cầu thị trường. Đến năm 2023 tăng vượt bậc 593% (7.235.783.758), phản ánh sự tăng trưởng ấn tượng, cho thấy doanh nghiệp đã khai thác hiệu quả các cơ hội kinh doanh và mở rộng thị phần.

- Giá vốn hàng bán

Năm 2022, giá vốn hàng bán tăng 259% (672.111.569) so với năm 2021, cao hơn tốc độ tăng doanh thu, cho thấy chi phí sản xuất hoặc nhập hàng tăng mạnh, ảnh hưởng đến biên lợi nhuận. Đến năm 2023, chỉ tiêu này tăng đột biến 678% (6.113.425.613) so với năm 2021, phù hợp với quy mô mở rộng hoạt động nhưng cần chú trọng kiểm soát chi phí để cải thiện hiệu quả kinh doanh.

- Lợi nhuận gộp

Năm 2022, lợi nhuận gộp tăng 127% (163.302.702) so với năm 2021, cho thấy doanh nghiệp đã phục hồi khả năng sinh lời nhưng tốc độ tăng còn thấp hơn doanh thu, do chi phí sản xuất tăng cao. Đến năm 2023, lợi nhuận gộp tăng mạnh 282% (1.122.358.145) so với năm 2022, phản ánh sự cải thiện đáng kể trong hoạt động kinh doanh.

- Chi phí quản lý kinh doanh

Năm 2022, chi phí quản lý kinh doanh tăng nhẹ 3% (154.595.206) so với năm 2021, phản ánh khả năng kiểm soát chi phí hiệu quả trong giai đoạn phục hồi sau đại dịch. Năm 2023, chỉ tiêu này tăng 92% (143.411.758) so với năm 2021, phù hợp với việc mở rộng quy mô hoạt động và gia tăng doanh thu.

- Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh

Năm 2022, lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh tăng 92% (154.595.206) so với năm 2021, cho thấy doanh nghiệp đã cải thiện hiệu quả hoạt động kinh doanh.

Đến năm 2023, chỉ tiêu này tăng vượt bậc 1019% (143.411.758) , khẳng định sự thành công trong việc tối ưu hóa hoạt động và gia tăng hiệu quả tài chính.

- Lợi nhuận sau thuế TNDN

Năm 2022, lợi nhuận sau thuế tăng 92% (154.595.206) so với năm 2021, phù hợp với xu hướng tăng trưởng lợi nhuận thuần. Đến năm 2023, lợi nhuận sau thuế tăng đột phá 1019% (143.411.758), phản ánh sự tăng trưởng mạnh mẽ và khả năng quản lý chi phí hiệu quả của doanh nghiệp.

## **2.5. Thực trạng hoạt động thu mua tại công ty**

### **2.5.1. Các mặt hàng cần thu mua tại công ty**

#### **a. Nhóm vật tư**

Đây là các loại vật tư phục vụ quá trình sản xuất đồ nội thất gỗ công nghiệp tại công ty, bao gồm:

- Vật liệu gỗ công nghiệp: MDF, HDF, Plywood, gỗ ghép thanh, ván dăm (PB), ván ép, ván phủ Melamine, Acrylic, Laminate, Veneer,...
- Phụ kiện kim khí: Bản lề, ray trượt, tay nắm, đinh vít, ke góc liên kết, chốt gỗ, ...
- Phụ kiện nội thất: Giá bát nâng hạ, kệ xoay góc tủ bếp, hệ khung giường, chân bàn kim loại, ...
- Kính và gương: Kính cường lực, kính trang trí, gương soi, kính dán an toàn, ...
- Vật liệu khác: Đèn LED âm tủ, nhôm trang trí nội thất, ...

#### **b. Nhóm hàng hóa nội thất gia công sẵn**

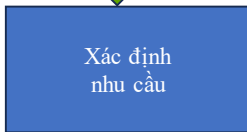
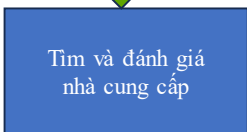
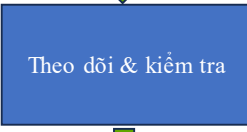
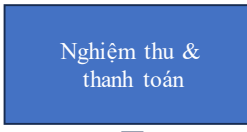
Bên cạnh sản xuất nội thất gỗ công nghiệp, công ty còn thu mua các sản phẩm hoàn thiện để phục vụ thi công, bao gồm:

- Sản phẩm nội thất từ gỗ tự nhiên: Giường, tủ, bàn ghế, kệ trang trí từ gỗ sồi, óc chó, gỗ đỏ,...
- Sản phẩm kim loại & inox: tủ, kệ, bàn, giường sắt, nội thất inox dùng cho nhà bếp, đảo bếp, ...
- Sofa & đệm ghế: Sofa bọc nỉ, bọc da, ghế đệm gỗ tự nhiên, ghế sắt bọc nệm,...
- Màn, rèm che, nệm, ...

### **2.5.2. Quy trình thu mua của công ty**

Để đảm bảo hoạt động mua sắm diễn ra hiệu quả, đúng tiến độ và đáp ứng yêu cầu về chất lượng cũng như chi phí, công ty đã xây dựng một quy trình thu mua rõ ràng và có hệ thống. Quy trình này không chỉ giúp tối ưu hóa việc lựa chọn nhà cung cấp và kiểm soát ngân sách, mà còn góp phần nâng cao tính minh bạch và trách nhiệm trong từng bước thực hiện. Dưới đây là bảng tóm tắt các bước chính trong quy trình thu mua tại công ty:

Bảng 2.7: Quy trình thu mua của công ty Safurco

| Bước thực hiện |                                                                                     | Diễn giải                                                                                                                                                                                      | Bộ phận chịu trách nhiệm                   | Tài liệu liên quan                                                                                                                                  |
|----------------|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                |    |                                                                                                                                                                                                |                                            |                                                                                                                                                     |
| Bước 1         |    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Các bộ phận có nhu cầu lập phiếu yêu cầu, phiếu đề xuất, bảng dự toán.</li> <li>- Gửi thông tin qua mail và nhóm Zalo đến bộ phận thu mua.</li> </ul> | Kinh doanh, Thiết kế,                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Phiếu đề nghị mua hàng/vật tư</li> <li>- Bảng dự toán (bộ phận thiết kế)</li> </ul>                        |
| Bước 2         |    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tiếp nhận yêu cầu, liên hệ NCC phù hợp</li> <li>- Đánh giá các nhà cung cấp theo tiêu chí.</li> <li>- Trình duyệt NCC qua Zalo.</li> </ul>            | Bộ phận thu mua (Sc)                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bảng báo giá</li> <li>- Hồ sơ nhà cung cấp</li> </ul>                                                      |
| Bước 3         |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Đàm phán các điều khoản trong hợp đồng</li> <li>- Ký kết hợp đồng</li> <li>- Đề nghị thanh toán tạm ứng</li> </ul>                                    | Bộ phận thu mua (Sc)                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hợp đồng</li> <li>- Giấy đề nghị thanh toán</li> </ul>                                                     |
|                |                                                                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Xử lý thanh toán</li> </ul>                                                                                                                           | Kế toán (ACC)                              |                                                                                                                                                     |
| Bước 4         |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nhận hàng</li> <li>- Kiểm tra chất lượng</li> <li>- Lập phiếu giao hàng/bàn giao.</li> </ul>                                                          | Bộ phận thu mua (Sc)<br>Bộ phận có nhu cầu | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Phiếu giao hàng</li> <li>- Biên bản bàn giao</li> <li>- Sổ ký nhận</li> </ul>                              |
| Bước 5         |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lập phiếu đề nghị thanh toán lần 2 (nếu còn).</li> </ul>                                                                                              | Bộ phận thu mua                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Phiếu giao hàng có ký nhận</li> <li>- Giấy đề nghị thanh toán</li> <li>- Các chứng từ liên quan</li> </ul> |
|                |                                                                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tiến hành Xử lý thanh toán</li> </ul>                                                                                                                 | Kế toán (ACC)                              |                                                                                                                                                     |
|                |                                                                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Thu đủ chứng từ.</li> </ul>                                                                                                                           | Bộ phận thu mua                            |                                                                                                                                                     |
|                |  |                                                                                                                                                                                                |                                            |                                                                                                                                                     |

### 2.5.2.1. Xác Định Nhu Cầu Mua Hàng

Khi có nhu cầu sử dụng hàng hóa, vật tư, bộ phận có nhu cầu lập “phiếu đề nghị mua hàng/vật tư” trình cấp quản lý duyệt. Đối với bộ phận thiết kế, với các đơn hàng đặc thù có số lượng vật tư lớn và nhiều chủng loại cần lập bảng dự toán cụ thể.

Sau khi được phê duyệt bởi cấp quản lý, người lập phiếu gửi “phiếu đề nghị mua hàng/vật tư” cho bộ phận thu mua (Sc) qua mail và nhóm Zalo để xử lý.

Tùy theo tính chất công việc và đặc thù của từng bộ phận, quy trình đề nghị mua sẽ có một số yêu cầu riêng biệt như sau:

#### a. Bộ phận thiết kế (nhu cầu mua vật tư)

Khi có nhu cầu mua vật tư, nhân viên thiết kế lập “Phiếu đề nghị mua hàng/vật tư” ghi rõ số lượng, quy cách, mã vật tư (nếu chưa có mã, liên hệ bộ phận thu mua để nhận catalogue). Phiếu cần đính kèm hình ảnh minh họa và gửi trường bộ phận duyệt qua email.

Sau khi được duyệt, người lập phiếu chụp lại phản hồi phê duyệt làm minh chứng, gửi cùng phiếu và hình ảnh đến bộ phận thu mua, đồng thời CC email cho các bộ phận liên quan (kế toán, quản lý, kho,...) để cùng nắm bắt thông tin đơn hàng.

Bộ phận thu mua tiếp nhận thông tin và xúc tiến các bước tiếp theo.

Sau đây là một ví dụ thực tế về “phiếu đề nghị mua hàng/vật tư” của bộ phận thiết kế:

| CÔNG TY CP THIẾT KẾ VÀ THI CÔNG NỘI THẤT<br>NGÔI SAO LONG NGUYÊN<br>SAFURCO                       |                       | CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM<br>Độc lập - Tự do - Hạnh phúc |                    | PBN 05                                      |           |                                        |         |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------|--------------------|---------------------------------------------|-----------|----------------------------------------|---------|
| <b>PHIẾU ĐỀ NGHỊ MUA HÀNG / VẬT TƯ</b>                                                            |                       |                                                                   |                    | Số: 314 /PBN 05-SAFURCO<br>Ngày: 03/01/2025 |           |                                        |         |
| Bộ phận đề nghị: Bộ Phận Thiết Kế                                                                 |                       |                                                                   |                    |                                             |           |                                        |         |
| Người đề nghị: Trương Đăng Thành                                                                  |                       |                                                                   |                    |                                             |           |                                        |         |
| Công trình / Dự án: Thảo Linh 177                                                                 |                       |                                                                   |                    |                                             |           |                                        |         |
| <b>I. Danh sách hàng hóa / vật tư cần mua:</b>                                                    |                       |                                                                   |                    |                                             |           |                                        |         |
| STT                                                                                               | Tên hàng hóa / Vật tư | Mã số (nếu có)                                                    | Quy cách           | Đơn vị                                      | Số lượng  | Mục đích sử dụng                       | Ghi chú |
| 1                                                                                                 | Lam nhựa 3 sóng cao   | PIMA – W40                                                        | 3m/cây             | Cây                                         | 6         | Ốp tường phòng khách                   |         |
| 2                                                                                                 | Lam nhựa 3 sóng cao   | PIMA – L01                                                        | 3m/cây             | Cây                                         | 7         | Ốp bàn trang điểm phòng Master         |         |
| 3                                                                                                 | Lam nhựa 3 sóng thấp  | PIMA – W17                                                        | 3m/cây             | Cây                                         | 6         | Vách lam phòng thờ                     |         |
| 4                                                                                                 | Tấm Nano ốp trần      | PIMA – N17                                                        | 3m/tấm (rộng 40cm) | Tấm                                         | 23        | Trần phòng thờ                         |         |
| 5                                                                                                 | Nẹp V góc             | V17                                                               | 3m/cây             | Cây                                         | 8         | Kết thúc viên cho tấm Nano và lam nhựa |         |
| <b>Tổng</b>                                                                                       |                       |                                                                   |                    |                                             | <b>50</b> |                                        |         |
| <b>II. Ghi chú:</b>                                                                               |                       |                                                                   |                    |                                             |           |                                        |         |
| Thời gian cần hàng: 07– 08/01/2025                                                                |                       |                                                                   |                    |                                             |           |                                        |         |
| Địa điểm giao hàng: Công trình Thảo Linh 177 - 48 Trần Viện, Hoà Xuân, Đà Nẵng                    |                       |                                                                   |                    |                                             |           |                                        |         |
| Gợi ý nhà cung cấp (nếu có): PIMA Việt Nam hoặc đơn vị phân phối chính thức                       |                       |                                                                   |                    |                                             |           |                                        |         |
| Ghi chú khác: Đính kèm hình ảnh vật tư, thông số kỹ thuật theo file đính kèm                      |                       |                                                                   |                    |                                             |           |                                        |         |
| <b>III. Xác nhận và phê duyệt</b>                                                                 |                       |                                                                   |                    |                                             |           |                                        |         |
| Người lập phiếu<br>(Ký, ghi rõ họ tên)                                                            |                       | Trưởng bộ phận<br>(Ký, ghi rõ họ tên)                             |                    | Phòng Thu Mua<br>(Ký, ghi rõ họ tên)        |           |                                        |         |
| Trương Đăng Thành                                                                                 |                       | Nguyễn Văn Lợi                                                    |                    | Nguyễn Thị Sương                            |           |                                        |         |
| <b>Lưu ý:</b>                                                                                     |                       |                                                                   |                    |                                             |           |                                        |         |
| - Phiếu này là căn cứ để phòng mua hàng tiến hành tìm nhà cung cấp, báo giá và thực hiện mua sắm. |                       |                                                                   |                    |                                             |           |                                        |         |
| - Vui lòng đính kèm bản vẽ, hình ảnh hoặc thông số nếu có                                         |                       |                                                                   |                    |                                             |           |                                        |         |

Hình 2.8: Phiếu đề nghị mua hàng/vật tư (Lam Sóng)

| <b>ĐỀ XUẤT VẬT TƯ LAM NHỰA - TẤM NANO</b>    |             |                                                                                   |                                                                                   |                                                                                    |                                                                                     |                                                                                     |
|----------------------------------------------|-------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>CÔNG TRÌNH: THẢO LINH 177</b>             |             |                                                                                   |                                                                                   |                                                                                    |                                                                                     |                                                                                     |
| <b>HẠNG MỤC: VÁCH ỐP LAM NHỰA - TẤM NANO</b> |             |                                                                                   |                                                                                   |                                                                                    |                                                                                     |                                                                                     |
| VÁN MDF KHÁNG ẨM CÁN MELAMINE                | SL HÀNG MỤC | 3 SÓNG CAO PIMA - W40                                                             | 3 SÓNG THẤP PIMA - L01                                                            | 3 SÓNG THẤP PIMA - W17                                                             | TẤM NANO PIMA - W17                                                                 | NEP V GÓC W17                                                                       |
| DVT                                          |             | 3m3/cây                                                                           | 3m/cây                                                                            | 3m/cây                                                                             | 3m/cây                                                                              | 3m/cây                                                                              |
|                                              |             |  |  |  |  |  |
| <b>PHÒNG KHÁCH</b>                           |             |                                                                                   |                                                                                   |                                                                                    |                                                                                     |                                                                                     |
| Vách lam ốp tường cạnh tủ không cánh         | 1           | 6                                                                                 |                                                                                   |                                                                                    |                                                                                     |                                                                                     |
| <b>PHÒNG MASTER</b>                          |             |                                                                                   |                                                                                   |                                                                                    |                                                                                     |                                                                                     |
| Vách ốp bàn trang điểm lam nhựa              | 1           |                                                                                   | 7                                                                                 |                                                                                    |                                                                                     |                                                                                     |
| <b>PHÒNG THỜ</b>                             |             |                                                                                   |                                                                                   |                                                                                    |                                                                                     |                                                                                     |
| Vách lam nhựa                                | 1           |                                                                                   |                                                                                   | 6                                                                                  | 23                                                                                  | 8                                                                                   |
| Tấm Nano ốp trần                             | 1           |                                                                                   |                                                                                   |                                                                                    |                                                                                     |                                                                                     |
| SỐ LƯỢNG TÍNH ĐÚNG                           |             | 6                                                                                 | 7                                                                                 | 6                                                                                  | 23                                                                                  | 8                                                                                   |
| SỐ LƯỢNG LÂM TRỒN                            |             | 6                                                                                 | 7                                                                                 | 6                                                                                  | 23                                                                                  | 8                                                                                   |
| SỐ LƯỢNG MUA THÊM ( DƯ TRỪ )                 |             | 0                                                                                 | 0                                                                                 | 0                                                                                  | 0                                                                                   |                                                                                     |
| <b>SL CHỐT SC ĐẶT MUA</b>                    |             | <b>6</b>                                                                          | <b>7</b>                                                                          | <b>6</b>                                                                           | <b>23</b>                                                                           | <b>8</b>                                                                            |

Hình 2.9: Hình ảnh vật liệu mẫu đính kèm

**b. Bộ Phận kinh doanh (mua hàng nội thất gia công sẵn):**

- Trong quá trình làm việc với khách hàng thông qua nhóm zalo, bộ phận kinh doanh cần thêm trưởng bộ phận thu mua (Sc) vào nhóm Zalo để họ có thể theo dõi, xử lý đơn hàng nhanh chóng, trao đổi thông tin kịp thời với các bên liên quan.

- Sau khi hoàn tất việc ký kết hợp đồng với khách hàng, nhân viên bộ phận kinh doanh lập “phiếu đề nghị mua hàng/vật tư” trình trưởng phòng kinh doanh duyệt. Trong trường hợp hàng hóa có sẵn trên thị trường, cần đính kèm quy cách và hình ảnh minh họa cụ thể. Nếu là hàng hóa cần gia công bên ngoài, bộ phận kinh doanh phải phối hợp trước với bộ phận thiết kế để lấy bản vẽ 3D và quy cách chi tiết

- Sau khi được duyệt, , người lập phiếu chụp lại tin nhắn phản hồi (duyet) từ email làm minh chứng, và gửi kèm phiếu và hình ảnh minh họa cho bộ phận thu mua. Đồng thời, email cần được CC đến các bộ phận liên quan (kế toán, quản lý, kho, ...) để các bên cùng nắm bắt thông tin đơn hàng.

- Bộ phận thu mua (Sc) tiếp nhận thông tin và xúc tiến các bước tiếp theo

Sau đây là một ví dụ thực tế về “Phiếu đề nghị mua hàng/vật tư” của bộ phận kinh doanh:

CÔNG TY CP THIẾT KẾ VÀ THI CÔNG NỘI THẤT  
NGÔI SAO LONG NGUYỄN  
SAFURCO

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM  
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

PĐN 05

PHIẾU ĐỀ NGHỊ MUA HÀNG / VẬT TƯ

Số: 316 /PĐN 05-SAFURCO  
Ngày: 06/01/2025

Bộ phận đề nghị: Bộ Phận Thiết Kế  
Người đề nghị: Trương Đăng Thành  
Công trình / Dự án: Thảo Linh 177

I. Danh sách hàng hóa / vật tư cần mua:

| STT  | Tên hàng hóa/ Vật tư          | Mã số | Quy cách                                                                                    | Đơn vị | Số lượng | Mục đích sử dụng            | Ghi chú |
|------|-------------------------------|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------|--------|----------|-----------------------------|---------|
| 1    | Giường bọc da - P. Ngủ Master |       | 1800 x 2000 x 300/900<br>Khung MDF + sắt 30x60                                              | Cái    | 1        | Trang bị phòng ngủ chính    |         |
| 2    | Mặt nệm ghế băng - P. SHC     |       | Tựa: 1703 x 50/100 x 600, 2293 x 50/100 x 600<br>Đệm ngồi: 1603 x 50 x 483, 1810 x 50 x 483 | Bộ     | 1        | Trang bị ghế băng phòng SHC |         |
| Tổng |                               |       |                                                                                             |        | 2        |                             |         |

II. Ghi chú:  
Thời gian cần hàng: 13- 16/01/2025  
Địa điểm giao hàng: Công trình Thảo Linh 177 - 48 Trần Viện, Hoà Xuân, Đà Nẵng  
Gợi ý nhà cung cấp (nếu có):  
Ghi chú khác: Đính kèm hình ảnh vật tư, thông số kỹ thuật theo file đề xuất

III. Xác nhận và phê duyệt

Người lập phiếu (Ký, ghi rõ họ tên)

Trưởng bộ phận (Ký, ghi rõ họ tên)

Phòng Thu Mua (Ký, ghi rõ họ tên)

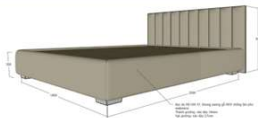
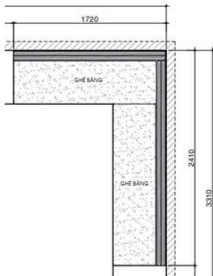
Trương Đăng Thành

Nguyễn Văn Lợi

Nguyễn Thị Thương

Lưu ý:  
- Phiếu này là căn cứ để phòng mua hàng tiến hành tìm nhà cung cấp, báo giá và thực hiện mua sắm.  
- Vui lòng đính kèm bản vẽ, hình ảnh hoặc thông số nếu có

Hình 2.10: Phiếu đề nghị mua hàng/vật tư (giường bọc da)

| ĐỀ XUẤT GIƯỜNG BỌC DA                   |                               |                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                              |    |                                                                                    |
|-----------------------------------------|-------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|------------------------------------------------------------------------------------|
| CÔNG TRÌNH: THẢO LINH 177               |                               |                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                              |    |                                                                                    |
| HẠNG MỤC: GIƯỜNG BỌC DA (P. NGỦ MASTER) |                               |                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                              |    |                                                                                    |
| ST T                                    | TÊN HÀNG MỤC                  | MÔ TẢ                                                                                                                                     | HÌNH ẢNH                                                                                                                                                                                                                                                     | SL | GHI CHÚ                                                                            |
| 1                                       | GIƯỜNG BỌC DA - P. NGỦ MASTER | Kt: 1800 x 2000 x 300/900<br>Bọc da HIA-47, khung xương gỗ MDF. Khung sườn sắt hộp 30x60                                                  |                                                                                     | 1  | NGÀY GIAO:<br>Từ 13-16/01<br>Tại công trình:<br>48 Trần Viện,<br>Hoà Xuân, Đà Nẵng |
| 2                                       | MẶT NỆM GHẾ BĂNG - P. SHC     | Kt tựa: 1703 x 50/100 x 600<br>2293 x 50/100 x 600<br>Kt đệm ngồi: 1603 x 50 x 483<br>1810 x 50 x 483<br>Bọc da HIA-04, bên trong nệm mút |    | 1  |                                                                                    |

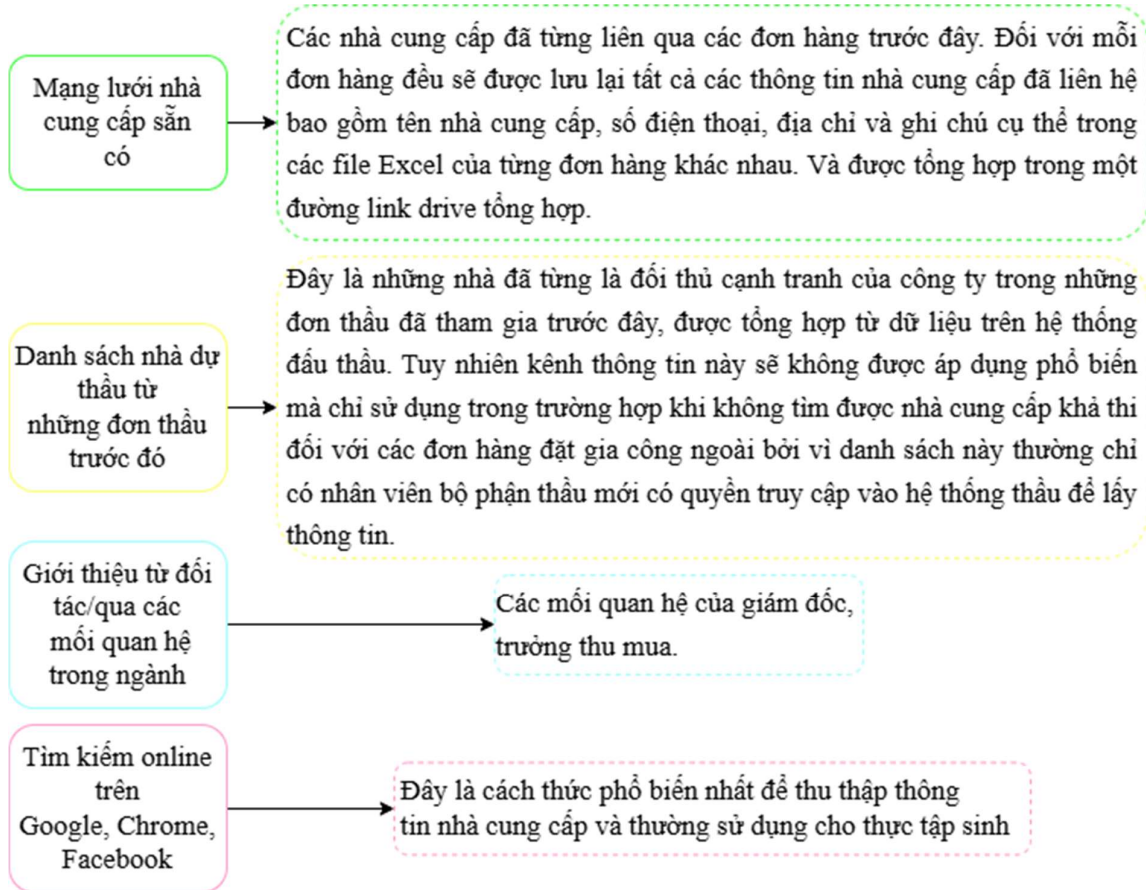
Hình 2.11: Hình ảnh bản vẽ thiết kế đính kèm

### 2.5.2.2. Tìm Kiếm Và Đánh Giá Nhà Cung Cấp (NCC)

### a. Tìm kiếm

Sau khi nhận được “phiếu đề nghị mua hàng/vật tư” từ các bộ phận liên quan, nhân viên thu mua (SC) tiến hành tìm kiếm nhà cung cấp.

Việc tìm kiếm nhà cung cấp có thể được thực hiện thông qua nhiều kênh như:



Hiện nay công ty chưa cấp sim phục vụ công việc cho thực tập sinh nên khi liên hệ với nhà cung cấp thường ưu tiên liên hệ với các nhà có đăng tải số điện thoại có đăng ký zalo để giảm chi phí gọi điện. Và trong một số trường hợp các nhà cung cấp không sử dụng nền tảng này có thể bị bỏ qua. Điều này dẫn đến việc công ty có thể sẽ bỏ lỡ các nhà cung cấp tiềm năng. Và đặc biệt trong những giai đoạn cao điểm vào cuối năm và sau tết, với nguồn nhân hạn chế, công tác tìm kiếm nhà cung cấp chưa mang lại kết quả tối ưu.

### b. Đánh giá và lựa chọn nhà cung cấp

Sau khi nhận được báo giá và các thông tin liên quan từ các nhà cung cấp (bao gồm thông tin về giá cả, điều kiện thanh toán, thời gian giao hàng, chất lượng sản phẩm, năng lực cung ứng, ...), thực tập sinh thu mua sẽ có trách nhiệm tổng hợp toàn bộ dữ liệu vào một file Excel dùng để so sánh và phân tích. Trong quá trình tổng hợp, cần ghi

chú rõ ràng về thái độ của nhà cung cấp trong quá trình trao đổi để thuận tiện trong việc đánh giá và lựa chọn nhà cung cấp. Việc tổng hợp này nhằm đảm bảo tất cả các lựa chọn đều được xem xét một cách khách quan và đầy đủ.

### **Nguyên tắc chung:**

Công ty Safurco Đà Nẵng áp dụng chính sách lựa chọn và đánh giá nhà cung cấp (NCC) theo từng loại hàng hóa để đảm bảo tối ưu về chi phí, chất lượng và tiến độ giao hàng.

Chính sách chia làm hai nhóm chính:

- Vật tư và văn phòng phẩm: Mua từ một NCC cố định để đảm bảo tính ổn định và tiện lợi trong quản lý. Tuy nhiên, định kỳ 6 tháng cần tham khảo lại giá cả trên thị trường để đàm phán lại giá vật tư mua vào với nhà cung cấp hoặc ra quyết định chuyển đổi nhà cung cấp mới nếu cần thiết.

- Hàng hóa gia công: Mua từ nhà cung cấp có giá cạnh tranh và các điều khoản tốt nhất trên thị trường, không cố định một nhà nào nhằm tối ưu chi phí.

### **Quy trình đánh giá và lựa chọn nhà cung cấp:**

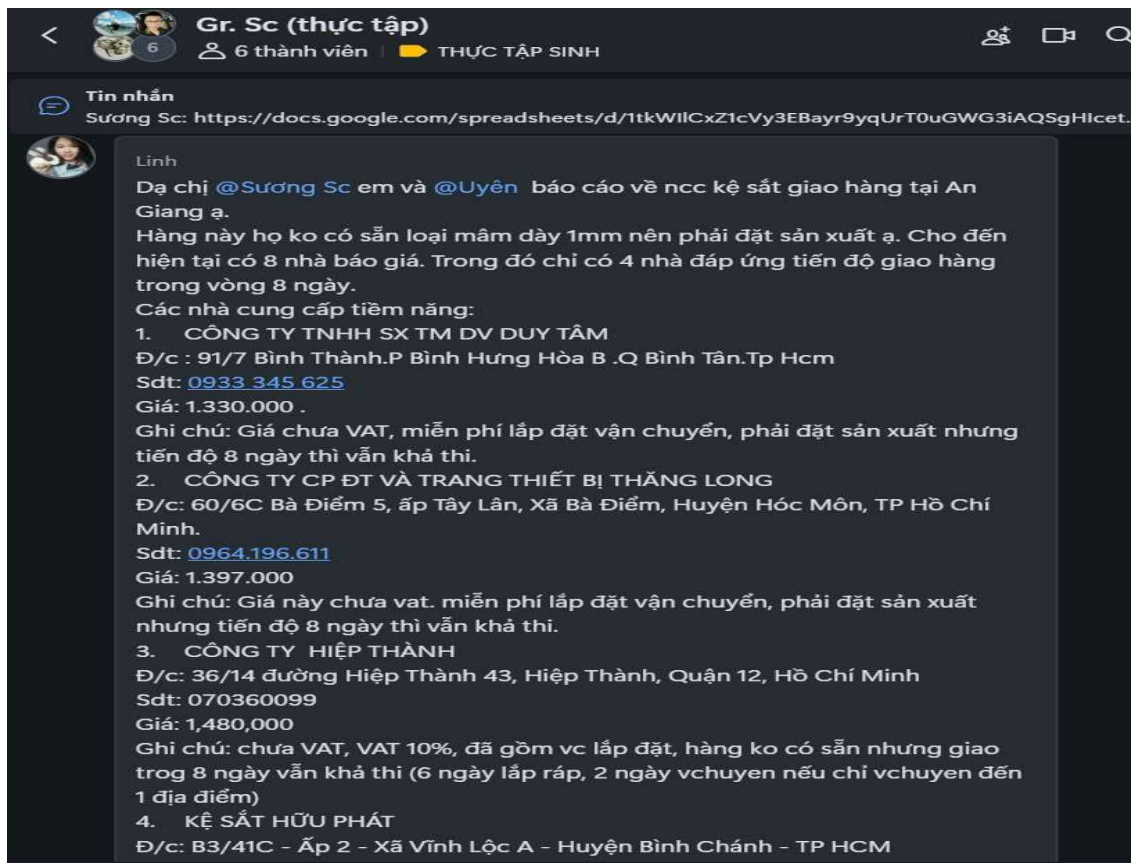
Việc đánh giá và lựa chọn nhà cung cấp phù hợp sẽ trải qua 2 giai đoạn:

- Giai đoạn 1:

Thực tập sinh đánh giá và lọc ra 5 nhà cung cấp có giá tốt nhất và đảm bảo đúng 100% quy cách được đưa ra, đồng thời tiến độ giao hàng cũng cần được đảm bảo. Sau khi lọc ra được kết quả 5 nhà cung cấp, thực tập sinh sẽ viết báo cáo và sắp xếp 5 nhà cung cấp theo mức độ tiềm năng giảm dần (đơn giá tăng dần). Trong báo cáo sẽ bao gồm tên nhà cung cấp, thông tin liên hệ, đơn giá và ghi chú tiến độ giao hàng và việc đáp ứng quy cách, ...), đề xuất 1 nhà cung cấp tiềm năng nhất và gửi cho trưởng bộ phận thu mua thông qua nhóm Zalo: “Gr.Sc (thực tập)”.

Trên thực tế, việc đánh giá nhà cung cấp về tiến độ, quy cách, chất lượng hàng hóa đều chưa có căn cứ đánh giá cụ thể mà chỉ dựa trên việc nhìn nhận chủ quan thông qua quá trình trao đổi với nhà cung cấp, website, ngày đăng ký mã số thuế của nhà cung cấp.

Sau đây là hình ảnh báo cáo của thực tập sinh trên nhóm Zalo:



Hình 2.12: Hình ảnh báo cáo của thực tập sinh trên nhóm Zalo

#### - Giai đoạn 2:

Trưởng bộ phận thu mua sẽ tiếp nhận thông tin và liên hệ trao đổi với các nhà cung cấp về các điều khoản trong hợp đồng bao gồm thanh toán, giao hàng và dịch vụ hậu mãi. Ngoài ra, dựa trên khả năng đàm phán và thương lượng của mình, trưởng bộ phận thu mua cũng có thể thương lượng giá cả để đạt được mức giá ưu đãi hơn.

Trong giai đoạn đánh giá này, để tối ưu thời gian, trưởng bộ phận thu mua sẽ không làm việc với tất cả 5 nhà cung cấp mà chỉ làm việc với một nhà cung cấp tiềm năng nhất được đề xuất từ thực tập sinh thu mua, nếu nhà cung cấp không đáp ứng yêu cầu thì sẽ tiếp tục làm việc với nhà cung cấp thứ 2 theo thứ tự từ trên xuống dưới cho đến khi tìm được nhà cung cấp phù hợp nhất.

Sau khi đã lựa chọn được nhà cung cấp phù hợp, trưởng bộ phận thu mua sẽ lập bảng tính tỷ suất lợi nhuận (bảng này cũng có thể được giao cho thực tập sinh làm) và viết báo cáo gửi cho tổng giám đốc phê duyệt.

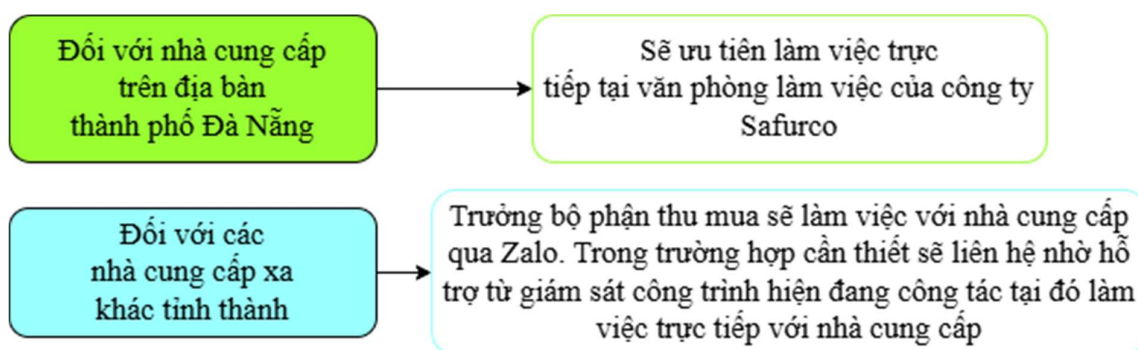
Phương án lựa chọn nhà cung cấp sẽ được trình lên Tổng Giám đốc phê duyệt thông qua nhóm Zalo nội bộ. Chỉ sau khi được tổng giám đốc duyệt, nhà cung cấp mới

được xác nhận là đơn vị cung cấp chính thức và tiến hành đặt hàng. Toàn bộ quá trình đánh giá và lựa chọn nhà cung cấp sẽ được lưu trữ đầy đủ để phục vụ việc theo dõi, đối chiếu và đánh giá lại trong tương lai.

### 2.5.2.3. Đàm Phán & ký kết hợp đồng

#### - Đàm phán với nhà cung cấp

Sau khi lựa chọn được nhà cung cấp phù hợp, bước tiếp theo là đàm phán các điều khoản sẽ có mặt trong hợp đồng. Đây là giai đoạn quan trọng nhằm đảm bảo quyền lợi và trách nhiệm của hai bên được làm rõ. Các điều khoản này cần được thỏa thuận và ghi rõ ràng, chi tiết trong hợp đồng để tránh xảy ra tranh chấp sau này và đảm bảo tính pháp lý trong quá trình hợp tác.



#### - Ký kết hợp đồng

Khi tất cả các điều khoản đã được thống nhất giữa hai bên, bước tiếp theo là ký kết hợp đồng chính thức. Lúc này, hợp đồng sẽ được trình bày dưới dạng văn bản chính thức, có đầy đủ chữ ký của đại diện hai bên. Điều này giúp xác nhận rằng tất cả các cam kết, điều khoản đã thỏa thuận đều có hiệu lực và có giá trị pháp lý.

Hợp đồng sẽ được bên nhà cung cấp soạn thảo, in ra 2 bản và ký đóng dấu sau đó sẽ được gửi đến công ty. Sau khi kiểm tra kỹ lưỡng từng điều khoản một, trưởng bộ phận thu mua sẽ ký đóng dấu và gửi lại một bản cho nhà cung cấp.

Khi ký kết hợp đồng, cần đảm bảo:

- + Kiểm tra lại nội dung hợp đồng một lần nữa để chắc chắn rằng tất cả thông tin, điều khoản đều chính xác.
- + Chữ ký của các bên có thẩm quyền: Cần có chữ ký của người đại diện theo pháp luật của cả công ty và nhà cung cấp, và lưu trữ bản sao hợp đồng trong hồ sơ pháp lý của công ty.
- + Xác nhận về điều khoản bảo mật thông tin (nếu có), tránh tình trạng lộ thông tin nhạy cảm trong quá trình thực hiện hợp đồng.

### - Đề nghị thanh toán tạm ứng

Sau khi hoàn tất ký kết hợp đồng, trưởng bộ phận thu mua lập “Giấy đề nghị thanh toán” và gửi mail trình duyệt tạm ứng / thanh toán đến tổng giám đốc đính kèm hợp đồng (để thuận tiện trong việc gửi và lưu giữ thông tin thì hợp đồng được scan và lưu trữ dưới dạng file mềm). Tổng giám đốc duyệt qua tin nhắn trả lời email.

Sau khi được duyệt, bộ phận thu mua chụp lại hình ảnh phản hồi thông qua đề xuất tạm ứng / thanh toán để làm minh chứng. Trưởng bộ phận thu mua gửi “Giấy đề nghị thanh toán” trình bộ phận kế toán duyệt đính kèm minh chứng và hợp đồng.

|                                                                                   |                                               |                                                                                              |                                          |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|
|  |                                               | Mẫu số 05 – TT<br>(Ban hành theo TT số: 133/2016/TT-BTC<br>ngày 28/8/2016 của Bộ trưởng BTC) |                                          |
| <b>GIẤY ĐỀ NGHỊ THANH TOÁN</b><br>Ngày ..... tháng ..... năm 2024                 |                                               |                                                                                              |                                          |
| Kính gửi:                                                                         | Ông Nguyễn Hoàng Long - Tổng Giám đốc SaTurco |                                                                                              |                                          |
| Họ và tên người đề nghị:                                                          | .....                                         |                                                                                              |                                          |
| Bộ phận (địa chỉ):                                                                | .....                                         |                                                                                              |                                          |
| Nội dung thanh toán:                                                              | .....                                         |                                                                                              |                                          |
| Sếp duyệt Zalo                                                                    | .....                                         | Ngày                                                                                         | .....                                    |
| Đã lên mail:                                                                      | .....                                         |                                                                                              |                                          |
| Thông tin chuyển khoản:                                                           | .....                                         |                                                                                              |                                          |
| Số tiền:                                                                          | ..... VNĐ                                     |                                                                                              |                                          |
| Viết bằng chữ:                                                                    | .....                                         |                                                                                              |                                          |
| Kèm theo (đơn đặt hàng/báo giá/hợp đồng/hóa đơn bán lẻ hoặc VAT/tin nhắn...):     |                                               |                                                                                              |                                          |
| Tổng Giám đốc<br>(Ký tên, đóng dấu)                                               | Kế toán trưởng<br>(Ký, họ tên)                | Kế toán<br>(Ký, họ tên)                                                                      | Người đề nghị thanh toán<br>(Ký, họ tên) |
| Nguyễn Hoàng Long                                                                 | Lương Minh Toàn                               | Võ Thị Kiều Loan                                                                             | .....                                    |

Hình 2.13: Giấy đề nghị thanh toán

### - Kế toán (ACC) kiểm tra và xử lý thanh toán.

Sau khi tiếp nhận thông tin, nhân viên kế toán kiểm tra và tiến hành thanh toán.

Khi thanh toán hoàn tất, nhân viên kế toán gửi biên lai điện tử đến bộ phận thu mua để bộ phận thu mua nắm bắt thông tin và xác nhận lại với nhà cung cấp.

#### 2.5.2.4. Theo Dõi Đơn Hàng và Kiểm Tra Chất Lượng

Sau khi hoàn tất thanh toán hoặc tạm ứng tiền hàng theo yêu cầu của nhà cung cấp, bộ phận thu mua sẽ tiếp tục thực hiện các bước kiểm tra, nhận hàng và bàn giao sản phẩm cho các bộ phận sử dụng.

Quy trình này bao gồm các bước như sau:

### - Liên hệ nhận hàng:

Bộ phận thu mua sẽ liên hệ với nhà cung cấp để xác nhận ngày giờ giao hàng và sắp xếp việc nhận hàng tại kho hoặc công trình. Các thông tin về số lượng, chủng loại hàng hóa phải được xác nhận trước khi giao nhận.

**- Kiểm tra chất lượng và số lượng hàng hóa:**

Khi nhận hàng, bộ phận thu mua sẽ phối hợp cùng với các bộ phận sử dụng để kiểm tra chất lượng và số lượng của hàng hóa. Các sản phẩm phải phù hợp với mẫu đã duyệt và đúng như yêu cầu kỹ thuật đã được thỏa thuận trong hợp đồng.

|                            |                                                                                                                                                                                                                           |
|----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Kiểm tra số lượng</b>   | Đối chiếu với đơn đặt hàng và phiếu giao hàng để chắc chắn rằng số lượng hàng hóa đúng như đã thỏa thuận.                                                                                                                 |
| <b>Kiểm tra chất lượng</b> | Kiểm tra kỹ lưỡng chất lượng sản phẩm theo các tiêu chuẩn, bao gồm kích thước, màu sắc, vật liệu và độ hoàn thiện. Nếu có bất kỳ vấn đề gì, bộ phận thu mua phải báo cáo ngay cho nhà cung cấp và yêu cầu xử lý kịp thời. |

**- Lập phiếu giao hàng hoặc phiếu bàn giao:**

Sau khi kiểm tra xong, bộ phận thu mua sẽ lập phiếu giao hàng hoặc phiếu bàn giao để xác nhận việc nhận hàng. Phiếu này sẽ được ký bởi đại diện của công ty và nhà cung cấp, sau đó bàn giao cho bộ phận sử dụng hoặc khách hàng nếu là đơn hàng theo yêu cầu.

**- Xử lý vấn đề phát sinh:**

Trong trường hợp phát hiện sản phẩm không đạt yêu cầu về chất lượng (về hình thức, tính năng, v.v.), bộ phận thu mua cần báo cáo ngay cho nhà cung cấp để có biện pháp xử lý, bao gồm:

- + Đổi trả hàng hóa không đạt yêu cầu.
- + Hoặc yêu cầu nhà cung cấp bổ sung hàng hóa thay thế kịp thời.

Khi có vấn đề phát sinh, các bộ phận liên quan phải làm việc nhanh chóng và minh bạch để tránh làm gián đoạn tiến độ thi công hoặc sản xuất của công ty.

**2.5.2.5. Nghiệm Thu Và Hoàn Tất Thanh Toán**

- Sau khi nhận hàng, nếu cần thanh toán tiếp:

- + Lập phiếu đề nghị thanh toán (lần 2) kèm phiếu giao hàng có ký nhận.
- + Nếu đơn hàng đã thanh toán 100%, gửi phiếu giao hàng cho bộ phận kế toán để

lưu trữ.

- Bộ phận thu mua có trách nhiệm đốc thúc nhà cung cấp cung cấp đủ hóa đơn, chứng từ hợp đồng, ...

### **2.5.3. Đánh giá hiệu quả hoạt động thu mua hiện tại của công ty**

Trong năm 2024, trung bình mỗi tháng bộ phận thu mua tiếp nhận khoảng 20 yêu cầu mua hàng, chủ yếu phục vụ cho các dự án thi công nội thất theo đơn đặt hàng của khách và đơn thầu các dự án của nhà nước. Tính theo số liệu tổng hợp, tỷ lệ đơn hàng được xử lý đúng tiến độ đạt khoảng 80%, cho thấy bộ phận thu mua hiện vẫn đảm bảo được yêu cầu cơ bản về mặt thời gian.

Tuy nhiên, vẫn còn khoảng 15% đơn hàng bị chậm tiến độ từ 2–5 ngày so với kế hoạch ban đầu. Nguyên nhân chủ yếu là do kéo dài thời gian tìm kiếm, đàm phán với nhà cung cấp và thiếu kế hoạch thu mua dự phòng trong trường hợp có sự thay đổi bất ngờ về chủng loại hoặc khối lượng vật tư từ phía bộ phận thiết kế hoặc khách hàng, bộ phận thu mua không có sẵn phương án thay thế nhanh, dẫn đến mất thời gian điều chỉnh đơn hàng.

Bên cạnh đó, khoảng 5% đơn hàng phát sinh sự cố nghiêm trọng như giao sai chủng loại, sai số lượng hoặc không đáp ứng yêu cầu kỹ thuật, dẫn đến việc phải đổi trả. Những sự cố này không chỉ làm chậm tiến độ thi công mà còn phát sinh chi phí và ảnh hưởng đến uy tín của công ty đối với khách hàng. Đáng chú ý, bộ phận thu mua chưa xây dựng phương án dự phòng cũng như hệ thống phản ứng nhanh với các rủi ro, khiến tác động tiêu cực đến tiến độ, chi phí và chất lượng công trình càng trở nên nghiêm trọng hơn.

Về mặt chi phí, giá mua vào ở nhiều đơn hàng vẫn chưa thực sự tối ưu, ảnh hưởng đến tỷ suất lợi nhuận chung của công ty. Trung bình tỷ suất lợi nhuận của các đơn hàng dao động trong khoảng 15% đến 20%. Nguyên nhân một phần xuất phát từ việc phân lớn các giao dịch chỉ diễn ra theo từng đơn hàng, mang tính ngắn hạn, công ty không có cơ sở để đàm phán mức giá ưu đãi theo số lượng lớn hoặc theo kỳ hạn hợp tác dài hơn. Việc thiếu cơ chế hợp tác ổn định cũng khiến công ty khó đạt được các chính sách chiết khấu, bảo hành hoặc hỗ trợ kỹ thuật từ nhà cung cấp, làm giảm tính cạnh tranh của sản phẩm/dịch vụ đầu ra.

⇒ Tổng thể, hoạt động thu mua hiện tại nhìn chung vẫn đáp ứng được nhu cầu cơ bản của công ty, tuy nhiên hiệu quả chưa cao do còn tồn tại một số hạn chế về quy trình, hệ thống quản lý và nguồn lực thực hiện.

## **2.6. Kết luận chung về hoạt động thu mua của công ty**

### **2.6.1. Ưu điểm.**

#### ***- Quy trình thu mua được chuẩn hóa và có tính hệ thống rõ ràng:***

Một trong những ưu điểm lớn nhất trong hoạt động thu mua tại Safurco là công ty đã xây dựng được quy trình thu mua tương đối rõ ràng, logic và có hệ thống. Các bước trong quy trình được xác định cụ thể từ khâu xác định nhu cầu, lập phiếu đề nghị, tìm kiếm – đánh giá nhà cung cấp, đến đàm phán, ký kết hợp đồng, theo dõi đơn hàng, và hoàn tất thanh toán.

Các bộ phận có nhu cầu như thiết kế, kinh doanh, hành chính... đều có mẫu để trình bày nhu cầu mua sắm, đồng thời phải gửi qua các kênh chính thức như email và Zalo nhóm nội bộ, giúp quy trình luân chuyển thông tin minh bạch, nhanh chóng và có thể đổi chiều khi cần thiết.

#### ***- Phối hợp nội bộ linh hoạt, ứng dụng công nghệ trong trao đổi thông tin:***

Công ty đã vận dụng tốt các công cụ hỗ trợ truyền thông nội bộ như nhóm Zalo, email nhóm, nền tảng chia sẻ tài liệu, để tăng cường sự phối hợp giữa bộ phận thu mua với các bộ phận liên quan như thiết kế, thi công, kế toán, kho, hành chính...

Thông tin về đơn hàng, tiến độ đặt hàng, cập nhật từ NCC được gửi kịp thời và lưu lại dưới dạng số hóa, giúp hạn chế thất thoát thông tin, dễ dàng truy vết và xử lý khi phát sinh sự cố.

Việc chủ động thêm bộ phận thu mua vào các nhóm Zalo làm việc của kinh doanh hoặc kỹ thuật với khách hàng, cũng thể hiện sự linh hoạt trong phối hợp đa chiều, giúp bộ phận thu mua nắm bắt nhanh các thay đổi về yêu cầu sản phẩm, điều chỉnh thiết kế hoặc cập nhật vật tư thực tế tại công trình. Đây là một lợi thế giúp rút ngắn thời gian xử lý đơn hàng, đặc biệt hiệu quả trong bối cảnh các dự án nội thất thường có yêu cầu cao về tiến độ và sự thay đổi linh hoạt từ phía khách hàng.

#### ***- Chính sách phân nhóm nhà cung cấp phù hợp với đặc thù sản phẩm:***

Với vật tư cố định hoặc văn phòng phẩm, công ty ưu tiên hợp tác với nhà cung cấp lâu dài, giúp đảm bảo tính ổn định về chất lượng và giao hàng. Với hàng hóa gia công hoặc cần giá cạnh tranh, công ty lựa chọn nhà cung cấp theo từng đơn hàng, dựa vào báo giá và điều kiện thực tế trên thị trường, nhờ đó tối ưu chi phí đầu vào.

Chính sách phân nhóm này thể hiện sự linh hoạt trong chiến lược thu mua, đảm bảo cân bằng giữa sự ổn định và tối ưu tài chính, phù hợp với thực tiễn ngành nội thất nơi mà vật tư gia công thường biến động nhiều hơn so với vật tư chuẩn.

### **2.6.2. Nhược điểm.**

Bên cạnh những mặt tích cực, hoạt động thu mua tại Safurco vẫn tồn tại một số hạn chế mang tính hệ thống. Những nhược điểm này, nếu không được khắc phục kịp thời, có thể làm suy giảm hiệu quả vận hành, gây ảnh hưởng đến chất lượng dự án, lợi nhuận và hình ảnh chuyên nghiệp của công ty trên thị trường.

#### ***- Thiếu phương án dự phòng rủi ro:***

Việc không có danh sách nhà cung cấp thay thế hoặc hợp đồng dự phòng sẵn sàng kích hoạt trong tình huống khẩn cấp đã khiến công ty bị động, buộc phải tìm mua hàng thay thế với mức giá cao hơn dự kiến. Điều này cho thấy, chiến lược thu mua của công ty còn thiếu tính linh hoạt và chưa xây dựng hệ thống phản ứng nhanh với rủi ro trong chuỗi cung ứng.

#### ***- Công tác tìm kiếm nhà cung cấp chưa được thực hiện tốt ở các giai đoạn cao điểm:***

Vào những thời điểm cao điểm trong năm, đặc biệt là giai đoạn sau Tết hoặc cuối năm, khối lượng công việc và số lượng đơn hàng tăng đột biến khiến bộ phận thu mua khó đảm bảo thời gian và nguồn lực để thực hiện đầy đủ các bước tìm kiếm và đánh giá nhà cung cấp.

Bên cạnh đó, trong quá trình thực hiện song song nhiều đơn hàng, việc tìm kiếm nhà cung cấp thường bị giới hạn ở những đối tác có liên kết qua các nền tảng trực tuyến. Đồng thời, nhân viên thu mua chủ yếu chỉ nhắn tin qua Zalo và chờ phản hồi thay vì chủ động gọi điện thoại, dẫn đến việc bỏ lỡ nhiều phương án hợp lý và hiệu quả hơn.

Ngoài ra, việc thiếu một công cụ quản lý nhà cung cấp phù hợp cũng làm tăng thời gian tìm kiếm. Hiện tại công ty chỉ sử dụng phần mềm Excel để lưu thông tin và quản lý nhà cung cấp, điều này gây khó khăn trong việc truy xuất thông tin nhanh chóng.

#### ***- Cách đánh giá nhà cung cấp còn thiên về cảm tính:***

Một trong những hạn chế đáng chú ý trong hoạt động thu mua tại công ty là cách thức đánh giá nhà cung cấp hiện nay còn mang tính cảm tính và thiếu hệ thống tiêu chí rõ ràng. Việc đánh giá nhà cung cấp còn mang tính chủ quan dựa trên cảm tính của thực tập sinh và trưởng bộ phận. Khi lựa chọn nhà cung cấp mới hoặc tiếp tục hợp tác với

nhà cung cấp cũ, bộ phận thu mua thường chỉ dựa trên việc nhà cung cấp cam kết bằng lời nói về tiến độ giao hàng, chất lượng sản phẩm hoặc khả năng hỗ trợ kỹ thuật, thay vì yêu cầu cung cấp các minh chứng cụ thể như bảng theo dõi tiến độ giao hàng trong quá khứ, tỷ lệ lỗi sản phẩm, hoặc thời gian phản hồi khi có sự cố xảy ra. Điều này không chỉ làm giảm tính minh bạch trong quá trình đánh giá mà còn tiềm ẩn nguy cơ lựa chọn phải những nhà cung cấp không thực sự đáp ứng được yêu cầu của công ty

***- Việc quản trị mối quan hệ với nhà cung cấp chưa được đề cao:***

Hoạt động thu mua của công ty cũng chịu ảnh hưởng đáng kể từ việc chưa xây dựng được mối quan hệ hợp tác ổn định và lâu dài với các nhà cung cấp chiến lược. Do phần lớn các giao dịch chỉ diễn ra theo từng đơn hàng, mang tính ngắn hạn, công ty không có cơ sở để đàm phán mức giá ưu đãi theo số lượng lớn hoặc theo kỳ hạn hợp tác dài hơn. Trong các đợt cao điểm như sau Tết và cuối năm – khi nhu cầu vật tư trên thị trường tăng mạnh – công ty thường không được ưu tiên về giá hoặc thời gian giao hàng do không có cam kết mua hàng dài hạn. Việc thiếu cơ chế hợp tác ổn định cũng khiến công ty khó đạt được các chính sách chiết khấu, bảo hành hoặc hỗ trợ kỹ thuật từ nhà cung cấp, làm giảm tính cạnh tranh của sản phẩm/dịch vụ đầu ra.

**2.6.3. Nguyên nhân**

Những nhược điểm trong hoạt động thu mua tại Safurco xuất phát từ nhiều nguyên nhân mang tính hệ thống, cụ thể như:

***- Thiếu kế hoạch quản trị rủi ro và phương án dự phòng nguồn cung***

Công ty hiện chưa xây dựng được hệ thống đánh giá rủi ro chuỗi cung ứng một cách chủ động. Việc không có danh sách nhà cung cấp thay thế, không duy trì tồn kho an toàn và không ký kết các hợp đồng khung hoặc hợp đồng dự phòng khiến công ty rơi vào thế bị động khi nguồn cung bị gián đoạn hoặc giá thị trường biến động mạnh. Nguyên nhân gốc rễ nằm ở việc chưa xem chuỗi cung ứng như một yếu tố chiến lược cần quản lý dài hạn, mà chủ yếu vẫn vận hành theo hướng "mua gì – kiếm đó".

***- Thiếu nhân sự và công cụ hỗ trợ trong các giai đoạn cao điểm***

Vào các thời điểm cuối năm hoặc sau Tết, khi khối lượng đơn hàng gia tăng đột biến, bộ phận thu mua không được tăng cường nguồn lực tương xứng, dẫn đến việc quá tải và không thể thực hiện đầy đủ quy trình tìm kiếm, đánh giá nhà cung cấp một cách bài bản.

Bên cạnh đó, việc phụ thuộc vào các phương thức liên hệ thụ động như nhắn tin Zalo thay vì chủ động gọi điện hoặc liên lạc trực tiếp cũng làm giảm hiệu quả trong khâu đàm phán và tìm kiếm giải pháp tối ưu.

Ngoài ra, bộ phận thu mua của công ty chủ yếu sử dụng Excel để lưu trữ và quản lý thông tin nhà cung cấp. Tuy cách làm này đơn giản và dễ sử dụng, nhưng khi khối lượng dữ liệu ngày càng nhiều, phương pháp này bộc lộ nhiều hạn chế rõ rệt, ảnh hưởng đến hiệu quả công việc.

***- Thiếu quy trình và hệ thống đánh giá nhà cung cấp một cách khách quan và chuyên nghiệp***

Hiện nay, hoạt động đánh giá nhà cung cấp tại Safurco vẫn còn mang tính cảm tính, chủ yếu dựa vào kinh nghiệm cá nhân hoặc đánh giá định tính của trưởng bộ phận và thực tập sinh. Việc lựa chọn và tiếp tục hợp tác với nhà cung cấp phần lớn dựa trên sự quen thuộc, uy tín truyền miệng hoặc cảm nhận chủ quan, mà chưa được định lượng rõ ràng bằng các tiêu chí cụ thể.

Công ty chưa xây dựng được một bộ tiêu chí đánh giá chuẩn hóa, ví dụ như: tỷ lệ giao hàng đúng hạn, tỷ lệ lỗi sản phẩm, thời gian phản hồi, giá cả so với mặt bằng thị trường, khả năng đáp ứng đơn hàng gấp, hay thái độ hợp tác khi phát sinh sự cố. Bên cạnh đó, chưa có hệ thống chấm điểm, phân loại hoặc xếp hạng nhà cung cấp để phục vụ cho các quyết định lựa chọn, tái ký hợp đồng hay loại trừ khỏi danh sách đối tác.

***- Chưa có chiến lược xây dựng và duy trì quan hệ với NCC chiến lược***

Công ty hiện chưa thực sự chú trọng đến việc phát triển mối quan hệ bền vững với các nhà cung cấp quan trọng. Việc hợp tác chủ yếu diễn ra theo đơn hàng ngắn hạn, không có chính sách ưu đãi dài hạn, chương trình giữ chân hay tương tác định kỳ.

Điều này dẫn đến tình trạng các nhà cung cấp thiếu sự gắn bó và không có động lực ưu tiên Safurco khi xảy ra cạnh tranh nguồn hàng hoặc biến động thị trường. Trong nhiều trường hợp, các nhà cung cấp dễ dàng chuyển hướng ưu tiên sang những khách hàng có lịch sử hợp tác ổn định hơn hoặc đưa ra chính sách hấp dẫn hơn từ phía đối tác khác.

### **CHƯƠNG 3: ĐỀ XUẤT MỘT SỐ GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN HOẠT ĐỘNG THU MUA CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN THIẾT KẾ VÀ THI CÔNG NỘI THẤT NGÔI SAO LONG NGUYỄN - SAFURCO.**

#### **3.1. Cơ sở đề xuất giải pháp**

Việc đề xuất giải pháp hoàn thiện hoạt động thu mua tại công ty Safurco được xây dựng trên cơ sở tổng hợp từ ba nhóm căn cứ chính:

- **Căn cứ thực tiễn từ thực trạng hoạt động thu mua hiện tại:** Phân tích thực trạng cho thấy quy trình thu mua của công ty còn tồn tại nhiều điểm hạn chế như: thiếu phương án dự phòng khi nhà cung cấp gặp sự cố, quá trình tìm kiếm và đánh giá nhà cung cấp chưa có quy chuẩn rõ ràng, việc quản lý thông tin nhà cung cấp chưa hệ thống, công tác phối hợp giữa các bộ phận còn thủ công và rời rạc. Những bất cập này đã và đang dẫn đến các vấn đề như: đơn hàng chậm tiến độ (chiếm 15%), đơn hàng sai sót kỹ thuật (chiếm 5%), giá mua vào chưa tối ưu khiến tỷ suất lợi nhuận trung bình chỉ đạt 15–20%, thấp hơn kỳ vọng so với đặc thù ngành.

- **Căn cứ từ yêu cầu nâng cao hiệu quả kinh doanh và cạnh tranh của công ty:** Trong bối cảnh thị trường nội thất có tính cạnh tranh ngày càng cao, chi phí nguyên vật liệu chiếm tỷ trọng lớn trong giá vốn hàng bán, nên hoạt động thu mua cần đóng vai trò chiến lược, không chỉ dừng ở việc "đặt hàng đúng" mà còn phải "mua hàng hiệu quả". Việc thiếu hệ thống đánh giá, chưa có mối quan hệ dài hạn với nhà cung cấp và thiếu dữ liệu phân tích đã khiến công ty chưa tận dụng được vai trò tiết giảm chi phí và ổn định chất lượng đầu vào từ bộ phận thu mua.

- **Căn cứ từ lý luận và thông lệ quản trị chuỗi cung ứng:** Theo lý thuyết chuỗi cung ứng hiện đại, một hệ thống thu mua hiệu quả cần đảm bảo 3 yếu tố: lựa chọn nhà cung cấp tối ưu, kiểm soát chi phí và rủi ro, đồng thời duy trì quan hệ hợp tác dài hạn nhằm tạo ra lợi thế cạnh tranh. Việc thiếu các công cụ như chỉ số đánh giá nhà cung cấp (KPI), chính sách thu mua định kỳ, cơ chế phản hồi sau cung ứng,... đang khiến Safurco chưa theo kịp các tiêu chuẩn này.

Từ những cơ sở trên, tôi xin đề xuất một số giải pháp hoàn thiện hoạt động thu mua của công ty.

### **3.2. Một số giải pháp hoàn thiện hoạt động thu mua tại công ty**

Từ những hạn chế đã được phân tích ở phần trên, có thể thấy hoạt động thu mua tại công ty tuy đã bước đầu đáp ứng yêu cầu phục vụ dự án nhưng vẫn còn nhiều bất cập cần khắc phục. Để nâng cao hiệu quả, đảm bảo tiến độ, tối ưu chi phí và xây dựng quy trình chuyên nghiệp hơn, công ty cần thực hiện đồng bộ nhiều giải pháp.

Các giải pháp đề xuất không chỉ nhằm giải quyết những vấn đề trước mắt như tình trạng chậm tiến độ hay chi phí chưa tối ưu, mà còn hướng tới việc xây dựng nền tảng thu mua vững chắc, hỗ trợ cho sự phát triển dài hạn.

#### **3.2.1. Xây dựng phương án dự phòng rủi ro**

##### ***3.2.1.1. Xây dựng danh sách nhà cung cấp dự phòng:***

Mỗi nhóm hàng hóa hoặc vật tư chủ lực như gỗ công nghiệp, phụ kiện nội thất, vải bọc, đá... cần được thiết lập danh sách từ 2–3 nhà cung cấp thay thế. Những nhà cung cấp này không chỉ đơn thuần là lựa chọn thay thế về mặt lý thuyết mà cần được đánh giá thực tế theo tiêu chí về năng lực sản xuất, giá cả, khả năng giao hàng và độ tin cậy.

Công ty nên ký hợp đồng khung (framework agreement) với các nhà cung cấp dự phòng này – đây là dạng hợp đồng không ràng buộc về số lượng cụ thể, nhưng quy định sẵn các điều khoản về giá, thời gian giao hàng, và quy trình kích hoạt khi cần thiết. Điều này sẽ giúp Safurco rút ngắn thời gian thương lượng và kích hoạt phương án thay thế nhanh chóng khi nhà cung cấp chính gặp trục trặc.

Bên cạnh đó, danh sách nhà cung cấp dự phòng cần được cập nhật định kỳ (ví dụ: mỗi 6 tháng) để đảm bảo dữ liệu luôn chính xác và phản ánh đúng năng lực thực tế của các đối tác. Việc này cũng giúp Safurco duy trì sự chủ động trong lựa chọn nguồn cung, từ đó giảm áp lực đàm phán, tránh tình trạng bị ép giá khi khan hiếm hàng.

Dưới đây là mẫu hợp đồng khung trong mua bán hàng hóa:

Hình 3.1: Mẫu hợp đồng khung trong mua bán hàng hóa

**CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM**  
**Độc lập – Tự do – Hạnh phúc**

**HỢP ĐỒNG KHUNG**

(V/v mua bán hàng hóa .....)

Số: .....

- Căn cứ Bộ Luật Dân sự số 91/2015/QH13 được Quốc hội nước CHXHCN Việt Nam thông qua ngày 24/11/2015;
- Căn cứ Luật Thương mại số 36/2005/QH11 do Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam thông qua ngày 14 tháng 6 năm 2005;
- Căn cứ Hợp đồng khung về việc cung cấp hàng hóa ..... số ..... ngày ...../...../.....;
- Căn cứ nhu cầu và khả năng của hai Bên.

Hôm nay, ngày ... tháng ... năm ..., tại ....., chúng tôi gồm:

**BÊN BÁN:**

Địa chỉ: .....

Điện thoại: ..... Fax: .....

Số ĐKKD: ..... Cấp ngày: ...../...../..... tại: .....

Mã số thuế: .....

Đại diện: ..... Chức vụ: .....

(Sau đây gọi là "Bên A")

**BÊN MUA: CÔNG TY CỔ PHẦN THIẾT KẾ VÀ THI CÔNG NỘI THẤT NGÔI SAO LONG NGUYỄN**

Địa chỉ: 18 Lê Đại Hành, Phường Khuê Trung, Quận Cẩm Lệ, Thành Phố Đà Nẵng, Việt Nam.

Điện thoại: 02363 633 699 / 02363 633 799 Fax: .....

Số ĐKKD: ..... Cấp ngày: ...../...../..... tại: .....

Mã số thuế: 0401961956

Đại diện: Nguyễn Hoàng Long Chức vụ: Tổng Giám đốc

(Sau đây gọi là "Bên B")

Sau khi thỏa thuận, hai Bên cùng đồng ý ký kết Hợp đồng khung về việc cung ứng hàng hóa ..... cho bên B (sau đây gọi là "Hợp đồng") với các điều khoản sau:

**Điều 1: Các nguyên tắc chung**

1. Hai Bên tham gia ký kết Hợp đồng này trên cơ sở quan hệ bạn hàng, bình đẳng và cùng có lợi theo đúng các quy định của Pháp luật.
2. Các nội dung trong bản hợp đồng này chỉ được sửa đổi khi có sự thỏa thuận của hai bên và được thống nhất bằng văn bản. Văn bản thay đổi nội dung hợp đồng khung này được xem là Phụ lục và là một phần không thể tách rời của Hợp đồng.
3. Các nội dung hợp tác, mua bán hàng hóa cụ thể theo từng thời điểm sẽ được cụ thể hóa trong các bản Hợp đồng mua bán cụ thể.
4. Điều khoản nào trong Hợp đồng mua bán mâu thuẫn với các điều khoản trong Hợp đồng này thì sẽ thực hiện theo các điều khoản được quy định trong Hợp đồng này.
5. Các tài liệu có liên quan và gắn liền với hợp đồng này bao gồm: Đơn đặt hàng cụ thể theo từng thời điểm trong thời gian Hợp đồng khung này có hiệu lực.

**Điều 2: Hàng hóa và giá cả**

1. Hàng hóa: [Tên hàng hóa, mô tả kỹ thuật]

2. Giá bán được quy định chi tiết trong phụ lục giá kèm theo hợp đồng và được áp dụng theo định kỳ 06 (sáu) tháng kể từ ngày hợp đồng có hiệu lực. Sau mỗi kỳ, hai Bên sẽ xem xét và thỏa thuận điều chỉnh giá (nếu cần) bằng văn bản.
3. Giá trên chưa bao gồm thuế VAT và các chi phí phát sinh khác (nếu có).

**Điều 3: Số lượng và đặt hàng**

1. Hợp đồng không ràng buộc về số lượng cụ thể.
2. Mỗi lần đặt hàng sẽ được thực hiện thông qua văn bản hoặc email xác nhận của Bên B gửi cho Bên A.
3. Bên A cam kết đáp ứng các đơn hàng theo yêu cầu của Bên B trong phạm vi điều kiện của hợp đồng.

**Điều 4: Thời gian và địa điểm giao hàng**

1. Thời gian giao hàng: [Số ngày] kể từ ngày Bên B gửi đơn đặt hàng.
2. Địa điểm giao hàng: [Địa điểm giao hàng cụ thể].

**Điều 5: Thanh toán**

1. Hình thức thanh toán: [Chuyển khoản/tiền mặt].
2. Thời hạn thanh toán: [Số ngày] kể từ ngày Bên B nhận được hóa đơn hợp lệ.
3. Các điều khoản khác liên quan đến thanh toán được quy định chi tiết trong Phụ lục hợp đồng (nếu có).

**Điều 7: Quyền và nghĩa vụ của các bên**

1. Bên B có quyền yêu cầu Bên A cung cấp hàng hóa đúng chất lượng, số lượng và thời gian đã thỏa thuận.
2. Bên A có nghĩa vụ đảm bảo cung cấp hàng hóa đúng tiêu chuẩn, đúng hạn và hỗ trợ Bên B khi có yêu cầu.

**Điều 8: Giải quyết tranh chấp**

Mọi tranh chấp phát sinh từ hợp đồng này sẽ được giải quyết trước hết bằng thương lượng giữa các bên. Trường hợp không giải quyết được sẽ đưa ra cơ quan trọng tài hoặc tòa án có thẩm quyền tại Việt Nam để giải quyết.

**Điều 9: Thời hạn hợp đồng**

1. Hợp đồng có hiệu lực trong vòng 02 (hai) năm kể từ ngày ký.
2. Sau khi hết thời hạn nêu trên, hợp đồng sẽ tự động được gia hạn thêm 02 (hai) năm tiếp theo, trừ khi một trong hai Bên thông báo bằng văn bản về việc không tiếp tục gia hạn ít nhất 30 (ba mươi) ngày trước ngày hết hạn.
3. Hợp đồng có thể được chấm dứt hoặc gia hạn sớm hơn theo thỏa thuận bằng văn bản của các Bên.

**Điều 10: Điều khoản chung**

1. Hợp đồng này không ràng buộc về số lượng cụ thể trong từng lần giao dịch.
2. Mọi sửa đổi, bổ sung hợp đồng phải được lập thành văn bản và có chữ ký của đại diện các bên.
3. Hợp đồng được lập thành 02 bản có giá trị pháp lý như nhau, mỗi bên giữ 01 bản.

**ĐẠI DIỆN BÊN A**  
(Ký, ghi rõ họ tên, chức vụ)

**ĐẠI DIỆN BÊN B**  
(Ký, ghi rõ họ tên, chức vụ)

Trên thực tế các nhà cung cấp thường ngại “ràng buộc” nếu không thấy lợi ích rõ ràng. Tuy nhiên, công ty Safurco hoàn toàn có thể đưa ra các giá trị mang tính hợp tác chiến lược, dù chưa cam kết số lượng cụ thể:

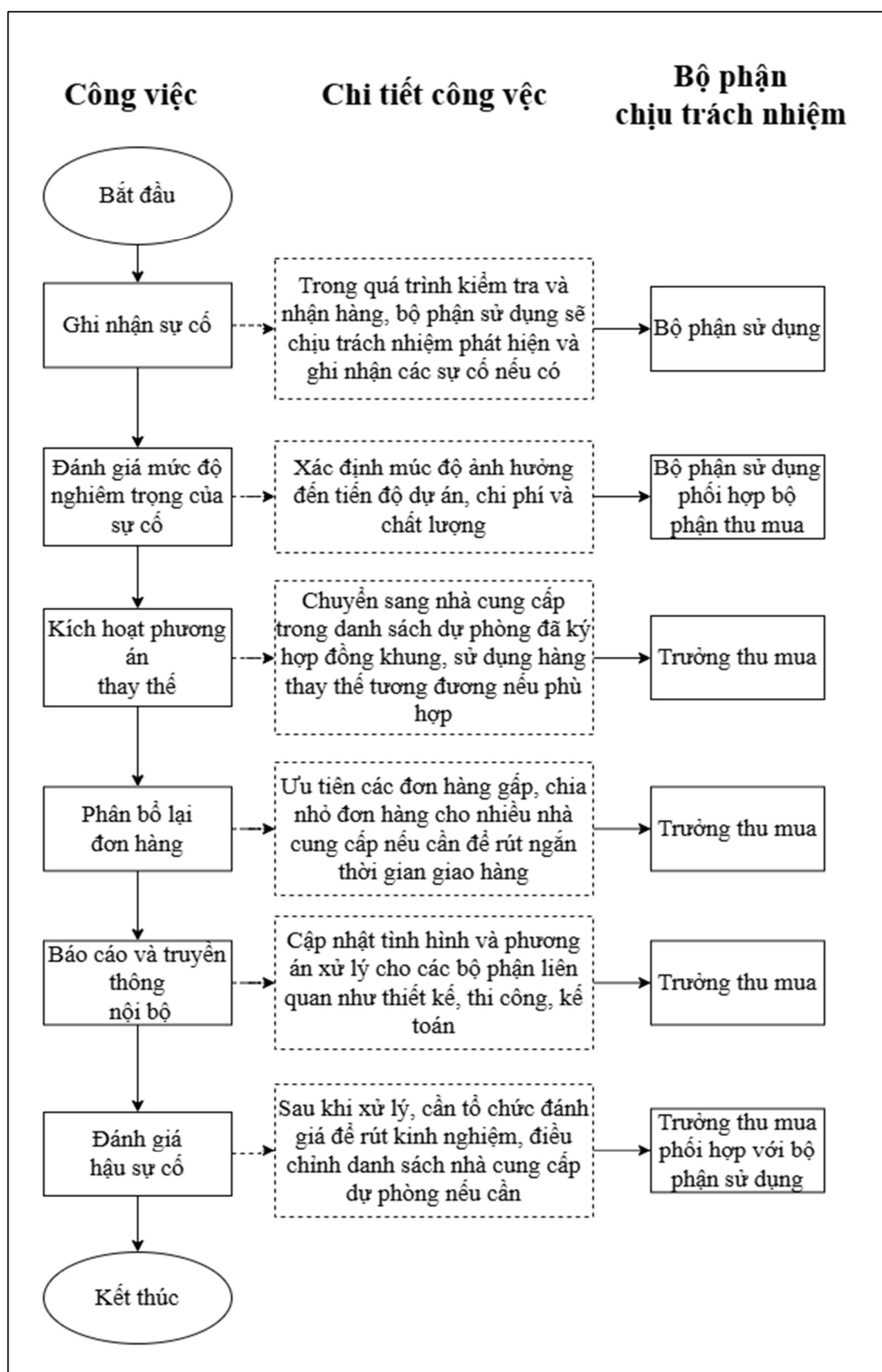
|                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b><i>Cam kết tiềm năng đơn hàng trong tương lai</i></b>         | Safurco có thể làm rõ rằng công ty thường xuyên có dự án và nhu cầu định kỳ, nên việc ký hợp đồng khung là bước đầu để xây dựng quan hệ lâu dài. Có thể cho họ thấy lịch sử mua hàng/quy mô công ty để củng cố niềm tin rằng đơn hàng sẽ đến sớm.                                                                                                                                      |
| <b><i>Ưu tiên lựa chọn nhà cung cấp đã ký hợp đồng khung</i></b> | Nhà cung cấp ký hợp đồng khung sẽ được ưu tiên tham gia các gói thầu nội bộ, hoặc được mời báo giá sớm hơn các đơn vị ngoài danh sách. Đây là quyền lợi gián tiếp nhưng giá trị, vì họ có cơ hội trúng nhiều đơn hàng hơn.                                                                                                                                                             |
| <b><i>Hạn chế rủi ro cho cả hai bên</i></b>                      | Hợp đồng khung không phải cam kết mua hàng, mà chỉ là thỏa thuận trước về giá, thời gian giao, chất lượng, ... Điều này giúp rút ngắn thời gian xử lý đơn hàng khi phát sinh nhu cầu, nhà cung cấp cũng không phải lo phát sinh thay đổi vào phút chót. Hơn nữa, việc này giúp họ chuẩn bị tốt hơn về nguồn hàng, giá vốn, kế hoạch sản xuất, thay vì bị động như các đơn hàng nhỏ lẻ. |

### ***3.2.1.2. Xây dựng “quy trình phản ứng nhanh” khi xảy ra đứt gãy nguồn cung:***

Khi có sự cố như nhà cung cấp giao trễ, hết hàng, chất lượng không đạt yêu cầu hoặc sự cố khách quan (dịch bệnh, thiên tai...), việc có một quy trình ứng phó rõ ràng sẽ giúp công ty xử lý tình huống nhanh chóng và hiệu quả hơn.

Quy trình này cần bao gồm các bước chính như sau:

Bảng 3.1: Quy trình phản ứng nhanh



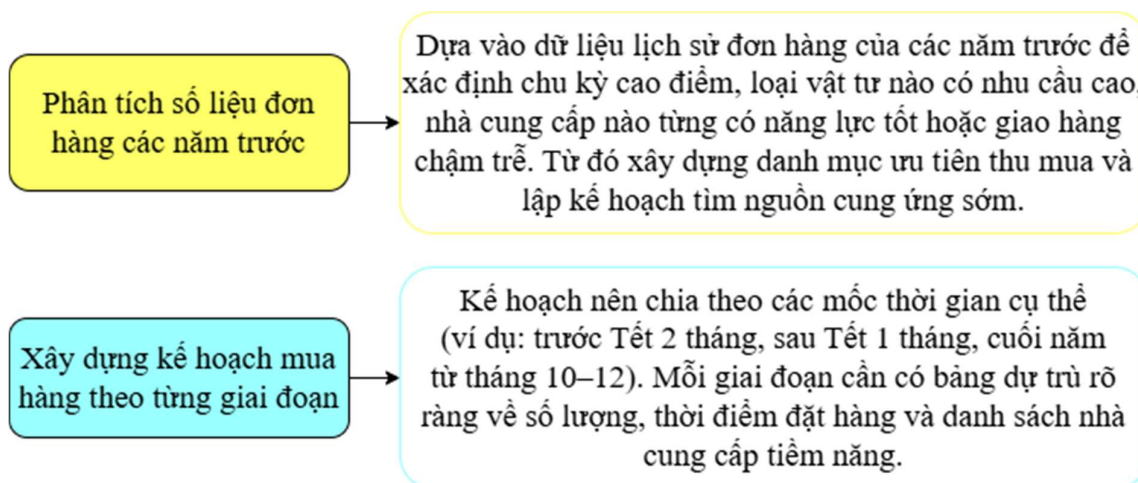
### 3.2.2. Giải pháp nâng cao hiệu quả tìm kiếm nhà cung cấp trong các giai đoạn cao điểm

#### 3.2.2.1. Chuẩn bị kế hoạch thu mua cho các giai đoạn cao điểm

Trong ngành thiết kế và thi công nội thất, nhu cầu vật tư thường tăng mạnh vào các thời điểm như sau Tết hoặc cuối năm do khối lượng công trình tăng cao. Tuy nhiên, hoạt động thu mua tại công ty hiện vẫn mang tính bị động, thiếu chuẩn bị, dẫn đến quá tải và không đủ thời gian để tìm kiếm, đánh giá nhà cung cấp một cách đầy đủ.

Để khắc phục, công ty cần chủ động dự báo nhu cầu và lập kế hoạch thu mua trước ít nhất 1–2 tháng cho các giai đoạn cao điểm. Việc này giúp phân bổ nguồn lực hợp lý, thực hiện đầy đủ các bước tìm nguồn và đàm phán, đồng thời hạn chế tình trạng mua hàng gấp với chi phí cao hoặc chọn sai nhà cung cấp.

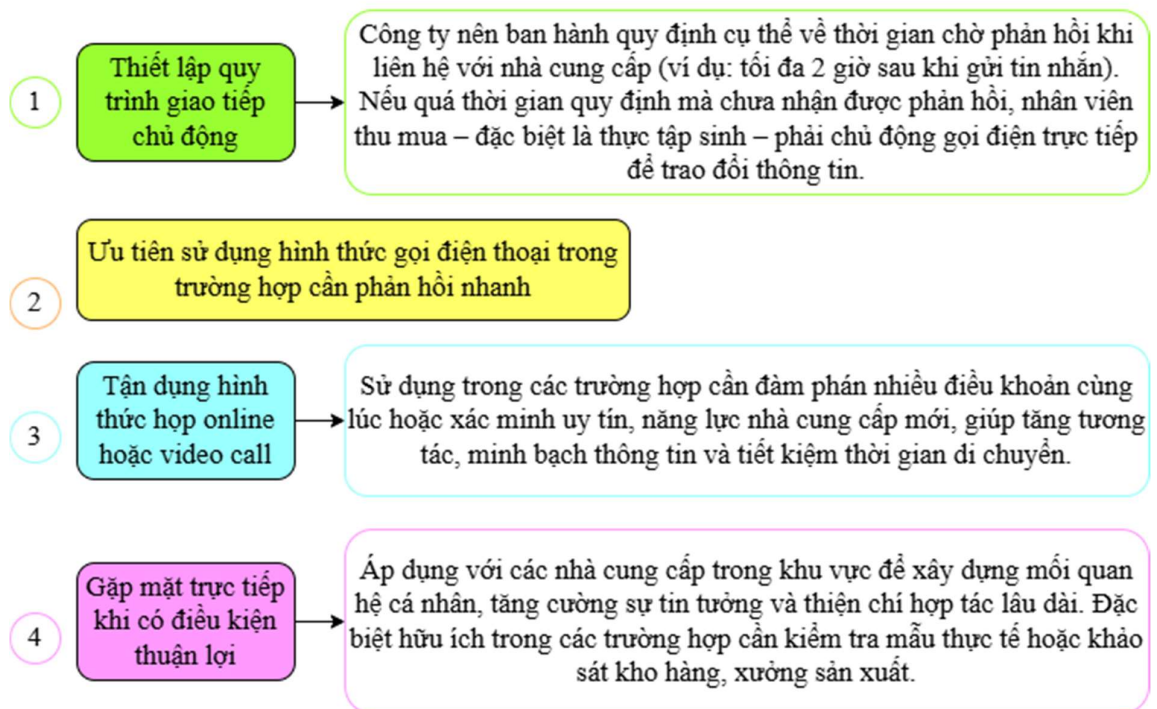
Các công việc cần triển khai cụ thể như sau:



#### 3.2.2.2. Tăng tính chủ động trong giao tiếp với nhà cung cấp:

Trong thực tế vận hành, một trong những nguyên nhân khiến việc đặt hàng bị trì hoãn hoặc bỏ lỡ nhà cung cấp tiềm năng là do phương thức giao tiếp thiếu chủ động. Tại Safurco, nhân viên thu mua (phần lớn là thực tập sinh) thường chỉ liên hệ với nhà cung cấp qua các tin nhắn trên Zalo, Facebook hoặc các nền tảng mạng xã hội khác, và thụ động chờ phản hồi. Cách làm này không chỉ làm chậm tiến độ mà còn khiến công ty dễ bỏ lỡ những cơ hội tốt hơn về giá cả, thời gian giao hàng hoặc các điều kiện thương mại khác.

Để tăng tính chủ động, công ty nên:



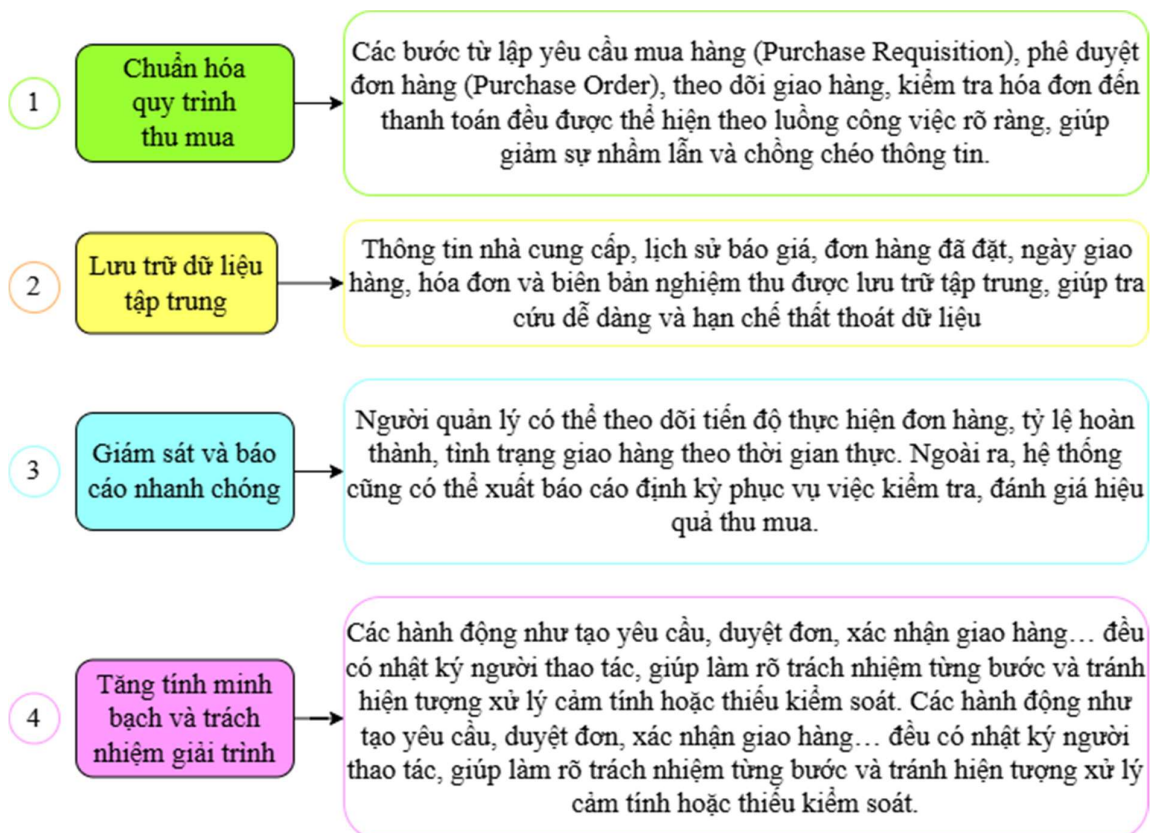
Ngoài ra để tạo điều kiện thuận lợi cho thực tập sinh trong việc liên hệ và duy trì trao đổi thường xuyên với nhà cung cấp, công ty nên chủ động cấp sim điện thoại phục vụ công việc.

|                   |                                                                                                                                                                         |
|-------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Lý do</b>      | Tránh sử dụng số cá nhân gây bất tiện hoặc gián đoạn trong giao tiếp.<br>Việc có sim riêng giúp phân tách rạch ròi giữa công việc và cá nhân                            |
| <b>Lợi ích</b>    | - Thực tập sinh cảm thấy được trao quyền và có trách nhiệm hơn<br>- Trưởng phòng dễ dàng kiểm soát, theo dõi lịch sử liên hệ hoặc hỗ trợ xử lý khi có vấn đề phát sinh. |
| <b>Triển khai</b> | Sim có thể là dạng trả trước giới hạn chi phí, chỉ dùng cho cuộc gọi nội địa – chi phí không quá cao nhưng mang lại hiệu quả rõ rệt.                                    |

### 3.2.2.3. Ứng dụng công nghệ vào quản trị thu mua

Trong bối cảnh nguồn lực của công ty còn hạn chế cả về nhân sự và hệ thống quản lý, việc ứng dụng phần mềm quản lý thu mua là một giải pháp then chốt nhằm tối ưu hóa quy trình làm việc, tăng tính minh bạch, tiết kiệm thời gian và giảm thiểu rủi ro trong hoạt động thu mua. Đặc biệt đối với công ty vừa và nhỏ như Safurco – hiện chỉ có trưởng bộ phận và thực tập sinh đảm nhiệm công việc thu mua – thì việc số hóa và tự động hóa các bước trong quy trình là vô cùng cần thiết.

Phần mềm quản lý thu mua giúp công ty chuyển đổi từ hình thức làm việc thủ công (quản lý bằng giấy tờ, file Excel rời rạc, liên lạc qua Zalo/email) sang một quy trình số hóa, dễ theo dõi và kiểm soát. Những lợi ích cụ thể bao gồm:



Do hạn chế về ngân sách và nhân lực, công ty không cần đầu tư vào các hệ thống ERP phức tạp mà có thể lựa chọn các giải pháp đơn giản, dễ triển khai, chi phí thấp. Một số lựa chọn phù hợp như:

Bảng 3.2: Các phần mềm hỗ trợ trong hoạt động thu mua

| Tiêu chí                 | Odoo (phiên bản Community)                                                                                                                                                     | Google Sheets + Google Forms + AppSheet                                                                                                                                                                       | MISA AMIS – Quản trị doanh nghiệp                                                                                                                                                |
|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Tính năng nổi bật</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Quản lý đơn đặt hàng, nhà cung cấp, báo giá và quy trình duyệt đơn.</li> <li>- Tích hợp với kho, kế toán và dự án nếu cần.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tạo biểu mẫu đặt hàng, lưu trữ liệu đơn hàng, báo giá, đánh giá nhà cung cấp.</li> <li>- Có thể tạo bảng theo dõi tiến độ thu mua, xuất báo cáo thủ công.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Quản lý mua hàng, kho, kế toán, tài sản và nhân sự trên cùng một nền tảng.</li> <li>- Giao diện bằng tiếng Việt, dễ sử dụng.</li> </ul> |

|                    |                                                                                                   |                                                                                                                                |                                                                                                                                 |
|--------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                    | -Có hệ thống đánh giá nhà cung cấp, báo cáo thống kê.                                             | - AppSheet cho phép tạo ứng dụng quản lý thu mua đơn giản trên điện thoại.                                                     | - Có báo cáo mua hàng, công nợ nhà cung cấp, tình trạng tồn kho.                                                                |
| <b>Chi phí</b>     | Miễn phí với bản Community<br>(3 – 10 triệu đồng nếu thuê đơn vị cung cấp dịch vụ hỗ trợ cài đặt) | Miễn phí (AppSheet: 120.000đ /tháng nếu cần sử dụng tính năng nâng cao)                                                        | - Gói cơ bản từ 2.000.000– 4.000.000 đồng/năm.<br>- Gói đầy đủ từ 6 – 10 triệu đồng/năm (hỗ trợ dùng thử miễn phí 15 – 30 ngày) |
| <b>Ưu điểm</b>     | Tùy biến cao, có nhiều module mở rộng                                                             | Dễ học, không cần lập trình, linh hoạt, có thể tùy chỉnh theo từng bước trong quy trình.                                       | Giao diện tiếng việt, không cần kỹ năng IT cao, dễ triển khai                                                                   |
| <b>Nhược điểm</b>  | - Cần kiến thức IT cơ bản<br>- Không hỗ trợ tiếng việt                                            | - Không có khả năng liên kết tự động với kho hoặc kế toán<br>- Khó mở rộng quy mô nếu công ty phát triển nhanh trong tương lai | - Khả năng tùy biến thấp hơn so với Odoo<br>-Tồn phí duy trì hằng năm.                                                          |
| <b>Phù hợp với</b> | Doanh nghiệp nhỏ muốn xây dựng hệ thống chuyên nghiệp                                             | Doanh nghiệp siêu nhỏ (nhóm 1 – 3 người                                                                                        | Doanh nghiệp nhỏ cần giải pháp đồng bộ, dễ dùng                                                                                 |

### 3.2.3. Chuẩn hóa bộ tiêu chí đánh giá hiệu suất nhà cung cấp:

Việc tìm kiếm và đánh giá nhà cung cấp là bước mang tính quyết định trong hoạt động thu mua của doanh nghiệp. Tuy nhiên, tại Safurco, quy trình này hiện còn thiếu sự chuẩn hóa, phụ thuộc nhiều vào cảm tính cá nhân, dẫn đến tình trạng lựa chọn nhà cung

cấp chưa tối ưu, phát sinh rủi ro trong quá trình thực hiện hợp đồng. Do đó, việc thiết lập một bộ tiêu chí đánh giá chuẩn hóa, bài bản và khách quan là cần thiết để đảm bảo lựa chọn được những nhà cung cấp có năng lực, phù hợp với mục tiêu phát triển lâu dài của công ty.

Sau đây là gợi ý về bộ tiêu chí và trọng số đánh giá các tiêu chí, công ty có thể điều chỉnh để phù hợp với chính sách của mình.

**a. Đối với nhà cung cấp đã từng hợp tác**

Bảng 3.2: Bộ tiêu chí đánh giá các nhà cung cấp

| STT | Tiêu chí                 | Trọng số (%) | Thang điểm | Ghi chú                                    |
|-----|--------------------------|--------------|------------|--------------------------------------------|
| 1   | Giao hàng đúng hạn       | 30%          | 1–5        | So với thời gian cam kết                   |
| 2   | Chất lượng sản phẩm      | 30%          | 1–5        | Theo phản hồi thi công                     |
| 3   | Giá cả so với thị trường | 20%          | 1–5        | Có hợp lý/ổn định theo thời điểm hay không |
| 4   | Hỗ trợ, phản hồi nhanh   | 10%          | 1–5        | Có chủ động xử lý khi có sự cố không?      |
| 5   | Mức độ hợp tác lâu dài   | 10%          | 1–5        | Có linh hoạt thanh toán, giữ giá không?    |

**Cách thức cho điểm từng tiêu chí theo thang điểm từ 1 đến 5:**

- Giao hàng đúng hạn (trọng số 30%)

| Điểm | Mô tả                                               |
|------|-----------------------------------------------------|
| 5    | Giao đúng hoặc sớm hơn cam kết $\geq 95\%$ đơn hàng |
| 4    | Trễ nhẹ (12h) trong $< 10\%$ số đơn hàng            |
| 3    | Trễ thường xuyên (1–2 ngày), chiếm khoảng 20%       |
| 2    | Trễ $> 2$ ngày hoặc trên 30% đơn hàng               |
| 1    | Giao trễ liên tục, ảnh hưởng thi công nghiêm trọng  |

- Chất lượng sản phẩm (trọng số 30%)

| <b>Điểm</b> | <b>Mô tả</b>                                                |
|-------------|-------------------------------------------------------------|
| 5           | Giao hàng đúng mẫu, không lỗi, được thi công khen           |
| 4           | Có lỗi nhẹ, không ảnh hưởng tiến độ                         |
| 3           | Giao thiếu hoặc sai nhưng khắc phục kịp thời                |
| 2           | Hàng lỗi thường xuyên, ảnh hưởng thi công                   |
| 1           | Hàng kém chất lượng, thi công từ chối, ảnh hưởng nghiệm thu |

- Giá cả so với thị trường (trọng số 20%)

| <b>Điểm</b> | <b>Mô tả</b>                                            |
|-------------|---------------------------------------------------------|
| 5           | Giá ổn định, rẻ hơn thị trường cùng loại $\geq 5-10\%$  |
| 4           | Giá hợp lý, bằng giá thị trường                         |
| 3           | Nhỉnh hơn giá thị trường $5-10\%$                       |
| 2           | Cao hơn nhiều, không rõ lý do                           |
| 1           | Luôn báo giá cao, thay đổi thất thường, thiếu minh bạch |

- Phản hồi và hỗ trợ (trọng số 10%)

| <b>Điểm</b> | <b>Mô tả</b>                                    |
|-------------|-------------------------------------------------|
| 5           | Phản hồi trong 30 phút, luôn hỗ trợ xử lý sự cố |
| 4           | Phản hồi trong nửa ngày, xử lý tốt              |
| 3           | Trả lời chậm, hỗ trợ ở mức cơ bản               |
| 2           | Phản hồi chậm $>1$ ngày, hỗ trợ miễn cưỡng      |
| 1           | Gần như không hỗ trợ, trốn tránh trách nhiệm    |

- Mức độ hợp tác lâu dài (trọng số 10%)

| <b>Điểm</b> | <b>Mô tả</b>                                       |
|-------------|----------------------------------------------------|
| 5           | Chủ động đề xuất hợp tác dài hạn, giữ giá ổn định  |
| 4           | Linh hoạt thanh toán, hỗ trợ ưu đãi với khách quen |
| 3           | Hợp tác bình thường, không hỗ trợ gì thêm          |
| 2           | Thiếu thiện chí khi trao đổi về hợp tác dài hạn    |
| 1           | Từ chối đàm phán, chỉ làm từng đơn hàng riêng lẻ   |

Điểm tổng = (Điểm tiêu chí 1 × 30%) + (Điểm tiêu chí 2 × 30%) + (Điểm tiêu chí 3 × 20%) + (Điểm tiêu chí 4 × 10%) + (Điểm tiêu chí 5 × 10%)

**b. Đối với các nhà cung cấp mới hợp tác lần đầu**

Cần sử dụng mẫu đánh giá sơ bộ nhà cung cấp mới với các tiêu chí sau và mỗi tiêu chí đều nên được đánh giá mức độ quan trọng như nhau (trọng số bằng nhau):

Bảng 3.3: Bộ tiêu chí đánh giá nhà cung cấp mới

| STT | Tiêu chí                          | Thang điểm | Cách kiểm tra                              |
|-----|-----------------------------------|------------|--------------------------------------------|
| 1   | Phản hồi nhanh, chuyên nghiệp     | 1–5        | Thời gian trả lời, chất lượng trao đổi     |
| 2   | Giá cả cạnh tranh                 | 1–5        | So sánh 5 báo giá                          |
| 3   | Năng lực sản xuất/giao hàng       | 1–5        | Có xưởng, kho, vận chuyển hay không        |
| 4   | Uy tín thị trường                 | 1–5        | Website, Fanpage, mã số thuế,...           |
| 5   | Thái độ hợp tác                   | 1–5        | Có linh hoạt sửa báo giá, hỗ trợ hay không |
| 6   | Đảm bảo chứng từ (hóa đơn, CO/CQ) | 1–5        | Có cung cấp được không                     |

Tổng điểm = Điểm tiêu chí 1 + Điểm tiêu chí 2 + ... + Điểm tiêu chí 6

**3.2.4. Phát triển mối quan hệ với nhà cung cấp**

**a. Lợi ích của việc phát triển mối quan hệ với nhà cung cấp**

Phát triển mối quan hệ lâu dài và bền vững với nhà cung cấp là một trong những chiến lược quan trọng giúp doanh nghiệp nâng cao hiệu quả hoạt động thu mua. Việc duy trì quan hệ tốt với các nhà cung cấp không chỉ mang lại lợi ích ngắn hạn về chi phí, mà còn tạo ra giá trị dài hạn cho toàn bộ chuỗi cung ứng. Cụ thể, các lợi ích có thể kể đến như sau:



Từ những phân tích trên có thể thấy, việc phát triển mối quan hệ với nhà cung cấp không chỉ có ý nghĩa chiến lược đối với hoạt động thu mua mà còn góp phần quan trọng vào hiệu quả chung của doanh nghiệp.

#### **b. Phân loại nhà cung cấp theo mức độ chiến lược.**

Việc phân loại này giúp công ty ưu tiên đầu tư xây dựng mối quan hệ với nhóm chiến lược thay vì dàn trải nguồn lực.

Safurco nên tiến hành phân loại nhà cung cấp thành 3 nhóm:

| <b>Nhà cung cấp chiến lược</b>                                             | <b>Nhà cung cấp quan trọng</b>                                                                   | <b>Nhà cung cấp thay thế/ngắn hạn</b>        |
|----------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|
| Cung cấp vật tư chính, hàng hóa gia công theo yêu cầu cần mua thường xuyên | Cung cấp vật tư phụ hoặc các hàng hóa gia công tuy không thường xuyên mua nhưng vẫn cần giữ quan | Đáp ứng đơn hàng nhỏ, dễ tìm trên thị trường |

|  |                                                      |  |
|--|------------------------------------------------------|--|
|  | hệ để khi phát sinh đơn hàng có thể kịp thời đáp ứng |  |
|--|------------------------------------------------------|--|

### c. Phát triển mối quan hệ phù hợp với từng nhóm

#### (1). Đối với nhà cung cấp chiến lược

Đây là nhóm nhà cung cấp có vai trò then chốt trong chuỗi cung ứng của Safurco, chuyên cung cấp các loại vật tư chính hoặc hàng hóa gia công theo yêu cầu, với tần suất đặt hàng thường xuyên. Do đó, cần ưu tiên đầu tư xây dựng mối quan hệ lâu dài và mang tính đối tác.

|                              |                                                                                                                                                                                                          |
|------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Các hành động đề xuất</b> | Thiết lập kênh giao tiếp chuyên biệt như nhóm Zalo, email nhóm, hoặc các cuộc họp định kỳ nhằm cập nhật kế hoạch thu mua, phản hồi về chất lượng và thảo luận các vấn đề phát sinh.                      |
|                              | Chia sẻ kế hoạch thu mua trung hạn, đặc biệt đối với các dự án đã ký kết hoặc đang chuẩn bị triển khai, giúp nhà cung cấp chủ động chuẩn bị năng lực cung ứng.                                           |
|                              | Áp dụng cơ chế phản hồi hai chiều thông qua mẫu đánh giá sau mỗi đợt cung ứng, kết hợp với việc tiếp nhận góp ý từ phía nhà cung cấp nhằm cải tiến quy trình phối hợp.                                   |
|                              | Triển khai chương trình ưu đãi hợp tác, ví dụ như ưu tiên đơn hàng lớn, xem xét thanh toán sớm đối với những nhà cung cấp đạt hiệu suất tốt, hoặc ký kết thỏa thuận khung ngắn hạn từ 6 tháng đến 1 năm. |
|                              | Mời tham dự tiệc cuối năm/kỷ niệm ngày thành lập,.. của công ty<br>Gửi quà tặng tri ân, vinh danh trong những dịp đặc biệt của đối tác.                                                                  |

#### (2). Đối với nhà cung cấp quan trọng

Nhóm này có vai trò đặc biệt khi phát sinh các đơn hàng lớn, đợt xuất – điển hình như các đơn thầu nhà nước có yêu cầu kỹ thuật đặc thù. Việc phát triển mối quan hệ với nhóm này cần đảm bảo tính ổn định, chủ động khi cần.

|                              |                                                                                                                                                                                         |
|------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Các hành động đề xuất</b> | Duy trì giao tiếp linh hoạt qua email hoặc điện thoại khi cần xác nhận khả năng cung ứng.                                                                                               |
|                              | Theo dõi hiệu suất cung ứng định kỳ, sử dụng các biểu mẫu đánh giá đơn giản nhằm đảm bảo chất lượng và khả năng đáp ứng đúng thời hạn khi phát sinh đơn hàng.                           |
|                              | Tạo động lực hợp tác thông qua cạnh tranh lành mạnh, bằng cách so sánh hiệu suất giữa các nhà cung cấp trong cùng nhóm để lựa chọn đối tác có tiềm năng phát triển lên nhóm chiến lược. |
|                              | Xem xét mời tham gia cung ứng thử nghiệm, đặc biệt trong các công trình cần hàng hóa đặc thù, từ đó kiểm chứng năng lực thực tế và khả năng nâng cấp mối quan hệ.                       |

### (3). Đối với nhà cung cấp thay thế/ngắn hạn

Đây là nhóm nhà cung cấp dùng để đáp ứng các đơn hàng nhỏ, dễ tìm trên thị trường, mang tính bổ trợ và thay thế. Mục tiêu chính với nhóm này là duy trì một danh sách dự phòng đáng tin cậy, không đầu tư sâu nhưng đủ để bảo đảm tính linh hoạt trong chuỗi cung ứng.

|                              |                                                                                                                                                         |
|------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Các hành động đề xuất</b> | Lưu trữ hồ sơ và thông tin liên hệ, bao gồm danh mục hàng hóa có thể cung cấp, đơn giá, thời gian giao hàng trung bình và phản hồi sau các lần hợp tác. |
|                              | Giao tiếp ngắn gọn, rõ ràng khi phát sinh nhu cầu, tránh tốn kém thời gian và nguồn lực.                                                                |
|                              | Đánh giá định kỳ hiệu suất cơ bản, để loại bỏ các nhà cung cấp không đảm bảo chất lượng hoặc gây chậm tiến độ.                                          |
|                              | Cân nhắc nâng cấp lên nhóm quan trọng, nếu một nhà cung cấp thay thế chứng minh được năng lực và độ tin cậy qua nhiều lần hợp tác.                      |

## KẾT LUẬN

Hoạt động thu mua đóng vai trò quan trọng trong chuỗi giá trị của doanh nghiệp, đặc biệt đối với các công ty hoạt động trong lĩnh vực thiết kế và thi công nội thất như Safurco. Một quy trình thu mua hiệu quả không chỉ giúp đảm bảo chất lượng và tiến độ thi công công trình, mà còn góp phần tối ưu chi phí và nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường.

Trong khuôn khổ khóa luận, tôi đã tập trung phân tích thực trạng hoạt động thu mua tại công ty Safurco, bao gồm các mặt hàng cần mua sắm, quy trình thu mua đang áp dụng, cũng như đội ngũ nhân sự và cách thức quản lý nhà cung cấp. Qua quá trình khảo sát và đánh giá, bài khóa luận đã chỉ ra một số tồn tại nổi bật như: thiếu phương án dự phòng rủi ro, công tác tìm kiếm nhà cung cấp chưa đầy đủ, việc đánh giá còn mang tính cảm tính và mối quan hệ với nhà cung cấp chưa được đầu tư phát triển bài bản.

Trên cơ sở đó, bài khóa luận đã đề xuất một số giải pháp nhằm hoàn thiện hoạt động thu mua tại Safurco theo hướng thiết thực và phù hợp với điều kiện thực tế của công ty. Cụ thể, tập trung vào việc xây dựng quy trình thu mua chuẩn hóa, thiết lập tiêu chí lựa chọn và đánh giá nhà cung cấp rõ ràng, phân loại nhà cung cấp theo mức độ chiến lược, đồng thời áp dụng các chính sách phát triển quan hệ khác nhau cho từng nhóm nhà cung cấp. Những giải pháp này không đòi hỏi nguồn lực lớn nhưng có thể tạo ra hiệu quả tích cực nếu được triển khai đồng bộ và nghiêm túc.

Do giới hạn về thời gian, phạm vi nghiên cứu và dữ liệu thực tế, khóa luận khó tránh khỏi những hạn chế nhất định. Tuy nhiên, tôi hy vọng rằng những nội dung đã trình bày có thể đóng góp một phần nhỏ trong việc hỗ trợ công ty Safurco từng bước hoàn thiện hoạt động thu mua, hướng tới sự chuyên nghiệp và hiệu quả hơn trong tương lai.

Sinh viên thực hiện

Nguyễn Thị Linh

### **Tài liệu tham khảo**

Bài giảng quản trị chuỗi cung ứng - GVTH : Trần Thị Hải - Khoa Kinh Tế - Đại Học Kiến Trúc Đà Nẵng.

Purchasing and Supply Chain Management - Robert M. Monczka, Robert B. Handfield, Larry C. Giunipero, James L. Patterson.

Nguyên lý quản trị chuỗi cung ứng – Tác giả: Michael H.Hugos – Người dịch: Phan Mạnh Đình.

Hồ sơ năng lực Công Ty Cổ Phần Thiết Kế Và Thi Công Nội Thất Ngôi Sao Long Nguyễn – Safurco.

Thỏa ước Công Ty Cổ Phần Thiết Kế Và Thi Công Nội Thất Ngôi Sao Long Nguyễn – Safurco.

Fanpage công ty: <https://www.facebook.com/ThietKeThiCongNoiThatSafurco>.