

QUẢN TRỊ LOGISTICS

Chöông 1: Nhöng ly luan cô ban ve Logistics



1.1 Khái niệm

Logistics



Logistique



Logger – Nơi đóng quân



Lodge – Nhà nghỉ



à **Logistics là quá trình tối ưu hóa về vị trí, lưu trữ và chu chuyển các tài nguyên/yếu tố đầu vào từ điểm xuất phát đầu tiên là nhà cung cấp, qua nhà sản xuất, người bán buôn, bán lẻ, đến tay người tiêu dùng cuối cùng, thông qua hàng loạt các hoạt động kinh tế.**

à **“5 Right”:**

à **Items**

à **Place**

à **Time**

à **Condition**

à **Cost**



Chương 1: Những lý luận cơ bản về Logistics

1.2. Các mô hình dây chuyền cung ứng :

- **Mô hình đơn giản:** một công ty chỉ mua nguyên vật liệu từ một nhà cung cấp và tự sản xuất sản phẩm và bán hàng trực tiếp cho người sử dụng, (single-site).
- **Mô hình phức tạp:** doanh nghiệp sẽ mua nguyên vật liệu từ nhiều nhà cung cấp, nhà phân phối và các nhà máy “chị em”, SX và đưa sản phẩm đến các nhà máy “chị em”.

Hoạt động bán và vận chuyển sản phẩm trực tiếp đến khách hàng hoặc thông qua nhiều kênh bán hàng khác nhau, chẳng hạn như các nhà bán lẻ, các nhà phân phối và các nhà SX thiết bị gốc (**OEMs**), (multiple-site).



Chương 1: Những lý luận cơ bản về Logistics

1.3. Nguồn gốc SCM:

- SCM là một giai đoạn phát triển của lĩnh vực Logistics (hậu cần).
- Hậu cần, hoặc kho vận, hoặc dịch vụ cung ứng ề chưa thoả đáng ề giữ nguyên thuật ngữ Logistics.
- Logistics: từ chuyên môn trong quân đội, được hiểu với nghĩa là công tác hậu cần.
- Cuối thế kỷ 20, Logistics là một chức năng kinh doanh chủ yếu.

★ Chương 1: Những lý luận cơ bản về Logistics

- Theo Ủy ban kinh tế và xã hội châu Á Thái Bình Dương (Economic and Social Commission for Asia and the Pacific - ESCAP), Logistics đã phát triển qua 3 giai đoạn
 - ***Giai đoạn 1: Phân phối (Distribution):***
Phối hợp các hoạt động liên quan với nhau.
 - ***Giai đoạn 2: Hệ thống Logistics***
Một hệ thống Cung ứng vật tư và Phân phối sản phẩm.
 - ***Giai đoạn 3: Quản trị dây chuyền cung ứng (SCM):***
Chuỗi quan hệ từ nhà cung cấp nguyên liệu – đơn vị sản xuất – người tiêu dùng.

★ Chương 1: Những lý luận cơ bản về Logistics

1.4. Phân loại logistics:

Ø Phân loại theo các hình thức logistics:

- Logistics bên thứ nhất (1PL – First Party Logistics)**
- Logistics bên thứ hai (2PL – Second Party Logistics)**
- Logistics bên thứ ba (3PL – Third Party Logistics)**
- Logistics bên thứ tư (4PL – Fourth Party Logistics)**
- Logistics bên thứ năm (5PL – Fifth Party Logistics)**

★ Chương 1: Những lý luận cơ bản về Logistics

Ø Phân loại theo quá trình:

- **Logistics đầu vào (Inbound Logistics):** cung ứng tài nguyên, nguyên vật liệu đầu vào cho sản xuất **è** quản trị vị trí, thời gian, chi phí sản xuất
- **Logistics đầu ra (Outbound Logistics):** cung cấp sản phẩm đến người tiêu dùng tối ưu nhất **è** quản trị vị trí, thời gian, chi phí phân phối
- **Logistics ngược (Reverse Logistics):** thu hồi các phụ phẩm, phế liệu, phế phẩm, các yếu tố ảnh hưởng đến môi trường **è** tái sử dụng, tái chế

★ Chương 1: Những lý luận cơ bản về Logistics

Ø Phân loại theo đối tượng hàng hóa:

- **Logistics hàng tiêu dùng nhanh (FMCG Logistics):**
Logistics cho hàng tiêu dùng có thời hạn sử dụng ngắn
- **Logistics ngành ô tô (Automotive Logistics):** phục vụ cho ngành ô tô
- **Logistics ngành hóa chất, ngành điện tử, ngành dầu khí, ...**

★ Chương 1: Những lý luận cơ bản về Logistics

1.5. Vai trò của SCM đối với hoạt động kinh doanh:

- SCM giải quyết cả đầu ra - đầu vào của doanh nghiệp một cách hiệu quả,
- SCM tạo ra chiến lược và giải pháp thích hợp,
- SCM hỗ trợ đắc lực cho hoạt động marketing, đặc biệt là marketing mix (4P: Product, Price, Place, Promotion).
- SCM từng bước nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất và tạo điều kiện cho thương mại điện tử phát triển è thành công của B2B.
- SCM tạo ra một trong những mối liên kết trọng yếu nhất trong dây chuyền cung ứng.

★ Chương 1: Những lý luận cơ bản về Logistics

- **Giải quyết ba yếu tố chính của dây chuyền cung ứng:
(1) chuẩn bị cho quá trình sản xuất (khách hàng và thông tin);
(2) sản xuất (phương tiện, thiết bị, nhân lực, nguyên vật liệu và quá trình sản xuất);
(3) sản phẩm cuối cùng (phân phối và thông tin khách hàng).**
- **SCM giúp phân tích dữ liệu và lưu trữ hồ sơ với chi phí thấp.**
- **Đối với nền kinh tế: hoạt động Logistics chiếm 10 – 15% GDP của nhiều quốc gia (Mỹ, châu Âu, Bắc Mỹ, một số nền kinh tế châu Á).**

★ Chương 1: Những lý luận cơ bản về Logistics

1.6 Kinh nghiệm phát triển Logistics:

• **Kinh nghiệm Singapore:** có vị trí chiến lược về đường hàng hải → phát triển thành trung tâm hàng hải, cảng trung chuyển lớn của khu vực: đầu tư mạnh vào kho bãi, hệ thống cầu cảng, hệ thống công nghệ thông tin, các chính sách quản lý, huấn luyện đội ngũ → trở thành trung tâm Logistics tầm cỡ thế giới với Hiệp hội Logistics Singapore (bên cạnh rất nhiều công ty logistics hàng đầu thế giới như Schenke, Maersk, APL, Keppel, UPS...)

★ Chương 1: Những lý luận cơ bản về Logistics

1.6 Kinh nghiệm phát triển Logistics:

• **Kinh nghiệm Trung Quốc:** chi phí cho Logistics tại TQ chiếm 21,3% GDP trong 5,8 nghìn tỷ USD (năm 2005) **è** nguồn lợi khổng lồ khi đầu tư vào logistics **è** đẩy mạnh đầu tư vào cơ sở hạ tầng: đường sông, biển, đường sắt, hàng không. Chú trọng phát triển hệ thống kho bãi, thông tin liên lạc, quản lý dữ liệu mạng. Khuyến khích hợp tác phát triển Logistics.

★ Chương 1: Những lý luận cơ bản về Logistics

1.6 Kinh nghiệm phát triển Logistics:

- **Việt Nam:** có khoảng 1000 công ty đang hoạt động: 18% công ty NN, 70% TNHH, 10% chưa có giấy phép, 2% công nước ngoài.
- Các công ty mạnh của VN: Vietrans, Viconship, Vinatrans.
- Các công ty nước ngoài: DHL, TNT, UPS, FedEx, APL, ...

Chöông 1: Nhöng ly luan cô ban ve Logistics



1.1 Khái niệm

Logistics



Logistique



Logger – Nơi đóng quân



Lodge – Nhà nghỉ



à **Logistics là quá trình tối ưu hóa về vị trí, lưu trữ và chu chuyển các tài nguyên/yếu tố đầu vào từ điểm xuất phát đầu tiên là nhà cung cấp, qua nhà sản xuất, người bán buôn, bán lẻ, đến tay người tiêu dùng cuối cùng, thông qua hàng loạt các hoạt động kinh tế.**

à **“5 Right”:**

à **Items**

à **Place**

à **Time**

à **Condition**

à **Cost**



Chương 1: Những lý luận cơ bản về Logistics

1.2. Các mô hình dây chuyền cung ứng :

- **Mô hình đơn giản:** một công ty chỉ mua nguyên vật liệu từ một nhà cung cấp và tự sản xuất sản phẩm và bán hàng trực tiếp cho người sử dụng, (single-site).
- **Mô hình phức tạp:** doanh nghiệp sẽ mua nguyên vật liệu từ nhiều nhà cung cấp, nhà phân phối và các nhà máy “chị em”, SX và đưa sản phẩm đến các nhà máy “chị em”.

Hoạt động bán và vận chuyển sản phẩm trực tiếp đến khách hàng hoặc thông qua nhiều kênh bán hàng khác nhau, chẳng hạn như các nhà bán lẻ, các nhà phân phối và các nhà SX thiết bị gốc (**OEMs**), (multiple-site).



Chương 1: Những lý luận cơ bản về Logistics

1.3. Nguồn gốc SCM:

- SCM là một giai đoạn phát triển của lĩnh vực Logistics (hậu cần).
- Hậu cần, hoặc kho vận, hoặc dịch vụ cung ứng ề chưa thoả đáng ề giữ nguyên thuật ngữ Logistics.
- Logistics: từ chuyên môn trong quân đội, được hiểu với nghĩa là công tác hậu cần.
- Cuối thế kỷ 20, Logistics là một chức năng kinh doanh chủ yếu.

★ Chương 1: Những lý luận cơ bản về Logistics

- Theo Ủy ban kinh tế và xã hội châu Á Thái Bình Dương (Economic and Social Commission for Asia and the Pacific - ESCAP), Logistics đã phát triển qua 3 giai đoạn
 - ***Giai đoạn 1: Phân phối (Distribution):***
Phối hợp các hoạt động liên quan với nhau.
 - ***Giai đoạn 2: Hệ thống Logistics***
Một hệ thống Cung ứng vật tư và Phân phối sản phẩm.
 - ***Giai đoạn 3: Quản trị dây chuyền cung ứng (SCM):***
Chuỗi quan hệ từ nhà cung cấp nguyên liệu – đơn vị sản xuất – người tiêu dùng.

★ Chương 1: Những lý luận cơ bản về Logistics

1.4. Phân loại logistics:

Ø Phân loại theo các hình thức logistics:

- Logistics bên thứ nhất (1PL – First Party Logistics)**
- Logistics bên thứ hai (2PL – Second Party Logistics)**
- Logistics bên thứ ba (3PL – Third Party Logistics)**
- Logistics bên thứ tư (4PL – Fourth Party Logistics)**
- Logistics bên thứ năm (5PL – Fifth Party Logistics)**

★ Chương 1: Những lý luận cơ bản về Logistics

Ø Phân loại theo quá trình:

- **Logistics đầu vào (Inbound Logistics):** cung ứng tài nguyên, nguyên vật liệu đầu vào cho sản xuất **è** quản trị vị trí, thời gian, chi phí sản xuất
- **Logistics đầu ra (Outbound Logistics):** cung cấp sản phẩm đến người tiêu dùng tối ưu nhất **è** quản trị vị trí, thời gian, chi phí phân phối
- **Logistics ngược (Reverse Logistics):** thu hồi các phụ phẩm, phế liệu, phế phẩm, các yếu tố ảnh hưởng đến môi trường **è** tái sử dụng, tái chế

★ Chương 1: Những lý luận cơ bản về Logistics

Ø Phân loại theo đối tượng hàng hóa:

- **Logistics hàng tiêu dùng nhanh (FMCG Logistics):**
Logistics cho hàng tiêu dùng có thời hạn sử dụng ngắn
- **Logistics ngành ô tô (Automotive Logistics):** phục vụ cho ngành ô tô
- **Logistics ngành hóa chất, ngành điện tử, ngành dầu khí, ...**

★ Chương 1: Những lý luận cơ bản về Logistics

1.5. Vai trò của SCM đối với hoạt động kinh doanh:

- SCM giải quyết cả đầu ra - đầu vào của doanh nghiệp một cách hiệu quả,
- SCM tạo ra chiến lược và giải pháp thích hợp,
- SCM hỗ trợ đắc lực cho hoạt động marketing, đặc biệt là marketing mix (4P: Product, Price, Place, Promotion).
- SCM từng bước nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất và tạo điều kiện cho thương mại điện tử phát triển è thành công của B2B.
- SCM tạo ra một trong những mối liên kết trọng yếu nhất trong dây chuyền cung ứng.

★ Chương 1: Những lý luận cơ bản về Logistics

- **Giải quyết ba yếu tố chính của dây chuyền cung ứng:
(1) chuẩn bị cho quá trình sản xuất (khách hàng và thông tin);
(2) sản xuất (phương tiện, thiết bị, nhân lực, nguyên vật liệu và quá trình sản xuất);
(3) sản phẩm cuối cùng (phân phối và thông tin khách hàng).**
- **SCM giúp phân tích dữ liệu và lưu trữ hồ sơ với chi phí thấp.**
- **Đối với nền kinh tế: hoạt động Logistics chiếm 10 – 15% GDP của nhiều quốc gia (Mỹ, châu Âu, Bắc Mỹ, một số nền kinh tế châu Á).**

★ Chương 1: Những lý luận cơ bản về Logistics

1.6 Kinh nghiệm phát triển Logistics:

• **Kinh nghiệm Singapore:** có vị trí chiến lược về đường hàng hải → phát triển thành trung tâm hàng hải, cảng trung chuyển lớn của khu vực: đầu tư mạnh vào kho bãi, hệ thống cầu cảng, hệ thống công nghệ thông tin, các chính sách quản lý, huấn luyện đội ngũ → trở thành trung tâm Logistics tầm cỡ thế giới với Hiệp hội Logistics Singapore (bên cạnh rất nhiều công ty logistics hàng đầu thế giới như Schenke, Maersk, APL, Keppel, UPS...)

★ Chương 1: Những lý luận cơ bản về Logistics

1.6 Kinh nghiệm phát triển Logistics:

• **Kinh nghiệm Trung Quốc:** chi phí cho Logistics tại TQ chiếm 21,3% GDP trong 5,8 nghìn tỷ USD (năm 2005) **è** nguồn lợi khổng lồ khi đầu tư vào logistics **è** đẩy mạnh đầu tư vào cơ sở hạ tầng: đường sông, biển, đường sắt, hàng không. Chú trọng phát triển hệ thống kho bãi, thông tin liên lạc, quản lý dữ liệu mạng. Khuyến khích hợp tác phát triển Logistics.

★ Chương 1: Những lý luận cơ bản về Logistics

1.6 Kinh nghiệm phát triển Logistics:

- **Việt Nam:** có khoảng 1000 công ty đang hoạt động: 18% công ty NN, 70% TNHH, 10% chưa có giấy phép, 2% công nước ngoài.
- Các công ty mạnh của VN: Vietrans, Viconship, Vinatrans.
- Các công ty nước ngoài: DHL, TNT, UPS, FedEx, APL, ...

★ Chương 2: Tổng quan về quản trị Logistics

- **Mục đích**
- **Yêu cầu**
- **Nội dung trình bày**
 - Cần thiết quản trị Logistics
 - Cấu trúc của SC
 - Thành phần tham gia
 - Quá trình luân chuyển
 - Triển khai qui trình
 - Chi phí
 - Luồng thông tin và luồng vật chất
 - Quản trị chuỗi cung cấp
 - Cấu trúc của SCM
 - Các quá trình vĩ mô của SCM

★ Chương 2: Tổng quan về quản trị Logistics

2.1. Sự cần thiết phải quản trị Logistics:

- Các mô hình quản lý như JIT (Just in time), Kanban, TQM (Total quality management) **è** cho kết quả rất khả quan trong quản lý sản xuất **è** áp dụng đơn lẻ và chỉ mang lợi ích giới hạn;
- **Thiệt hại do không quản trị tốt logistics:**
 - + 10/1997 Boeing thiệt hại 2,6 tỷ USD do “thiếu hụt nguyên nhiên vật liệu và các linh kiện **è** sản xuất kém hiệu quả
 - + Tập đoàn US Surgical: giảm 25% doanh thu **è** lỗ 22 triệu USD do hàng tồn kho quá nhiều
 - + Không dự báo đúng nhu cầu thị trường, IBM không có đủ máy **è** mất cơ hội kinh doanh
- **Lợi ích:** thành công của Wal-mart, P&G (Procter and Gamble)... **è** cải tiến và quản lý tốt hoạt động logistics đem lại thị phần to lớn và tiết kiệm hàng triệu USD

★ Chương 2: Tổng quan về quản trị Logistics

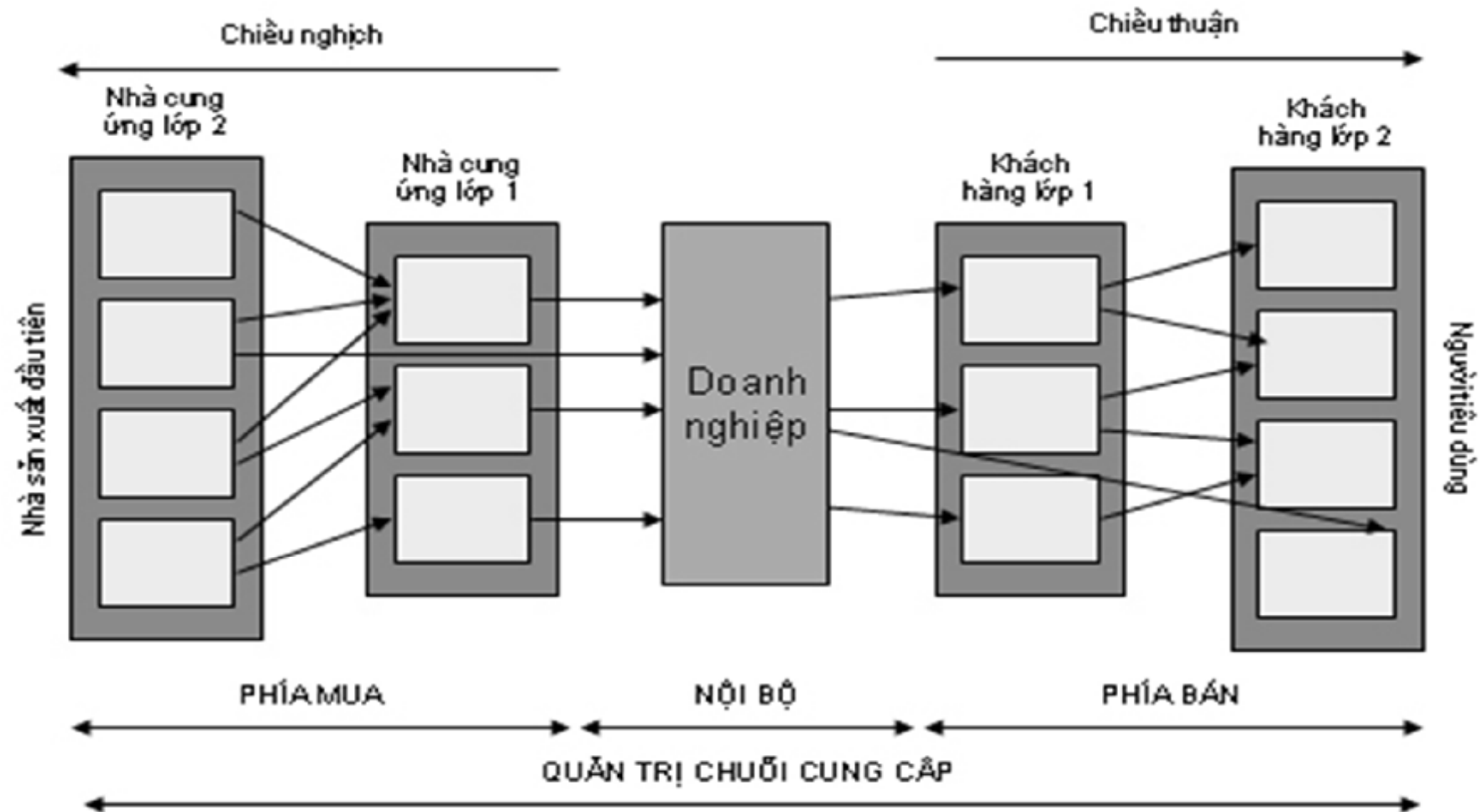
2.2. Cấu trúc của SC:

Một dây chuyền cung ứng sản xuất bao gồm tối thiểu ba yếu tố: nhà cung cấp, bản thân đơn vị sản xuất và khách hàng:

- **Nhà cung cấp:** là các công ty bán sản phẩm, dịch vụ
- **Đơn vị sản xuất:** là nơi sử dụng nguyên liệu, dịch vụ đầu vào và áp dụng các quá trình sản xuất để tạo ra sản phẩm cuối cùng.
- **Khách hàng:** là người sử dụng sản phẩm của đơn vị sản xuất.

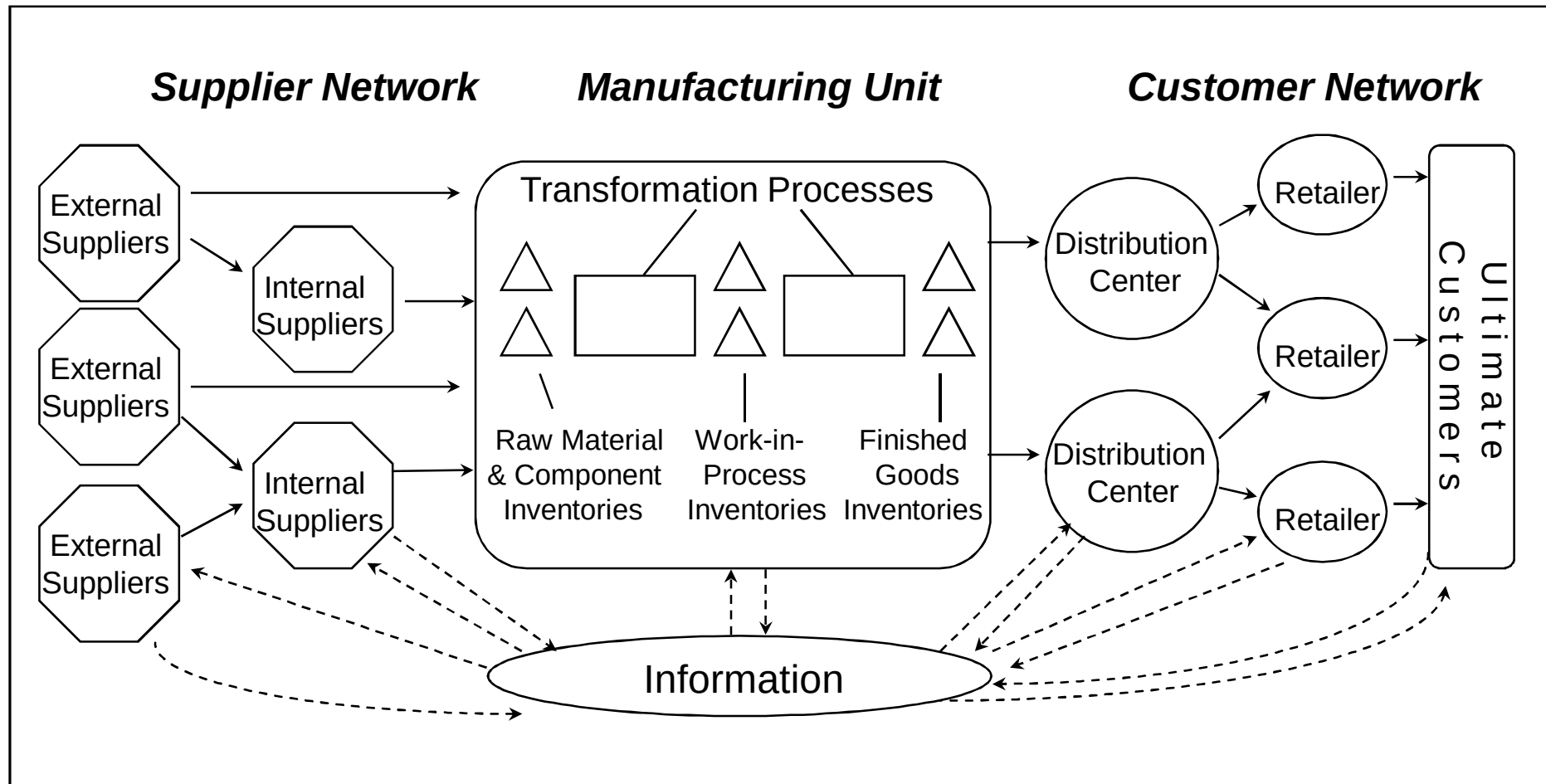
★ Chương 2: Tổng quan về quản trị Logistics

2.2. Cấu trúc chuỗi cung ứng:





The Logistics/Supply Chain



★ **Chương 2: Tổng quan về quản trị Logistics**

2.3. Các thành phần cơ bản của SCM:

Dây chuyền cung ứng được cấu tạo từ 5 thành phần cơ bản.

- **Sản xuất (Làm gì, như thế nào, khi nào)**
- **Vận chuyển (Khi nào, vận chuyển như thế nào)**
- **Tồn kho (Chi phí sản xuất và lưu trữ)**
- **Định vị (Nơi nào tốt nhất để làm cái gì)**
- **Thông tin (Cơ sở để ra quyết định)**



Chương 2: Tổng quan về quản trị Logistics

1. Sản xuất: tạo ra và lưu trữ sản phẩm à đáp ứng nhu cầu và hiệu quả sản xuất.

2. Vận chuyển: có 6 phương thức vận chuyển cơ bản:

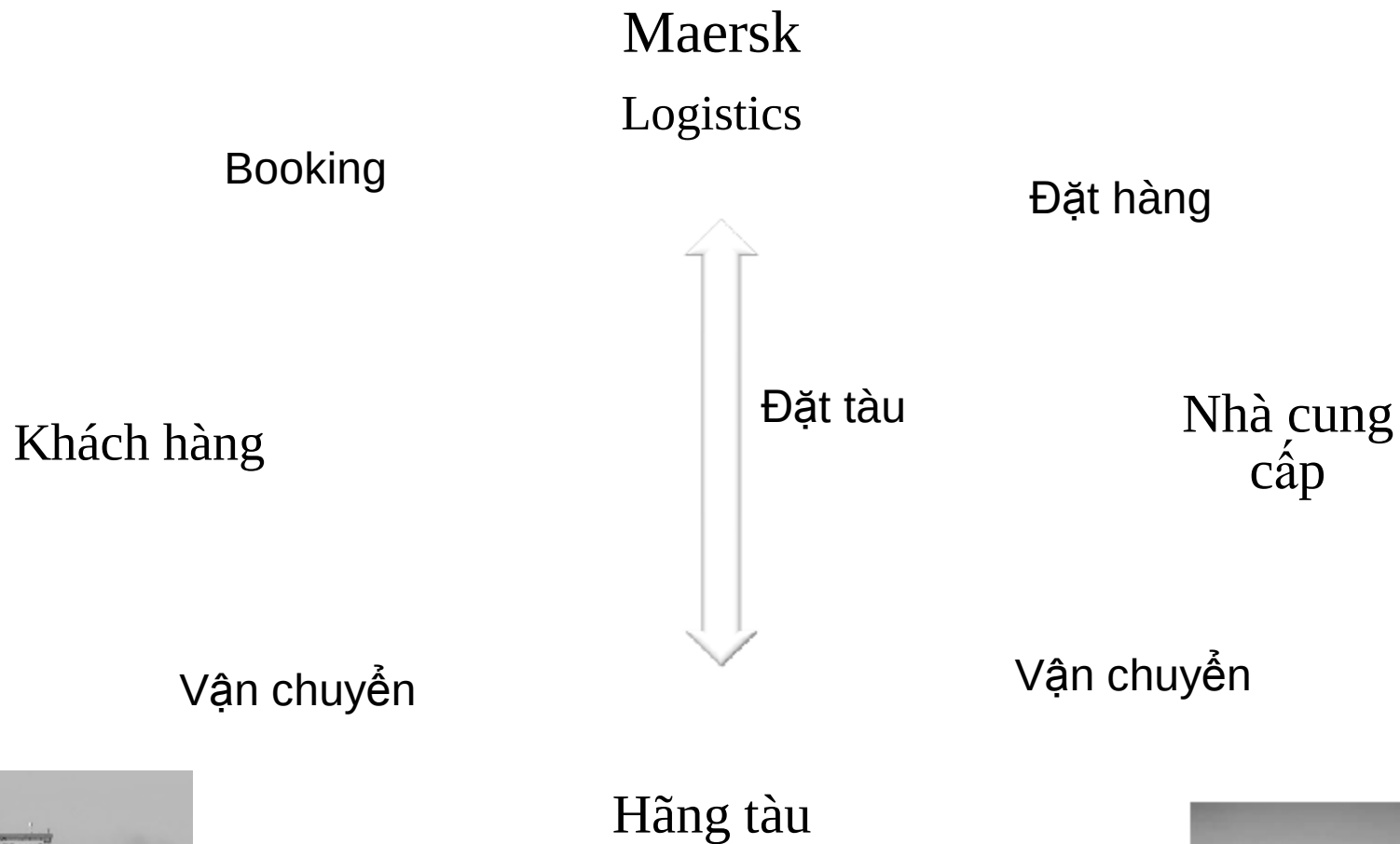
- q **Đường biển:** giá rẻ, thời gian dài và bị giới hạn về địa điểm giao nhận.
- q **Đường sắt:** giá rẻ, thời gian TB, bị giới hạn về địa điểm giao nhận.
- q **Đường bộ:** nhanh, thuận tiện.
- q **Đường hàng không:** nhanh, giá thành cao.
- q **Dạng điện tử:** giá rẻ, nhanh, bị giới hạn về loại hàng hoá vận chuyển (chỉ dành cho dữ liệu, âm thanh, hình ảnh...)
- q **Đường ống:** tương đối hiệu quả nhưng bị giới hạn loại hàng hoá (khi hàng hóa là chất lỏng, chất khí..).

3. Tồn kho: à doanh thu và lợi nhuận.

4. Định vị: nguồn nguyên vật liệu và thị trường tiêu thụ tốt nhất à Sự thành công của SCM.

5. Thông tin: “nguồn dinh dưỡng” à phát huy tác dụng.

VD: Quy trình Logistics tại công ty Maersk Logistics



30 December 2011



★ Chương 2: Tổng quan về quản trị Logistics

nh luân n trong chuỗi cung ng:

	Quá trình hậu cần	Các luồng
Mua nguyên vật liệu  Giao hàng	Mua	Mua nguyên vật liệu Quản lý tồn kho nguyên vật liệu Lưu kho nguyên vật liệu Lưu kho phụ liệu đóng gói
	Sản xuất	Lịch trình sản xuất Lưu kho sản phẩm dở dang Đóng gói thành phẩm hoàn thiện
	Phân phối	Vận chuyển từ nơi sản xuất đến kho Quản lý tồn kho thành phẩm Lưu kho thành phẩm Giao hàng tới khách hàng cuối cùng

★ **Chương 2: Tổng quan về quản trị Logistics**

2.5 Những bước đi cơ bản khi triển khai SCM **5 bước:**

- **Kế hoạch**
- **Nguồn cung cấp**
- **Sản xuất**
- **Giao nhận**
- **Hoàn lại.**

★ Chương 2: Tổng quan về quản trị Logistics

2.5 Những bước đi cơ bản khi triển khai SCM

1. Kế hoạch

Là bộ phận chiến lược của SCM.

- Xây dựng chiến lược chung quản lý tất cả các nguồn lực
- Xây dựng các phương pháp, cách thức giám sát dây chuyền cung ứng

à Đảm bảo dây chuyền hoạt động hiệu quả, tiết kiệm chi phí và tạo ra sản phẩm có chất lượng cao à phục vụ khách hàng.

★ Chương 2: Tổng quan về quản trị Logistics

2. Nguồn cung cấp

- Lựa chọn những nhà cung cấp thích hợp
- Xây dựng quy trình định giá, giao nhận và thanh toán với nhà phân phối,
- Thiết lập phương pháp giám sát và cải thiện mối quan hệ với nhà phân phối.

à Tiến hành song song các quy trình à quản lý nguồn hàng hoá, dịch vụ à các cơ sở sản xuất à thanh toán tiền hàng.

★ Chương 2: Tổng quan về quản trị Logistics

3. Sản xuất

- Lập lịch trình cụ thể về các hoạt động sản xuất, kiểm tra, đóng gói và chuẩn bị giao nhận.
- Giám sát, đánh giá chặt chẽ các tiêu chuẩn chất lượng của thành phẩm, cũng như hiệu suất làm việc của nhân viên.

à Công đoạn quan trọng của SCM

★ Chương 2: Tổng quan về quản trị Logistics

4. Giao nhận

Được gọi là “hậu cần”.

- Xem xét từng đơn đặt hàng,
- Xây dựng mạng lưới cửa hàng phân phối,
- Lựa chọn đơn vị vận tải
- Thiết lập một hệ thống hoá đơn thanh toán hợp lý.

★ Chương 2: Tổng quan về quản trị Logistics

5. Hoàn lại

Chỉ xuất hiện trong trường hợp dây chuyền cung ứng có vấn đề.

- Xây dựng một chính sách đón nhận những sản phẩm khiếm khuyết bị khách hàng trả về,
- Trợ giúp khách hàng trong trường hợp có vấn đề rắc rối đối với sản phẩm đã được bàn giao.

★ Chương 2: Tổng quan về quản trị Logistics

Chi SCM (Logistics):

c nh nh i chi u:

Ø Chi c ch ng

Ø Chi n i (m ng n t trong Logistics)

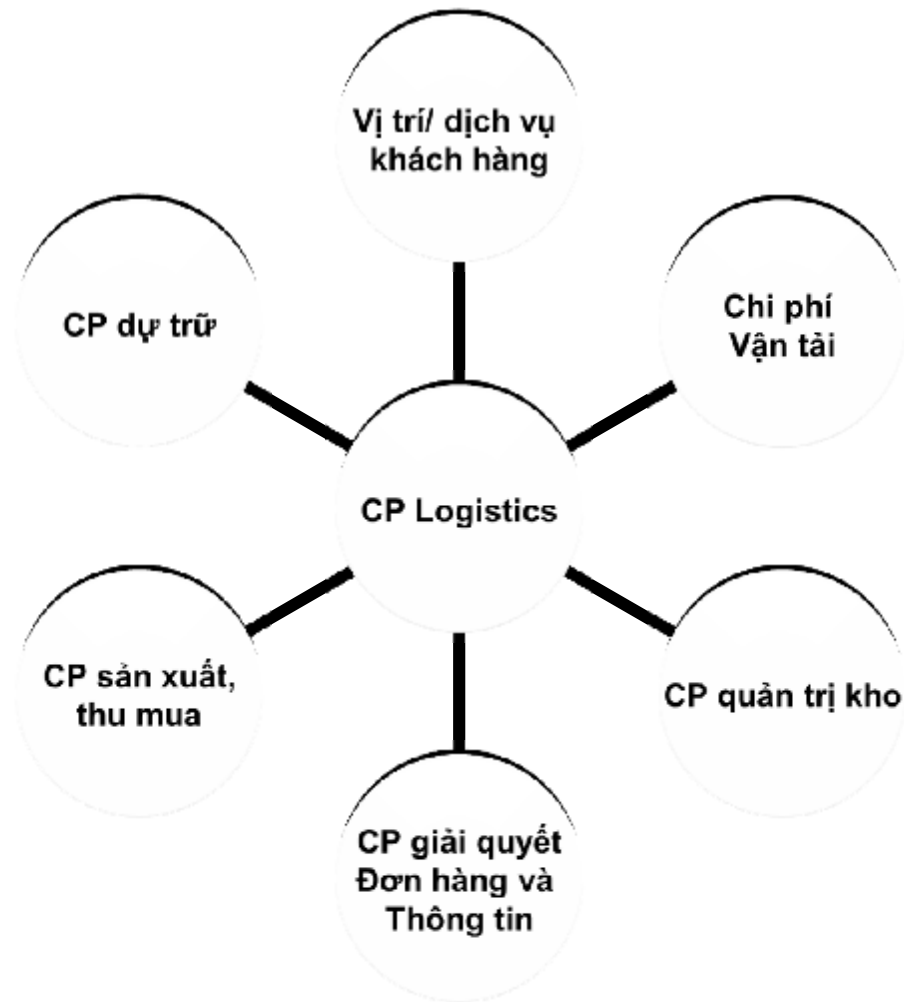
Ø Chi kho i

Ø Chi i t đơn ng ng thông tin

Ø Chi thu mua, chi n t (lô ng theo yêu u)

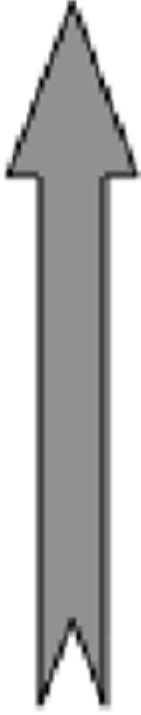
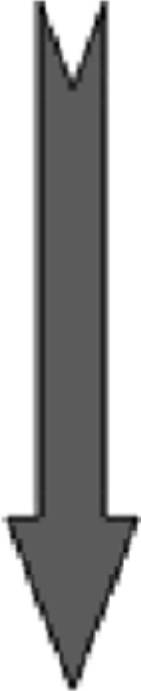
Ø Chi

★ Chương 2: Tổng quan về quản trị Logistics



★ Chương 2: Tổng quan về quản trị Logistics

2.7 Phân biệt luồng thông tin và vật chất:

Luồng thông tin	Các luồng	Luồng vật chất
	- Dự báo - Xử lý đơn đặt hàng - Vận chuyển thành phẩm từ kho tới khách hàng - Quản lý tồn kho thành phẩm - Lưu kho tại trung tâm phân phối - Vận chuyển từ nơi sản xuất đến kho - Đóng gói - Lập lịch trình sản xuất - Lưu kho tại nơi sản xuất - Quản lý chất lượng nguyên vật liệu - Lưu kho nguyên vật liệu - Vận chuyển nguyên vật liệu - Quản lý lưu kho nguyên vật liệu - Đơn đặt hàng	

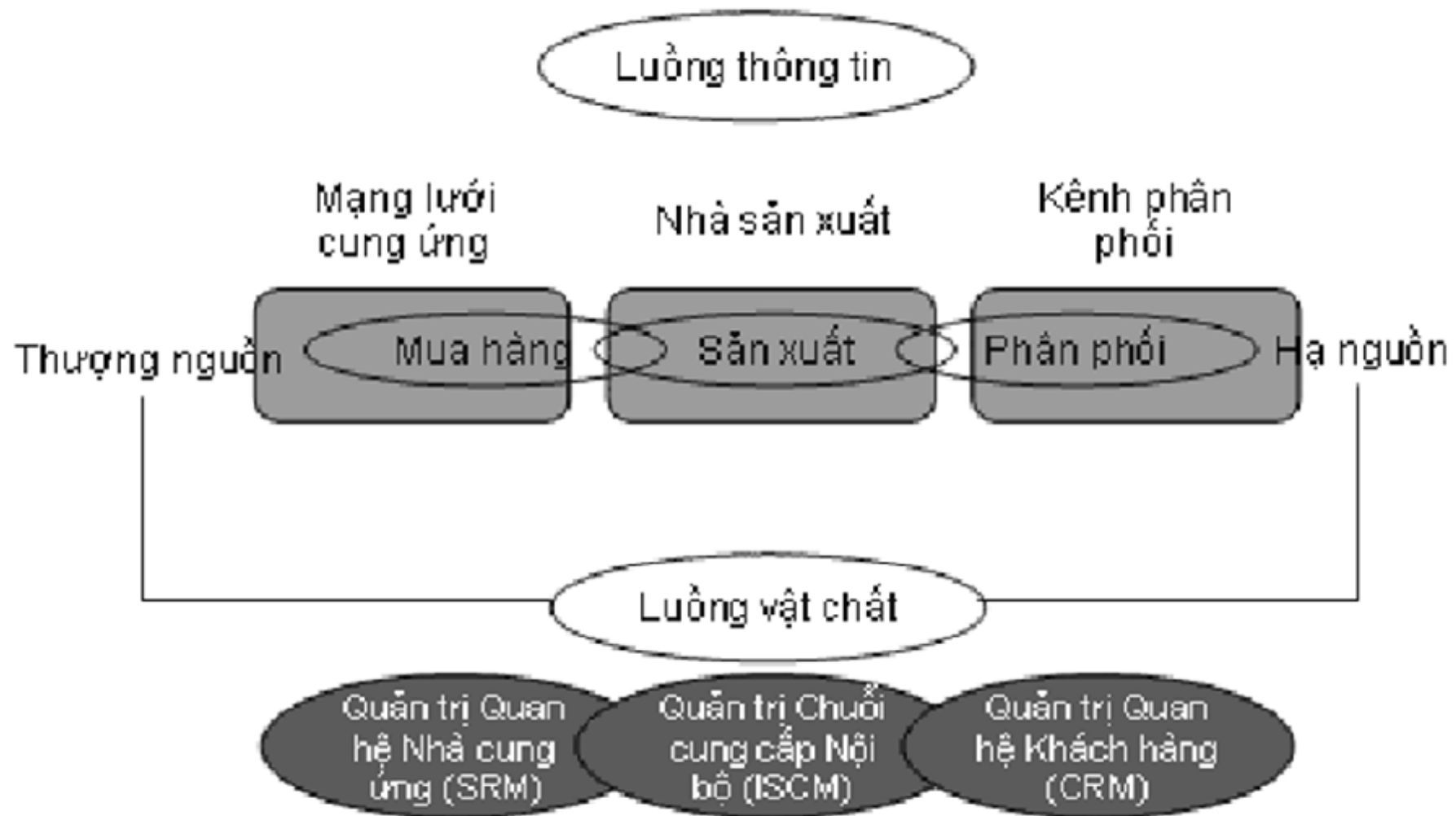
★ **Chương 2: Tổng quan về quản trị Logistics**

2.8 Quản trị chuỗi cung cấp và các luồng trong chuỗi cung cấp:

- **Nguồn tạo ra doanh thu chuỗi cung cấp: khách hàng.**
- **Nguồn tạo ra chi phí chuỗi cung cấp: luồng thông tin, sản phẩm hoặc tiền giữa các giai đoạn của chuỗi cung cấp.**
- **Quản trị chuỗi cung cấp là việc quản lý các luồng giữa và bên trong các giai đoạn của chuỗi cung cấp để tối đa hóa khả năng sinh lời của toàn bộ chuỗi cung cấp.**

★ Chương 2: Tổng quan về quản trị Logistics

2.9 Cấu trúc khung của quản trị chuỗi cung cấp:



★ **Chương 2: Tổng quan về quản trị Logistics**

2.10 Các quá trình vĩ mô của chuỗi cung cấp

- **Quản trị quan hệ khách hàng (Customer Relationship Management - CRM) à tập trung vào quan hệ giữa công ty với khách hàng.**
- **Quản trị chuỗi cung cấp nội bộ (Internal Supply Chain Management - ISCM) à các quá trình trong nội bộ công ty.**
- **Quản trị quan hệ nhà cung ứng (Supplier Relationship Management - SRM) à tập trung vào quan hệ giữa công ty với nhà cung ứng.**

★ Chương 2: Tổng quan về quản trị Logistics

- **Mục đích**
- **Yêu cầu**
- **Nội dung trình bày**
 - Cần thiết quản trị Logistics
 - Cấu trúc của SC
 - Thành phần tham gia
 - Quá trình luân chuyển
 - Triển khai qui trình
 - Chi phí
 - Luồng thông tin và luồng vật chất
 - Quản trị chuỗi cung cấp
 - Cấu trúc của SCM
 - Các quá trình vĩ mô của SCM

★ Chương 2: Tổng quan về quản trị Logistics

2.1. Sự cần thiết phải quản trị Logistics:

- Các mô hình quản lý như JIT (Just in time), Kanban, TQM (Total quality management) **è** cho kết quả rất khả quan trong quản lý sản xuất **è** áp dụng đơn lẻ và chỉ mang lợi ích giới hạn;
- **Thiệt hại do không quản trị tốt logistics:**
 - + 10/1997 Boeing thiệt hại 2,6 tỷ USD do “thiếu hụt nguyên nhiên vật liệu và các linh kiện **è** sản xuất kém hiệu quả
 - + Tập đoàn US Surgical: giảm 25% doanh thu **è** lỗ 22 triệu USD do hàng tồn kho quá nhiều
 - + Không dự báo đúng nhu cầu thị trường, IBM không có đủ máy **è** mất cơ hội kinh doanh
- **Lợi ích:** thành công của Wal-mart, P&G (Procter and Gamble)... **è** cải tiến và quản lý tốt hoạt động logistics đem lại thị phần to lớn và tiết kiệm hàng triệu USD

★ Chương 2: Tổng quan về quản trị Logistics

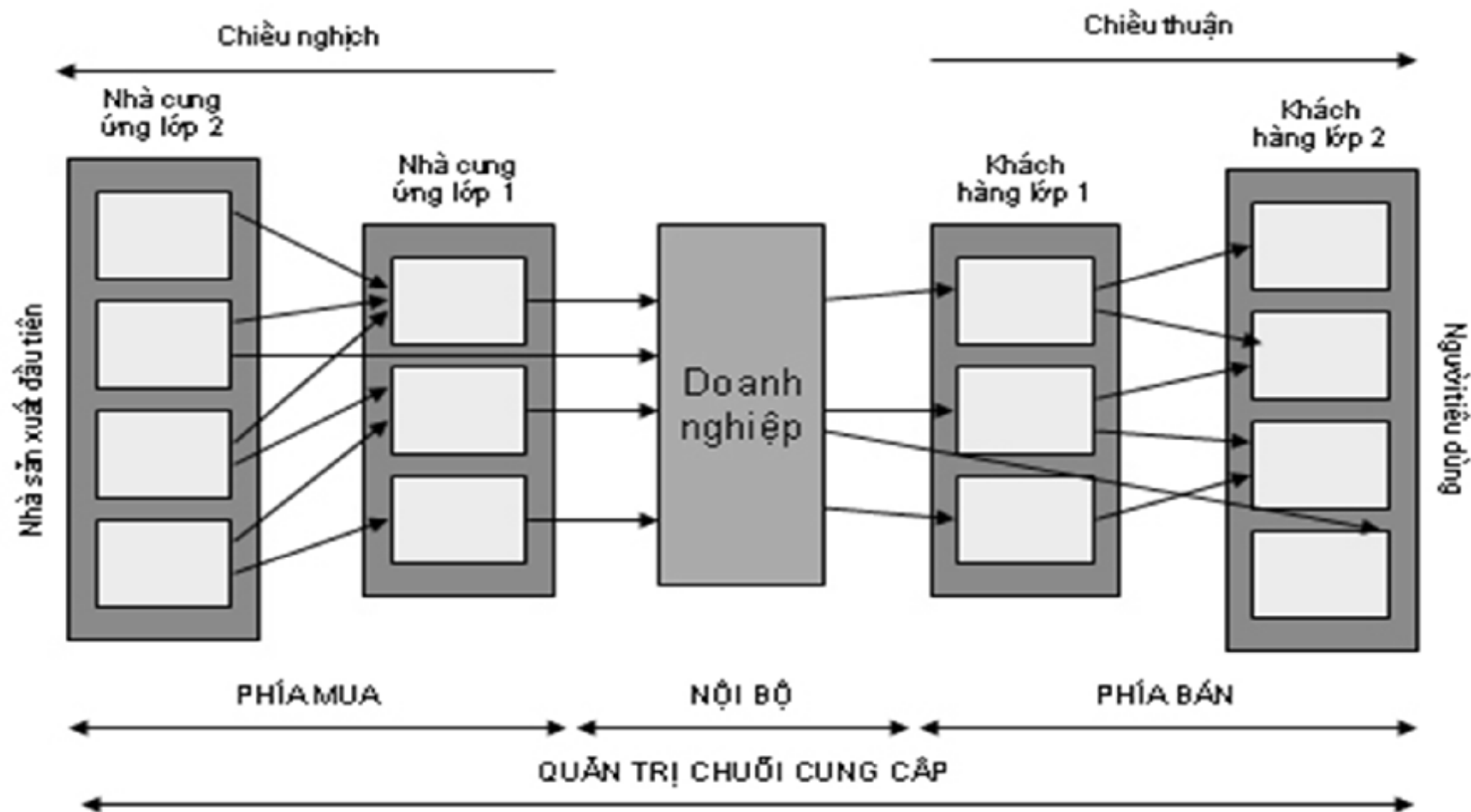
2.2. Cấu trúc của SC:

Một dây chuyền cung ứng sản xuất bao gồm tối thiểu ba yếu tố: nhà cung cấp, bản thân đơn vị sản xuất và khách hàng:

- **Nhà cung cấp:** là các công ty bán sản phẩm, dịch vụ
- **Đơn vị sản xuất:** là nơi sử dụng nguyên liệu, dịch vụ đầu vào và áp dụng các quá trình sản xuất để tạo ra sản phẩm cuối cùng.
- **Khách hàng:** là người sử dụng sản phẩm của đơn vị sản xuất.

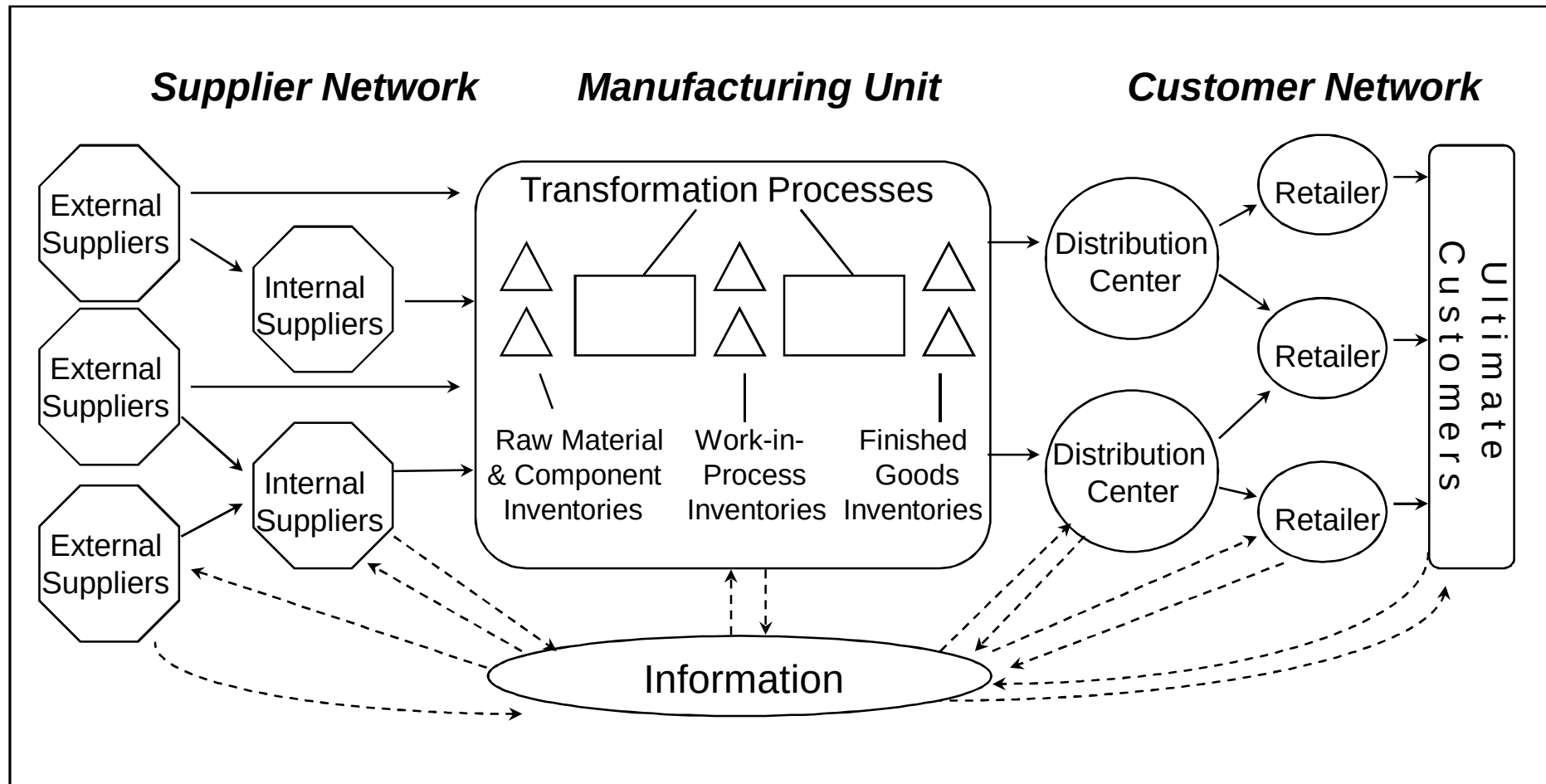
★ Chương 2: Tổng quan về quản trị Logistics

2.2. Cấu trúc chuỗi cung ứng:





The Logistics/Supply Chain



★ **Chương 2: Tổng quan về quản trị Logistics**

2.3. Các thành phần cơ bản của SCM:

Dây chuyền cung ứng được cấu tạo từ 5 thành phần cơ bản.

- **Sản xuất (Làm gì, như thế nào, khi nào)**
- **Vận chuyển (Khi nào, vận chuyển như thế nào)**
- **Tồn kho (Chi phí sản xuất và lưu trữ)**
- **Định vị (Nơi nào tốt nhất để làm cái gì)**
- **Thông tin (Cơ sở để ra quyết định)**



Chương 2: Tổng quan về quản trị Logistics

1. Sản xuất: tạo ra và lưu trữ sản phẩm à đáp ứng nhu cầu và hiệu quả sản xuất.

2. Vận chuyển: có 6 phương thức vận chuyển cơ bản:

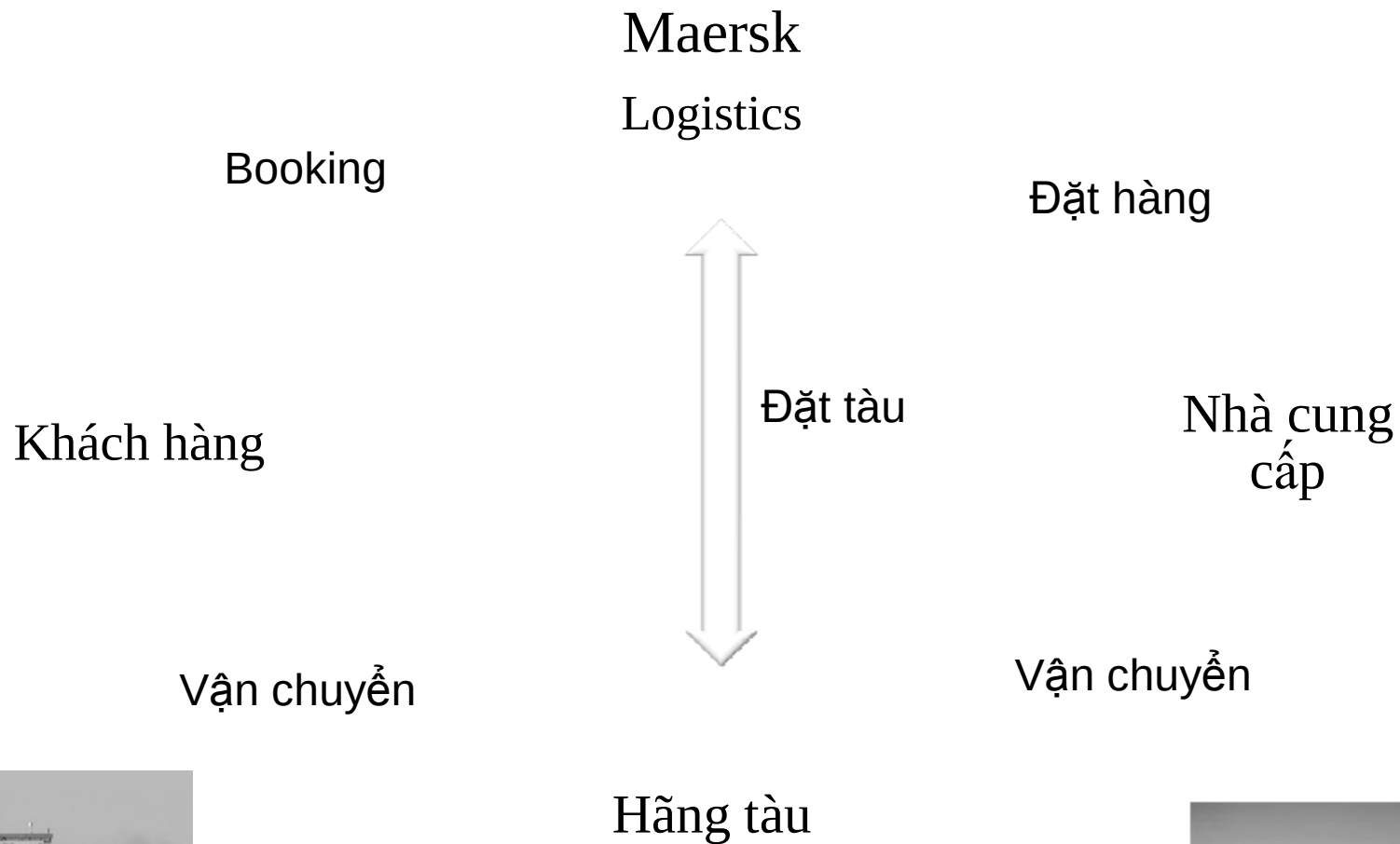
- q **Đường biển:** giá rẻ, thời gian dài và bị giới hạn về địa điểm giao nhận.
- q **Đường sắt:** giá rẻ, thời gian TB, bị giới hạn về địa điểm giao nhận.
- q **Đường bộ:** nhanh, thuận tiện.
- q **Đường hàng không:** nhanh, giá thành cao.
- q **Dạng điện tử:** giá rẻ, nhanh, bị giới hạn về loại hàng hoá vận chuyển (chỉ dành cho dữ liệu, âm thanh, hình ảnh...)
- q **Đường ống:** tương đối hiệu quả nhưng bị giới hạn loại hàng hoá (khi hàng hóa là chất lỏng, chất khí..).

3. Tiền kho: à doanh thu và lợi nhuận.

4. Định vị: nguồn nguyên vật liệu và thị trường tiêu thụ tốt nhất à Sự thành công của SCM.

5. Thông tin: “nguồn dinh dưỡng” à phát huy tác dụng.

VD: Quy trình Logistics tại công ty Maersk Logistics



30 December 2011



★ Chương 2: Tổng quan về quản trị Logistics

nh luân n trong chuỗi cung ng:

	Quá trình hậu cần	Các luồng
Mua nguyên vật liệu  Giao hàng	Mua	Mua nguyên vật liệu Quản lý tồn kho nguyên vật liệu Lưu kho nguyên vật liệu Lưu kho phụ liệu đóng gói
	Sản xuất	Lịch trình sản xuất Lưu kho sản phẩm dở dang Đóng gói thành phẩm hoàn thiện
	Phân phối	Vận chuyển từ nơi sản xuất đến kho Quản lý tồn kho thành phẩm Lưu kho thành phẩm Giao hàng tới khách hàng cuối cùng

★ **Chương 2: Tổng quan về quản trị Logistics**

2.5 Những bước đi cơ bản khi triển khai SCM **5 bước:**

- **Kế hoạch**
- **Nguồn cung cấp**
- **Sản xuất**
- **Giao nhận**
- **Hoàn lại.**

★ Chương 2: Tổng quan về quản trị Logistics

2.5 Những bước đi cơ bản khi triển khai SCM

1. Kế hoạch

Là bộ phận chiến lược của SCM.

- Xây dựng chiến lược chung quản lý tất cả các nguồn lực
- Xây dựng các phương pháp, cách thức giám sát dây chuyền cung ứng

à Đảm bảo dây chuyền hoạt động hiệu quả, tiết kiệm chi phí và tạo ra sản phẩm có chất lượng cao à phục vụ khách hàng.

★ Chương 2: Tổng quan về quản trị Logistics

2. Nguồn cung cấp

- Lựa chọn những nhà cung cấp thích hợp
- Xây dựng quy trình định giá, giao nhận và thanh toán với nhà phân phối,
- Thiết lập phương pháp giám sát và cải thiện mối quan hệ với nhà phân phối.

à Tiến hành song song các quy trình à quản lý nguồn hàng hoá, dịch vụ à các cơ sở sản xuất à thanh toán tiền hàng.

★ Chương 2: Tổng quan về quản trị Logistics

3. Sản xuất

- Lập lịch trình cụ thể về các hoạt động sản xuất, kiểm tra, đóng gói và chuẩn bị giao nhận.
- Giám sát, đánh giá chặt chẽ các tiêu chuẩn chất lượng của thành phẩm, cũng như hiệu suất làm việc của nhân viên.

à Công đoạn quan trọng của SCM

★ Chương 2: Tổng quan về quản trị Logistics

4. Giao nhận

Được gọi là “hậu cần”.

- Xem xét từng đơn đặt hàng,
- Xây dựng mạng lưới cửa hàng phân phối,
- Lựa chọn đơn vị vận tải
- Thiết lập một hệ thống hoá đơn thanh toán hợp lý.

★ Chương 2: Tổng quan về quản trị Logistics

5. Hoàn lại

Chỉ xuất hiện trong trường hợp dây chuyền cung ứng có vấn đề.

- Xây dựng một chính sách đón nhận những sản phẩm khiếm khuyết bị khách hàng trả về,
- Trợ giúp khách hàng trong trường hợp có vấn đề rắc rối đối với sản phẩm đã được bàn giao.

★ Chương 2: Tổng quan về quản trị Logistics

Chi SCM (Logistics):

c nh nh i chi u:

Ø Chi c ch ng

Ø Chi n i (m ng n t trong Logistics)

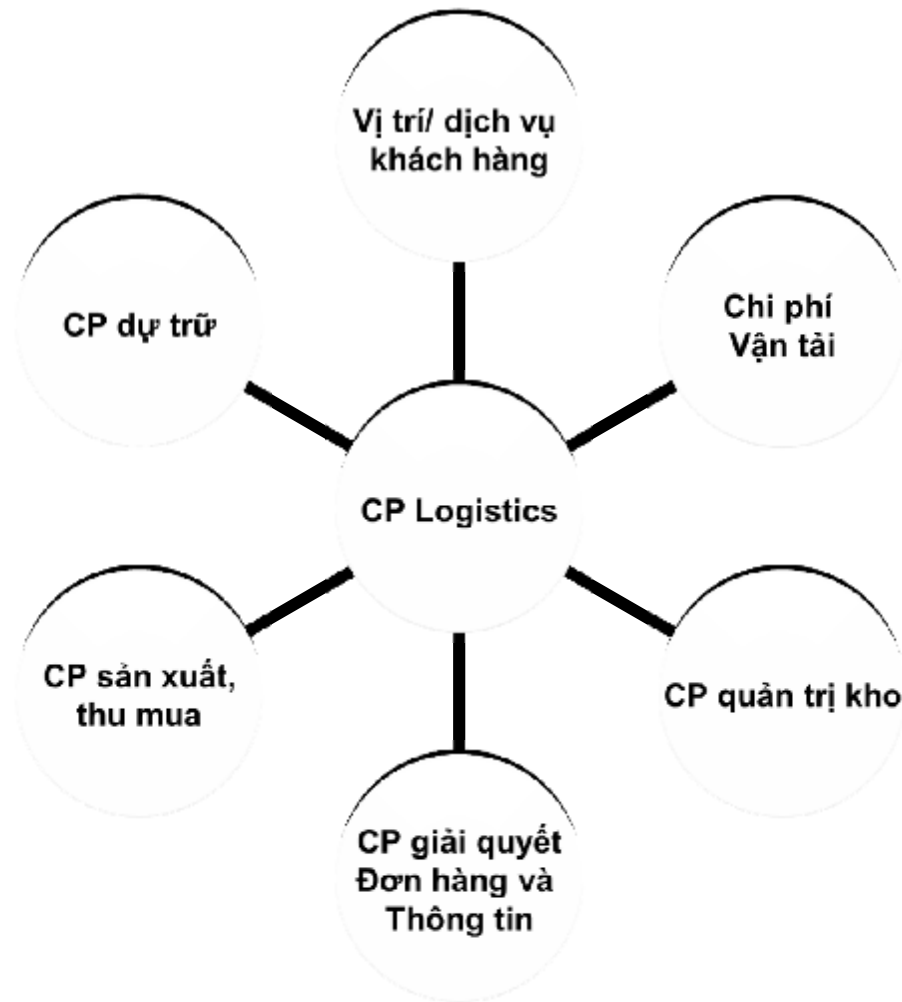
Ø Chi kho i

Ø Chi i t đơn ng ng thông tin

Ø Chi thu mua, chi n t (lô ng theo yêu u)

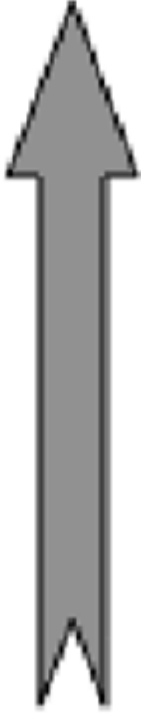
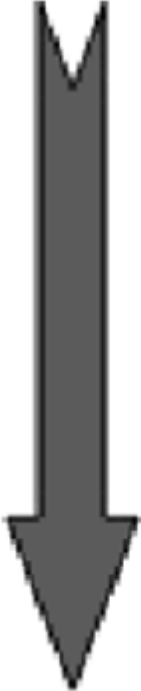
Ø Chi

★ Chương 2: Tổng quan về quản trị Logistics



★ Chương 2: Tổng quan về quản trị Logistics

2.7 Phân biệt luồng thông tin và vật chất:

Luồng thông tin	Các luồng	Luồng vật chất
	- Dự báo - Xử lý đơn đặt hàng - Vận chuyển thành phẩm từ kho tới khách hàng - Quản lý tồn kho thành phẩm - Lưu kho tại trung tâm phân phối - Vận chuyển từ nơi sản xuất đến kho - Đóng gói - Lập lịch trình sản xuất - Lưu kho tại nơi sản xuất - Quản lý chất lượng nguyên vật liệu - Lưu kho nguyên vật liệu - Vận chuyển nguyên vật liệu - Quản lý lưu kho nguyên vật liệu - Đơn đặt hàng	

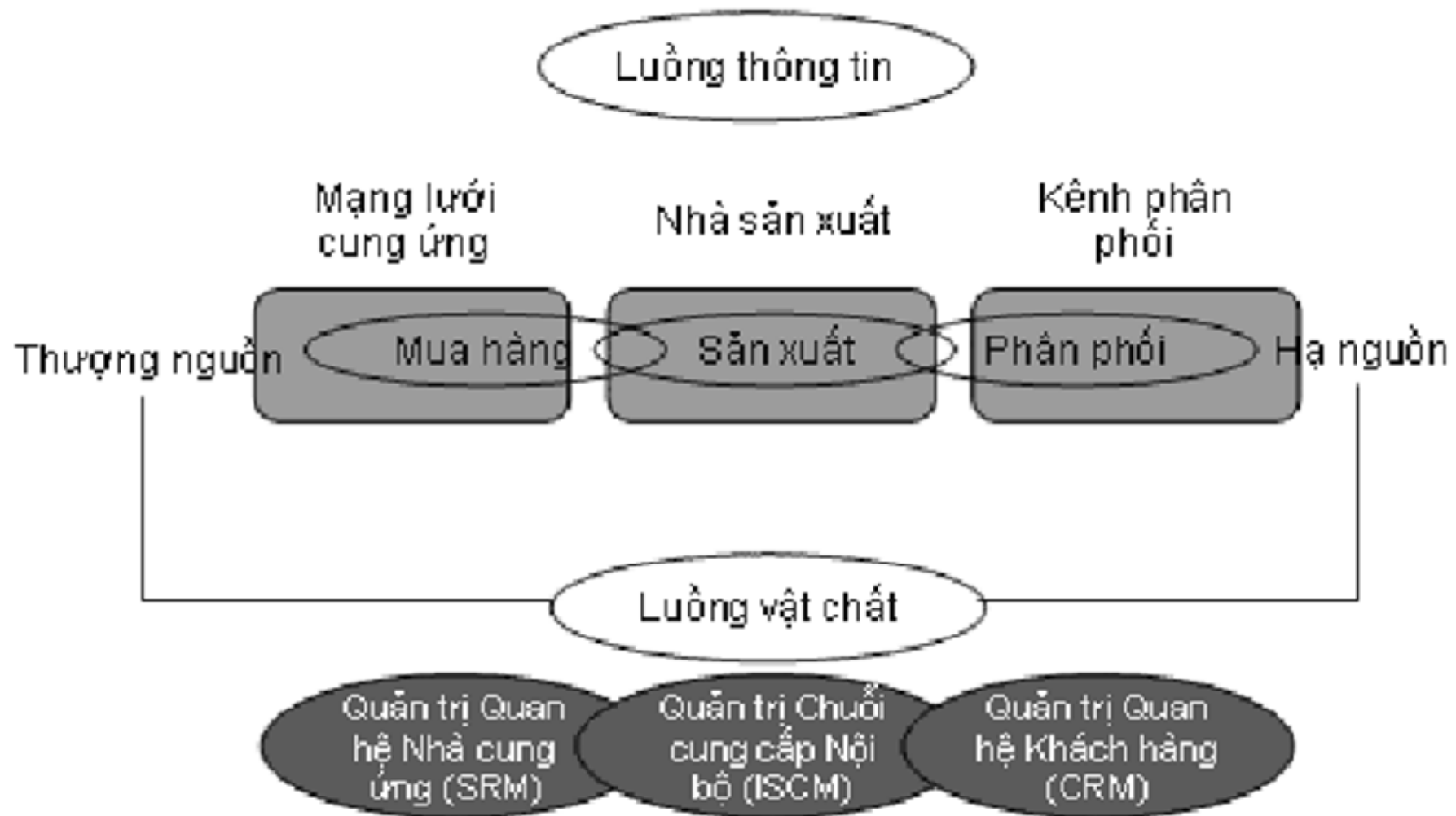
★ **Chương 2: Tổng quan về quản trị Logistics**

2.8 Quản trị chuỗi cung cấp và các luồng trong chuỗi cung cấp:

- **Nguồn tạo ra doanh thu chuỗi cung cấp: khách hàng.**
- **Nguồn tạo ra chi phí chuỗi cung cấp: luồng thông tin, sản phẩm hoặc tiền giữa các giai đoạn của chuỗi cung cấp.**
- **Quản trị chuỗi cung cấp là việc quản lý các luồng giữa và bên trong các giai đoạn của chuỗi cung cấp để tối đa hóa khả năng sinh lời của toàn bộ chuỗi cung cấp.**

★ Chương 2: Tổng quan về quản trị Logistics

2.9 Cấu trúc khung của quản trị chuỗi cung cấp:



★ **Chương 2: Tổng quan về quản trị Logistics**

2.10 Các quá trình vĩ mô của chuỗi cung cấp

- **Quản trị quan hệ khách hàng (Customer Relationship Management - CRM) à tập trung vào quan hệ giữa công ty với khách hàng.**
- **Quản trị chuỗi cung cấp nội bộ (Internal Supply Chain Management - ISCM) à các quá trình trong nội bộ công ty.**
- **Quản trị quan hệ nhà cung ứng (Supplier Relationship Management - SRM) à tập trung vào quan hệ giữa công ty với nhà cung ứng.**



CHƯƠNG 3: DỊCH VỤ KHÁCH HÀNG

- **Mục đích**
- **Yêu cầu**
- **Nội dung trình bày**
 - Khái niệm
 - Các yếu tố
 - Vai trò
 - Xây dựng chiến lược DVKH
 - Quy định của VN về DV Logistics
 - Giới thiệu một số DVKH tiêu biểu

★ CHÖÔNG 3: Dịch vụ khách hàng

3.1 Định nghĩa về dịch vụ khách hàng theo Logistics:

- Tạo ra những lợi ích về mặt thời gian và địa điểm đối với sản phẩm hay dịch vụ
 - Bao gồm:
 - giải quyết đơn hàng (phân loại, kiểm tra, thu gom hoặc tách lô hàng, đóng gói bao bì, dán nhãn...),
 - vận tải,
 - các dịch vụ hậu mãi khác
- à Thỏa mãn khách hàng.

★ CHÖÔNG 3: Dịch vụ khách hàng

3.1 Định nghĩa về dịch vụ khách hàng theo Logistics:

- **Theo nghĩa rộng**, dịch vụ khách hàng là thước đo về mức độ hoạt động hiệu quả của hệ thống logistics trong việc tạo ra sự hữu dụng về mặt thời gian và địa điểm đối với sản phẩm hay dịch vụ.
- **Quan điểm mới**, dịch vụ khách hàng là quá trình diễn ra giữa người mua- người bán và bên thứ ba- các nhà thầu phụ; kết quả của quá trình này là tạo ra giá trị gia tăng cho sản phẩm hay dịch vụ được trao đổi.

★ CHÖÔNG 3: ch ch ng

3.2 Các yếu tố của dịch vụ khách hàng:

Có 3 nhóm yếu cần quan tâm:

- 1. Các yếu tố trước giao dịch**
- 2. Các yếu tố trong giao dịch**
- 3. Các yếu tố sau giao dịch**

★ CHÖÔNG 3: ch ch ng

3.2 Các yếu tố của dịch vụ khách hàng:

1. Các yếu tố trước giao dịch:

- **Xây dựng chính sách dịch vụ đối với khách hàng;**
- **Giới thiệu các dịch vụ cho khách hàng;**
- **Tổ chức bộ máy thực hiện;**
- **Phòng ngừa rủi ro;**
- **Quản trị dịch vụ.**

★ CHÖÔNG 3: ch ch ng

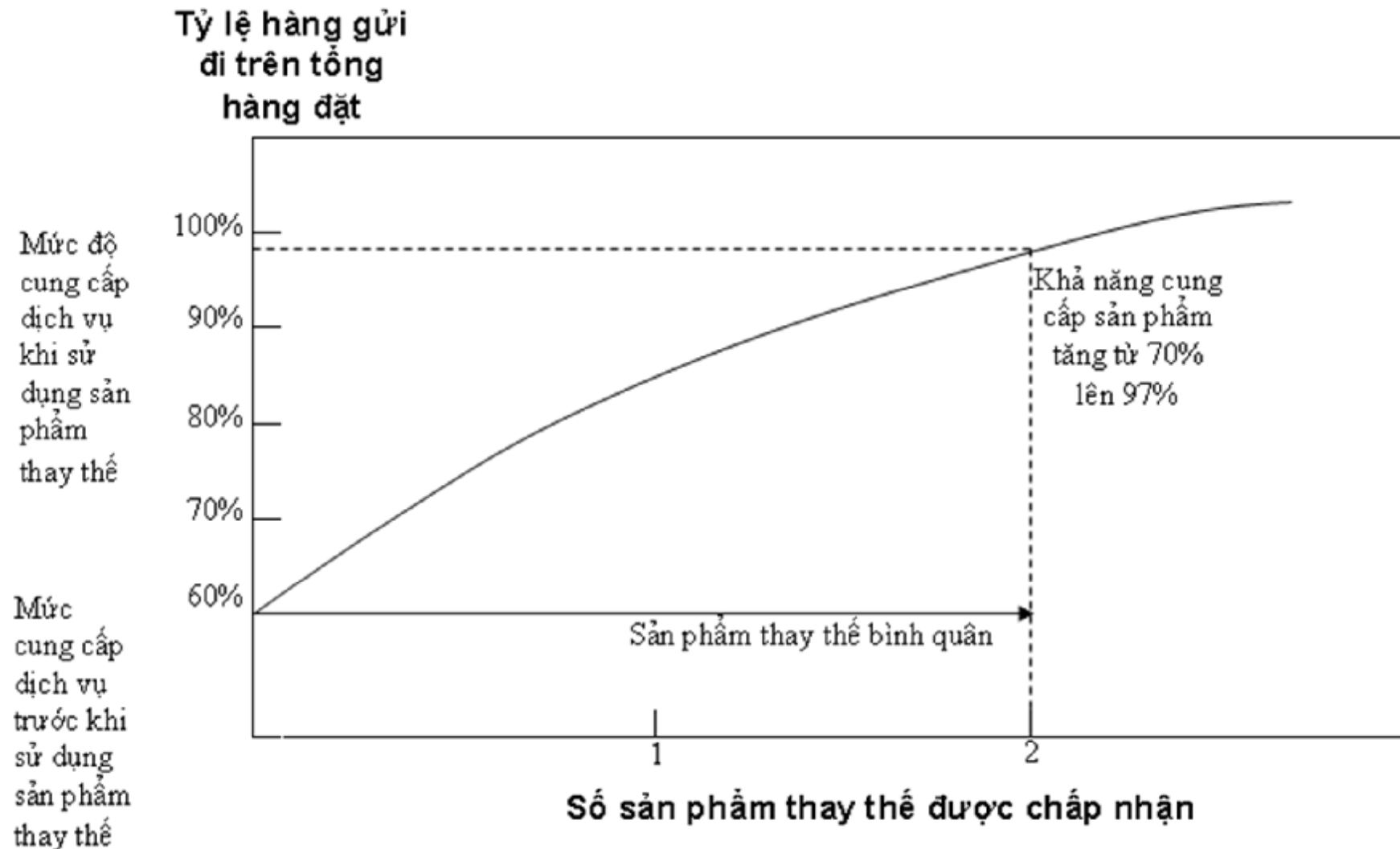
2. Các yếu tố trong giao dịch:

- Tình hình dự trữ hàng hóa;
- Thông tin về hàng hóa;
- Tính chính xác của hệ thống;
- Tính ổn định của quá trình thực hiện đơn hàng;
- Khả năng thực hiện các chuyển hàng đặc biệt;
- Khả năng điều chuyển hàng hóa;
- Thủ tục thuận tiện;
- Sản phẩm thay thế.



CHÖÔNG 3: ch ch ng

Tác động của sản phẩm thay thế đến mức độ phục vụ khách hàng



★ CHÖÔNG 3: ch ch ng

3. Các yếu tố sau giao dịch:

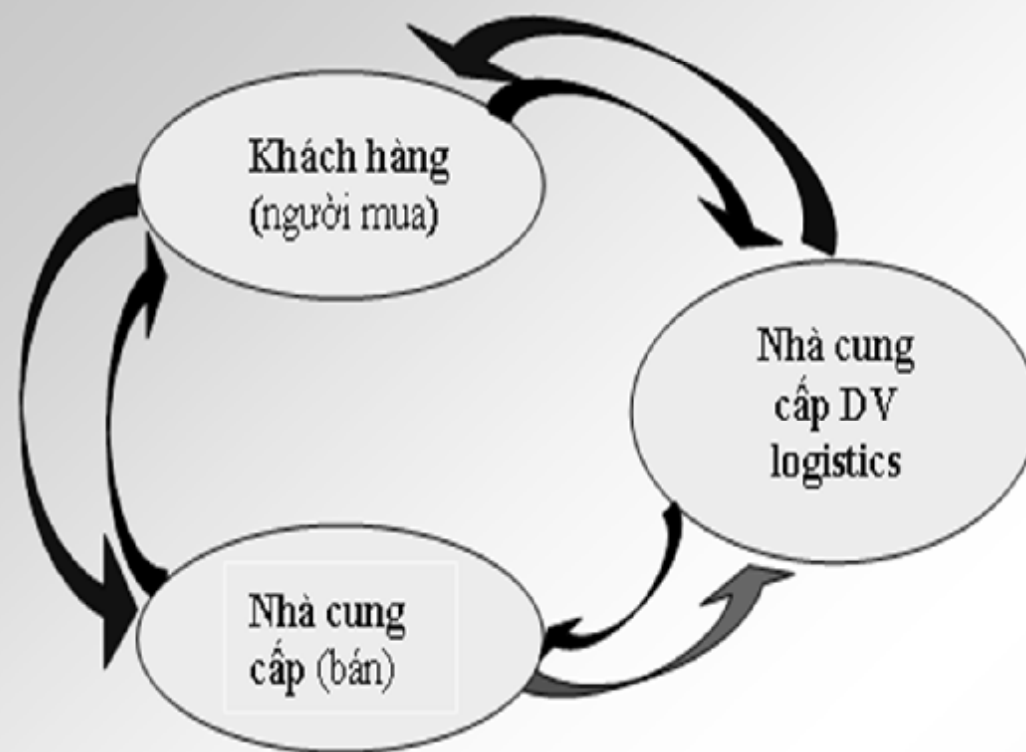
- Lắp đặt, bảo hành, sửa chữa và các dịch vụ khác;
- Theo dõi sản phẩm;
- Giải quyết những than phiền, khiếu nại của khách hàng;
- Cho khách hàng mượn sản phẩm trong khi chờ sửa chữa.

★ CHÖÔNG 3: ch ch ng

3.3 Tầm quan trọng của dịch vụ khách hàng trong Logistics:

- v Dịch vụ khách hàng là đầu ra của toàn bộ hệ thống logistics.
- v Ảnh hưởng rất lớn đến thị phần, tổng chi phí bỏ ra và lợi nhuận của doanh nghiệp.
- v Quyết định trong việc thoả mãn nhu cầu của khách hàng, là “bí quyết” để duy trì và phát triển lòng trung thành của khách hàng.
- v Hỗ trợ đắc lực cho yếu tố “phân phối” trong marketing-mix.

à Dịch vụ khách hàng trong Logistics mang ý nghĩa “*kép*”.



Mối quan hệ giữa các bên trong quản trị dây chuyền cung ứng/Logistics

★ CHÖÖÖNG 3: ch ch ng

3.4 Xây dựng chiến lược dịch vụ khách hàng:

Ø Chiến lược dịch vụ khách hàng được xây dựng dựa vào:

- Nhu cầu thực tế của khách hàng;
- Đối thủ cạnh tranh có gì? ề xây dựng tiêu chuẩn cạnh tranh;
- Là bộ phận trong chiến lược Marketing và Logistics;
- Nắm vững các nguyên lý của quản trị chiến lược: với 3 cấp chiến lược:
 - + Chiến lược doanh nghiệp;
 - + Chiến lược cấp kinh doanh (SBU- Strategy Business Unit);
 - + Chiến lược cấp chức năng.

★ **CHƯƠNG : ch ch ng**

ø **Giai n xây ng n c: n c n**

ø **Thiết lập sứ mạng.**

ø **Nghiên cứu môi trường bên ngoài để nhận diện các cơ hội và nguy cơ.**

ø **Nghiên cứu môi trường bên trong để nhận diện điểm mạnh và điểm yếu.**

ø **Sử dụng các công cụ: ma trận SWOT, BCG (Boston Consulting Group), GE, IE, QSPM...**

ø **Giai n c c n n c: n c n**

- **t p c tiêu i n;**

- **Đưa ra c nh ch phân i n c c n c tiêu;**

- **n khai t c p i người u i hiểu tham gia.**

ø **Giai n nh n c: n c n:**

- **Đo ng c m c chưa c;**

- **Phân ch nguyên nhân nh, i a ng m;**

- **c n c nh ng u nh.**

★ CHÖÔNG 3: ch ch ng

3.5. Quy định của Nhà Nước Việt Nam về dịch vụ logistics.

- Điều 233. Dịch vụ logistics.
- Điều 234. Điều kiện kinh doanh dịch vụ logistics.
- Điều 235. Quyền và nghĩa vụ của thương nhân kinh doanh dịch vụ logistics.
- Điều 236. Quyền và nghĩa vụ của khách hàng.
- Điều 237. Các trường hợp miễn trách nhiệm đối với thương nhân kinh doanh dịch vụ logistics.
- Điều 238. Giới hạn trách nhiệm.
- Điều 239. Quyền cầm giữ và định đoạt hàng hoá.
- Điều 240. Nghĩa vụ của thương nhân kinh doanh dịch vụ logistics khi cầm giữ hàng hoá.

(Luật TM Việt Nam năm 2005)

★ CHÖÔNG 3: ch ch ng

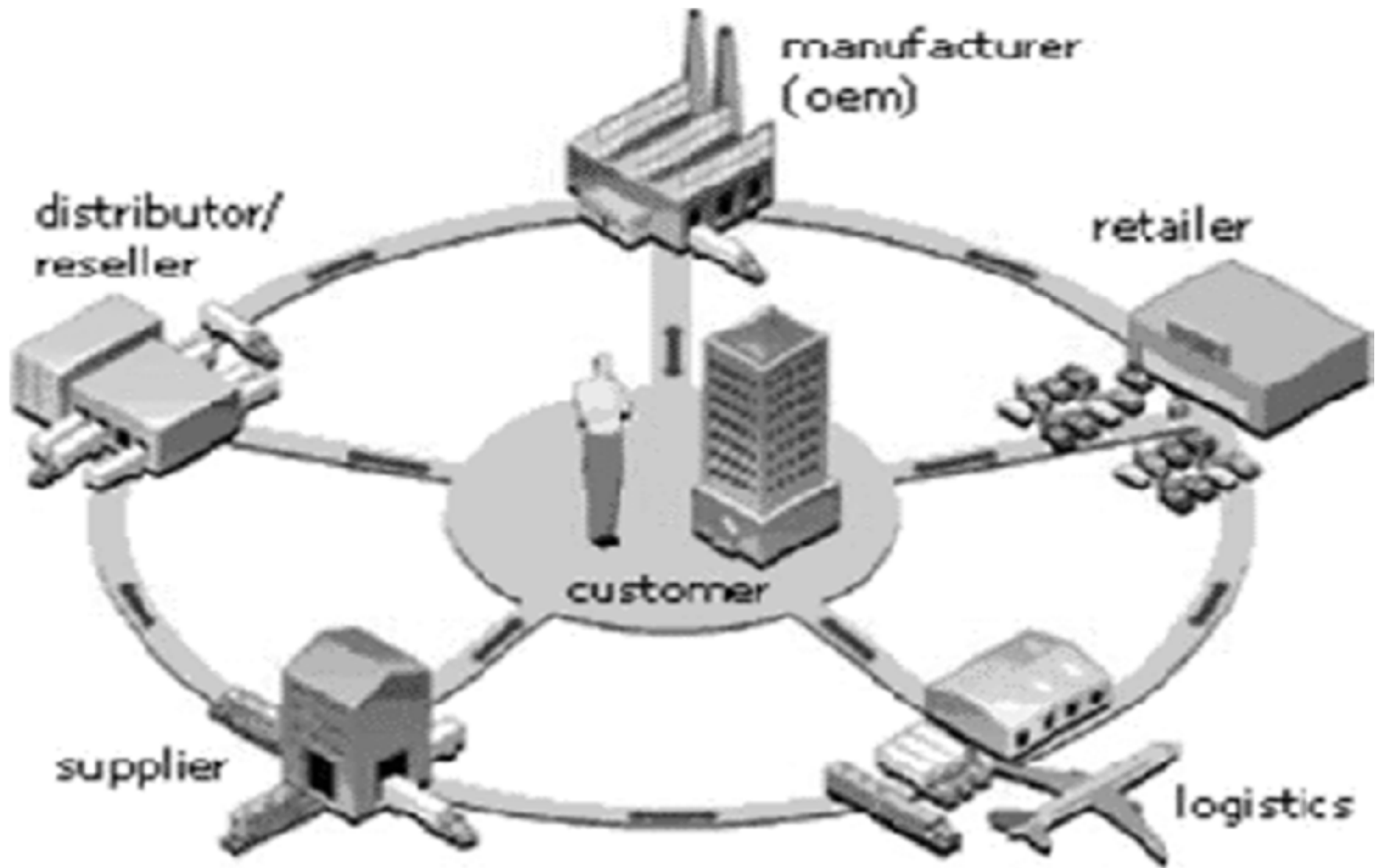
i u t ch ch ng Logistics

i t Nam:

c ch cơ n:

- n đây n cung ng (SCM);
- ch giao n n i gom ng Forwarding and Groupage);
- ch ng không;
- ch kho i – phân i (Warehousing and Distribution);
- c ch c o gia tăng.

★ CHÖÔNG 3: ch ch ng



Chương : ch ch ng



Ø n đây n cung ng (SCM):

- n booking c doanh p: i vendors:
i cung ng form riêng è n thông tin book
ng: thông tin đơn ng (PO number), ng, ch,
i ng c thông tin c t đi m ng;

- p ch ng n n ng: y o
ng book – ng hay nguyên container – ch
ng ng p: i ng, đơn ng, ch c ng
ng, i container, ch nh a u è t u i
thông tin cho ch ng.

- n nh n ng c i kho: n y
giao ng: c vendors gom ng o kho, ng container,
giao ra ng, m c è nhân viên logistics i m t
t t c khâu

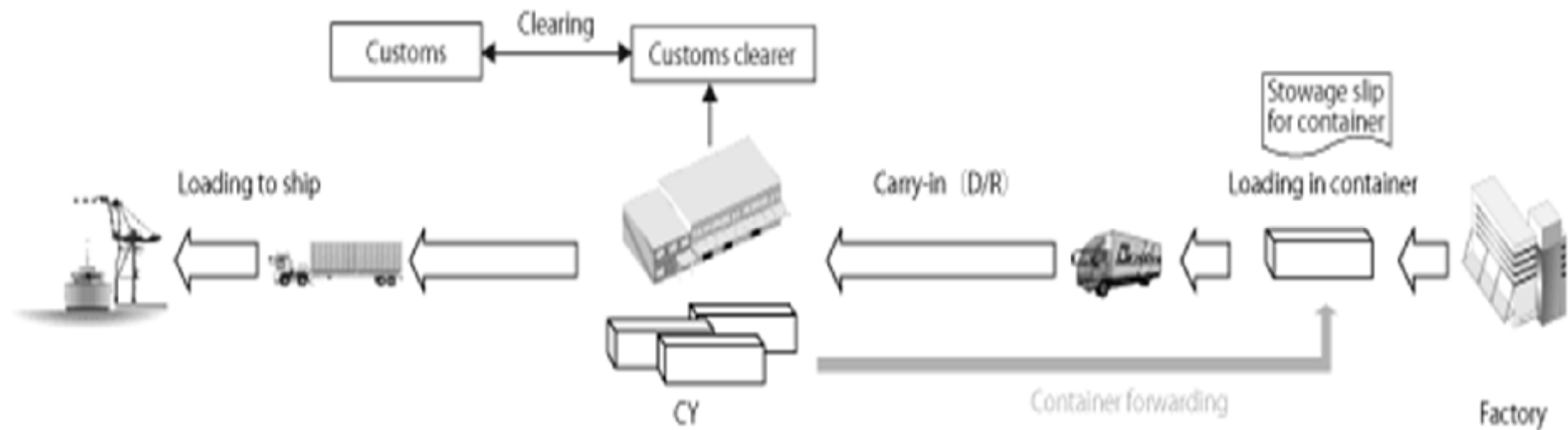
★ Chương : ch ch ng

- **t nh ng n i n t:** sau khi ng
a lên u, cung p logistics i t nh c
ng : FCR (Forwarder Cargo Receipt), c House Bill
of Lading i n – vendor m c c c: (CO,
CQ),...
- **ch thư i ng thương i:** cung p
logistics thu p c ng liên quan n ng a p
p, giao cho i mua m c c i quan giao
n ng è m c chi ch cho i mua ng;
- **n đơn ng n p SKU (stock keeping unit):**
c cung p n i t Nam như: Maersk, APL, NYK,
Cargo System... có năng cung p dây n cung
ng theo u sâu a n m. Thông ng p
PO (đơn ng) è ng ng thông tin riêng
c p m tra nh c về thông tin đơn ng.

★ Chương : ch ch ng

ø ch giao n n i gom ng:

- ch vụ giao n: m t n i theo phương c
ng nguyên (container) ề bao m n c
ng n, ng không, c n i i a ề c
n ch n i về giao n

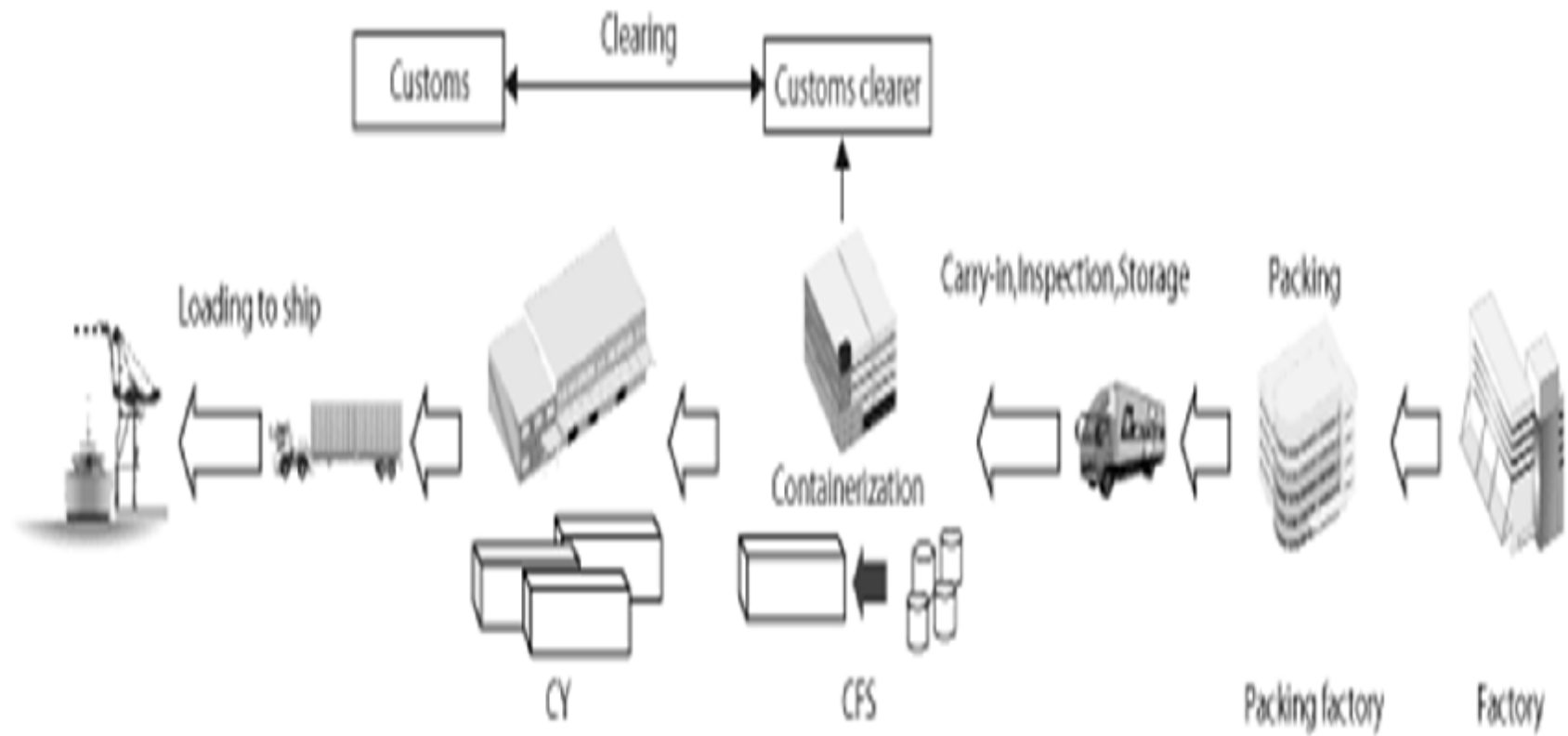


★ Chương : ch ch ng

ø ch giao n n i gom ng:

- ch gom ng: ch n ng đơn . cung
p n ng c vendors, sau gom i ng nh c
container, n qua c ng trung n Singapore,
Malaysia, Taiwan... i ng trung n ng a c c
phân i theo c n sau p p nh c
container ng c. i c p u, c cung p
logistics ng, m c i quan, n n giao cho
ch ng- p u è t m chi cho ch ng.





★ Chương : ch ch ng

ø **ch vụ ng không:** c ng cao p, ng n
 n p. Cung p ch n p air-sea, sea-air khi
 ng a n t m n i y è hơn
 n ng air, năng cung ng ch cao p.

ø **ch kho i - phân i:** p n n kho, m
 chi n kho, tăng c chu đơn ng:

q **ch kho i:** c n ch lưu kho m t ng
 a

- **n ng, m ng, p ng o kho:** cung p
 u ch m n ng vendor, m tra ng,
 ng i, n c, nh ng ng a. p p ng
 đúng quy ch: t n ng p ng ra, p theo
 ưu tiên;

- **i i ng ng:** ng a i do n n:
 ng i n n a a sai t: thay ng a,
 n n i. ng ng ng: o o ch ng t
 nh.

★ Chương : ch ch ng

- **n n ng a (Labelling):** m ch in n n
ng a m o c in n ng quy nh c p
ng è n đưa ra c yêu u
- **Scanning:** cung p Logistics cung p ch scan m
tra nhiều lần ng a về: số ng, ng i, quy ch m
t n c sai t c khi t ng. ch barcode i c
c Châu Âu, u ng dây n ng phân i
ng trong kho phân i cho c n . In n ng
sai è phân i sai n n c sai t, tiêu n chi
- **p lưu hồ sơ ng a:** để ng truy t khi n

★ Chương : ch ch ng

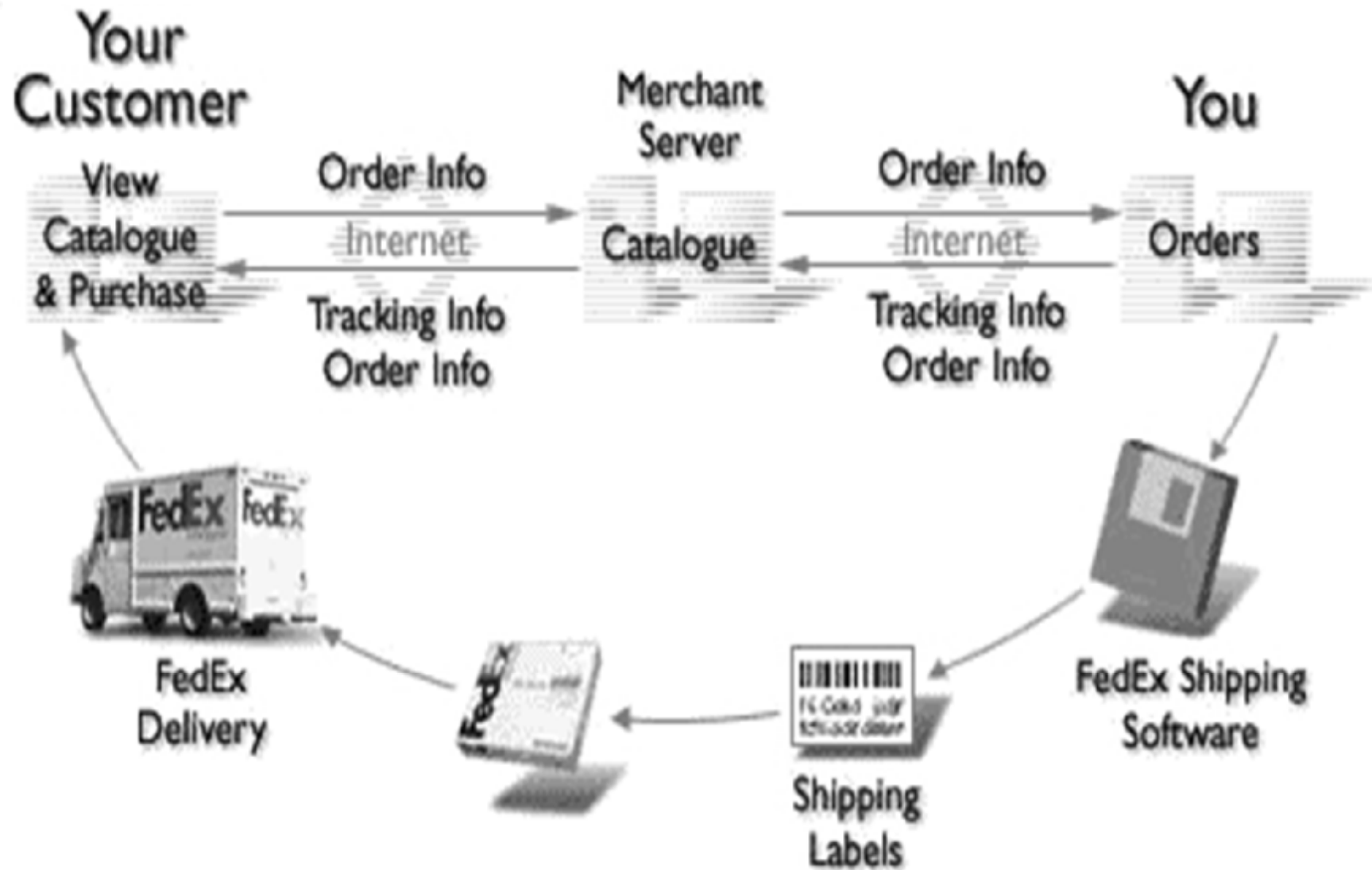
Ø c ch c o gia tăng:

- **Trucking:** n n ng ng xe i: đưa phương n
n kho vendor thu gom ng, chuyên kho a
cung p Logistics è c n công c gom ng
(consolidation);
- m c i quan: cho ng t p u;
- m c mua o m ng a: theo CIF;
- **Tư n ng n:** p c ng , m c n khai ng
a. Vd: ng may c đi n m ng Wearing Apparel
Sheet hay Multi Country Declaration è t xa è tư n;
- **GOH (Garment on Hangers):** n n ng may c cao
p không nhãn, p trong nh n n è n
nh n p p c cao p è cung p t ng,
ng p p, ng, nh n t i ng
n trong 1 container

★ Chương : ch ch ng
t ch Logistics i c cung p
t Nam (c ch)

- **Maersk Logistics**
- **APL Logistics Việt Nam**

VD: QUY TRÌNH CỦA FedEx





Maersk Logistics Viet Nam

5 Văn phòng

- ø Thành Phố Hồ Chí Minh
- ø Hà Nội
- ø Hải Phòng
- ø Quy Nhơn
- ø Đà Nẵng

3 kho lưu hàng

- ø Saigon CFS 1 và Saigon CFS 2 Warehouse (TPHCM)
- ø Tân Hoàng Cầu Warehouse (khu Công Nghiệp Sóng Thần, tỉnh Bình Dương)
- ø Red Star Warehouse (Hải Phòng)





Maersk Logistics Viet Nam

Ngành hàng chính

ø Hàng tiêu dùng

ø Dệt may

ø Giày dép

ø Thực phẩm

Khách hàng chính

Unilever, P&G, Nestle, Adidas, Nike, Tobacco





Dịch vụ khách hàng



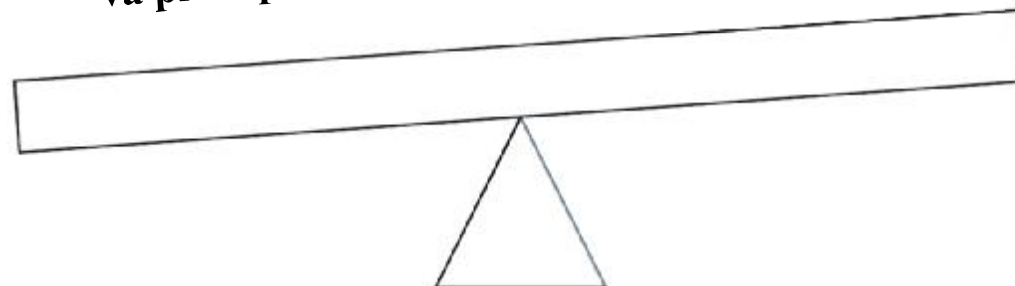
**Quản lý dây chuyền
cung ứng**

**Giao nhận vận tải
hàng hóa quốc tế**

**Giao nhận bằng
đường hàng không**

**Dịch vụ về kho bãi
và phân phối**

**Dịch vụ
giá trị gia tăng**

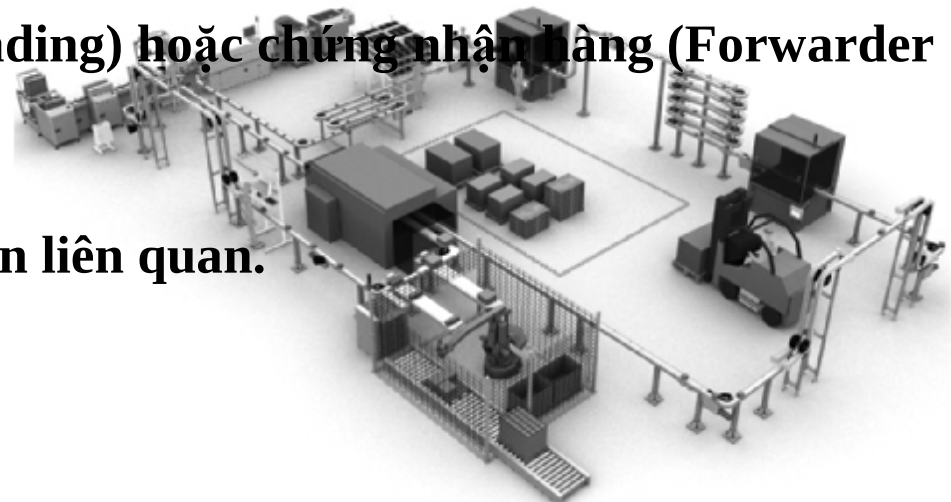




Dịch vụ khách hàng

Quản lí dây chuyền cung ứng (Supply Chain Management)

- Liên lạc và quản lý các yêu cầu xếp hàng
- Đóng hàng vào container và xếp hàng theo đúng chỉ dẫn của khách hàng
- Cung cấp dịch vụ kho bãi và bảo quản.
- Gửi tới khách hàng kết quả xếp hàng (Container Load Result)
- Phát hành vận đơn (House Bill of Lading) hoặc chứng nhận hàng (Forwarder Cargo Receipt)
- Kiểm tra và gửi chứng từ đến các bên liên quan.
- Quản lí đơn hàng (Purchase Order)

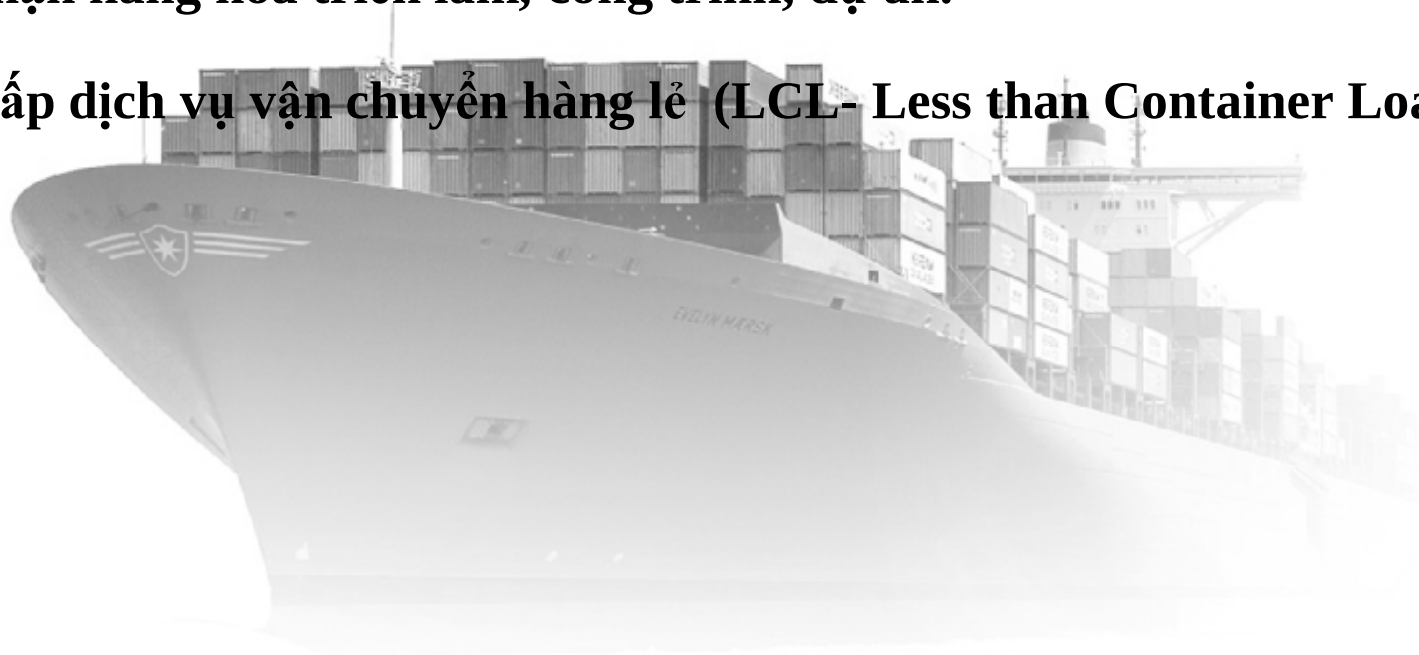




Dịch vụ khách hàng

Giao nhận vận tải hàng hóa quốc tế (Forwarding and Groupage)

- Giao nhận hàng hóa bằng đường biển
- Dịch vụ khai báo hải quan
- Giao nhận hàng hóa triển lãm, công trình, dự án.
- Cung cấp dịch vụ vận chuyển hàng lẻ (LCL- Less than Container Loaded)





Dịch vụ khách hàng

Dịch vụ kho bãi và phân phối hàng hóa (Warehouse & Distribution)

- Lưu giữ và bảo quản hàng hóa
- Gom hàng (Consolidation)
- Vận chuyển hàng hóa bằng xe (Trucking)
- Container cho hàng hóa treo sẵn (Garments on hangers)
- Đóng gói hàng hóa (Packing/Re-packing)
- Dán nhãn hàng hóa (Labeling)
- Kiểm tra mã số, mã vạch (Barcoding and Scanning)
- Đóng pallet (Palletizing)
- Phân loại hàng hóa (Sorting)





Dịch vụ khách hàng

Giao nhận hàng hóa vận tải bằng đường hàng không (Airfreight)

- Giao nhận hàng hóa bằng đường hàng không từ cửa tới cửa (Door to door Service)
- Giao nhận hàng hóa bằng đường hàng không đến các sân bay (Airport to airport)
- Khai báo hải quan (Customs clearance)
- Vận chuyển liên hợp (Air- Sea, Sea- Air transport)





Dịch vụ khách hàng

Các dịch vụ giá trị gia tăng

- Thiết lập và thực hiện các quy trình làm hàng riêng biệt theo yêu cầu của từng khách hàng (Standard Operating Procedure)
- Quản trị các nhà cung cấp – Người bán hàng (Vendor Management)
- Kiểm tra chất lượng hàng hóa
- Thực hiện những dịch vụ đặc biệt cho hàng may mặc
- Nhận và đóng gói hàng hóa
- Tư vấn cho khách hàng





CHƯƠNG 3: DỊCH VỤ KHÁCH HÀNG

- **Mục đích**
- **Yêu cầu**
- **Nội dung trình bày**
 - Khái niệm
 - Các yếu tố
 - Vai trò
 - Xây dựng chiến lược DVKH
 - Quy định của VN về DV Logistics
 - Giới thiệu một số DVKH tiêu biểu

★ CHÖÔNG 3: ch ch ng

3.1 Định nghĩa về dịch vụ khách hàng theo Logistics:

- Tạo ra những lợi ích về mặt thời gian và địa điểm đối với sản phẩm hay dịch vụ
 - Bao gồm:
 - giải quyết đơn hàng (phân loại, kiểm tra, thu gom hoặc tách lô hàng, đóng gói bao bì, dán nhãn...),
 - vận tải,
 - các dịch vụ hậu mãi khác
- à Thỏa mãn khách hàng.

★ CHÖÔNG 3: ch ch ng

3.1 Định nghĩa về dịch vụ khách hàng theo Logistics:

- **Theo nghĩa rộng**, dịch vụ khách hàng là thước đo về mức độ hoạt động hiệu quả của hệ thống logistics trong việc tạo ra sự hữu dụng về mặt thời gian và địa điểm đối với sản phẩm hay dịch vụ.
- **Quan điểm mới**, dịch vụ khách hàng là quá trình diễn ra giữa người mua- người bán và bên thứ ba- các nhà thầu phụ; kết quả của quá trình này là tạo ra giá trị gia tăng cho sản phẩm hay dịch vụ được trao đổi.

★ CHÖÔNG 3: ch ch ng

3.2 Các yếu tố của dịch vụ khách hàng:

Có 3 nhóm yếu cần quan tâm:

- 1. Các yếu tố trước giao dịch**
- 2. Các yếu tố trong giao dịch**
- 3. Các yếu tố sau giao dịch**

★ CHÖÔNG 3: ch ch ng

3.2 Các yếu tố của dịch vụ khách hàng:

1. Các yếu tố trước giao dịch:

- **Xây dựng chính sách dịch vụ đối với khách hàng;**
- **Giới thiệu các dịch vụ cho khách hàng;**
- **Tổ chức bộ máy thực hiện;**
- **Phòng ngừa rủi ro;**
- **Quản trị dịch vụ.**

★ CHÖÔNG 3: ch ch ng

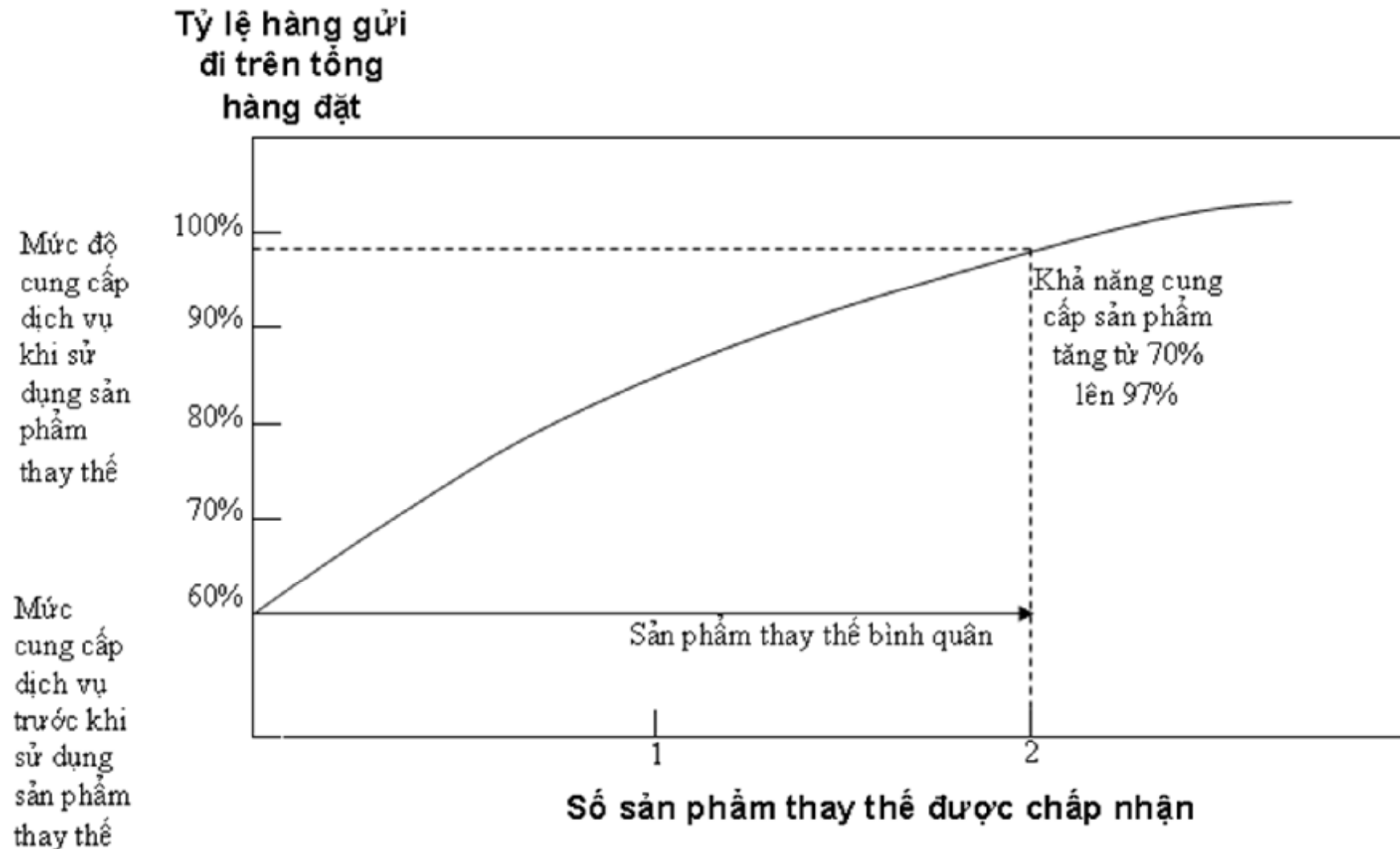
2. Các yếu tố trong giao dịch:

- Tình hình dự trữ hàng hóa;
- Thông tin về hàng hóa;
- Tính chính xác của hệ thống;
- Tính ổn định của quá trình thực hiện đơn hàng;
- Khả năng thực hiện các chuyển hàng đặc biệt;
- Khả năng điều chuyển hàng hóa;
- Thủ tục thuận tiện;
- Sản phẩm thay thế.



CHÖÔNG 3: ch ch ng

Tác động của sản phẩm thay thế đến mức độ phục vụ khách hàng



★ CHÖÔNG 3: ch ch ng

3. Các yếu tố sau giao dịch:

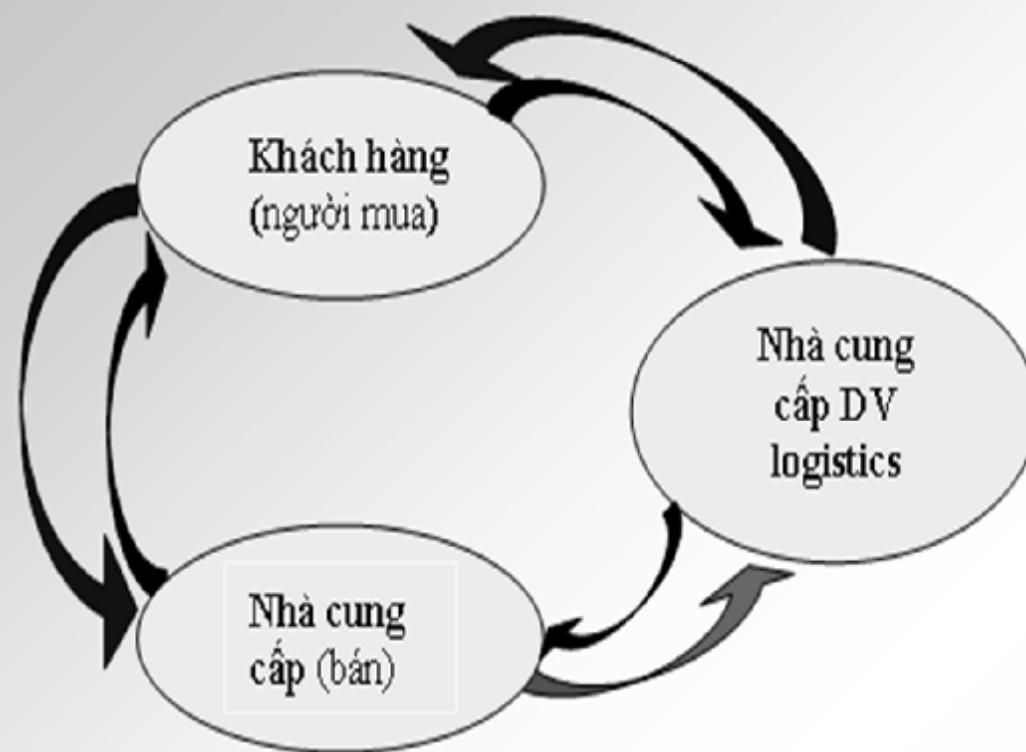
- Lắp đặt, bảo hành, sửa chữa và các dịch vụ khác;
- Theo dõi sản phẩm;
- Giải quyết những than phiền, khiếu nại của khách hàng;
- Cho khách hàng mượn sản phẩm trong khi chờ sửa chữa.

★ CHÖÔNG 3: ch ch ng

3.3 Tầm quan trọng của dịch vụ khách hàng trong Logistics:

- v Dịch vụ khách hàng là đầu ra của toàn bộ hệ thống logistics.
- v Ảnh hưởng rất lớn đến thị phần, tổng chi phí bỏ ra và lợi nhuận của doanh nghiệp.
- v Quyết định trong việc thoả mãn nhu cầu của khách hàng, là “bí quyết” để duy trì và phát triển lòng trung thành của khách hàng.
- v Hỗ trợ đắc lực cho yếu tố “phân phối” trong marketing-mix.

à Dịch vụ khách hàng trong Logistics mang ý nghĩa “*kép*”.



Mối quan hệ giữa các bên trong quản trị dây chuyền cung ứng/Logistics

★ CHÖÖÖNG 3: ch ch ng

3.4 Xây dựng chiến lược dịch vụ khách hàng:

Ø Chiến lược dịch vụ khách hàng được xây dựng dựa vào:

- Nhu cầu thực tế của khách hàng;
- Đối thủ cạnh tranh có gì? ề xây dựng tiêu chuẩn cạnh tranh;
- Là bộ phận trong chiến lược Marketing và Logistics;
- Nắm vững các nguyên lý của quản trị chiến lược: với 3 cấp chiến lược:
 - + Chiến lược doanh nghiệp;
 - + Chiến lược cấp kinh doanh (SBU- Strategy Business Unit);
 - + Chiến lược cấp chức năng.

★ **CHƯƠNG : ch ch ng**

ø **Giai n xây ng n c: n c n**

ø **Thiết lập sứ mạng.**

ø **Nghiên cứu môi trường bên ngoài để nhận diện các cơ hội và nguy cơ.**

ø **Nghiên cứu môi trường bên trong để nhận diện điểm mạnh và điểm yếu.**

ø **Sử dụng các công cụ: ma trận SWOT, BCG (Boston Consulting Group), GE, IE, QSPM...**

ø **Giai n c c n n c: n c n**

- **t p c tiêu i n;**

- **Đưa ra c nh ch phân i n c c n c tiêu;**

- **n khai t c p i người u i hiểu tham gia.**

ø **Giai n nh n c: n c n:**

- **Đo ng c m c chưa c;**

- **Phân ch nguyên nhân nh, i a ng m;**

- **c n c nh ng u nh.**

★ CHÖÔNG 3: ch ch ng

3.5. Quy định của Nhà Nước Việt Nam về dịch vụ logistics.

- Điều 233. Dịch vụ logistics.
- Điều 234. Điều kiện kinh doanh dịch vụ logistics.
- Điều 235. Quyền và nghĩa vụ của thương nhân kinh doanh dịch vụ logistics.
- Điều 236. Quyền và nghĩa vụ của khách hàng.
- Điều 237. Các trường hợp miễn trách nhiệm đối với thương nhân kinh doanh dịch vụ logistics.
- Điều 238. Giới hạn trách nhiệm.
- Điều 239. Quyền cầm giữ và định đoạt hàng hoá.
- Điều 240. Nghĩa vụ của thương nhân kinh doanh dịch vụ logistics khi cầm giữ hàng hoá.

(Luật TM Việt Nam năm 2005)

★ CHÖÔNG 3: ch ch ng

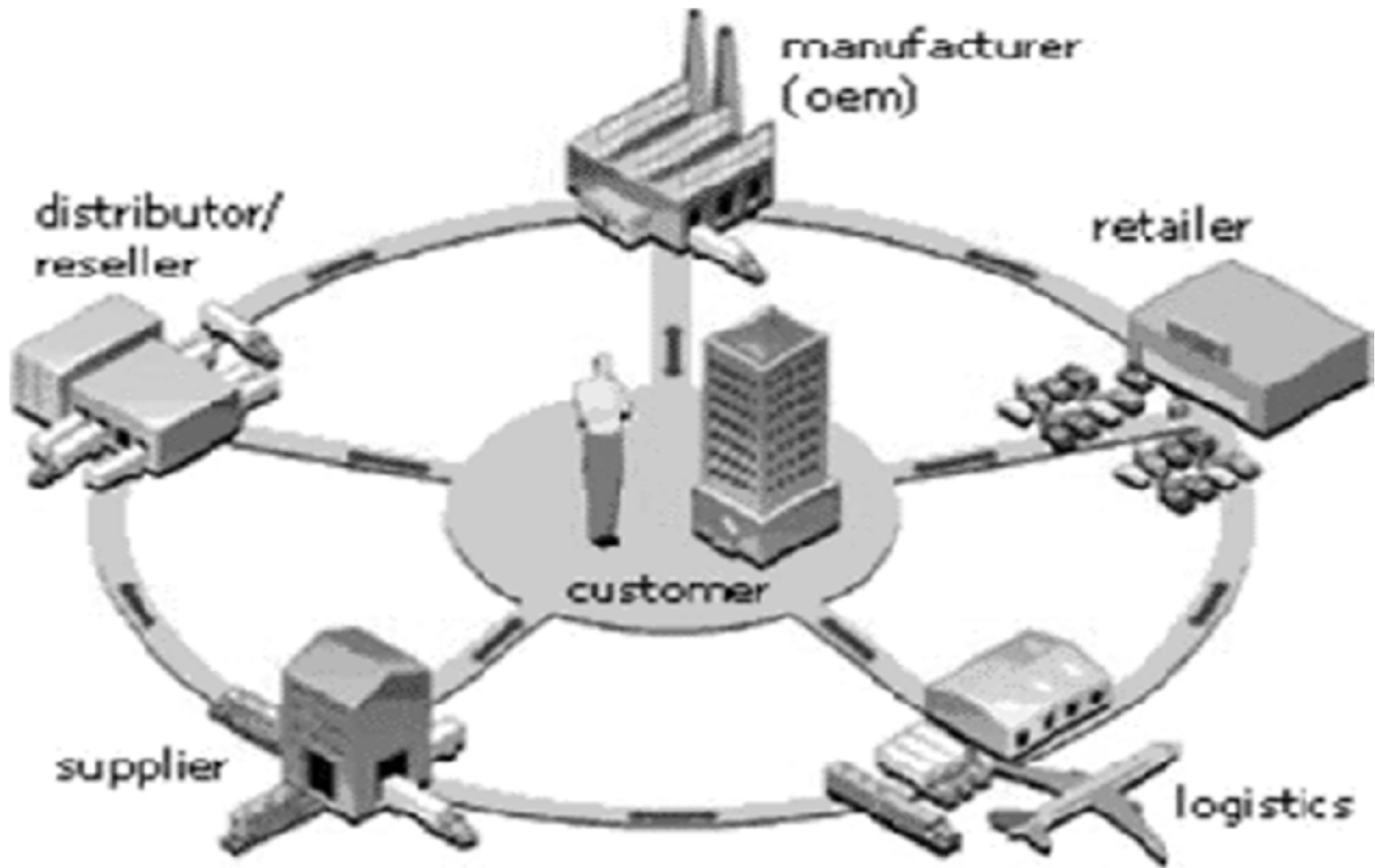
i u t ch ch ng Logistics

i t Nam:

c ch cơ n:

- n đây n cung ng (SCM);
- ch giao n n i gom ng Forwarding and Groupage);
- ch ng không;
- ch kho i – phân i (Warehousing and Distribution);
- c ch c o gia tăng.

★ CHÖÔNG 3: ch ch ng



Chương : ch ch ng



Ø n đây n cung ng (SCM):

- n booking c doanh p: i vendors:
i cung ng form riêng è n thông tin book
ng: thông tin đơn ng (PO number), ng, ch,
i ng c thông tin c t đi m ng;

- p ch ng n n ng: y o
ng book – ng hay nguyên container – ch
ng ng p: i ng, đơn ng, ch c ng
ng, i container, ch nh a u è t u i
thông tin cho ch ng.

- n nh n ng c i kho: n y
giao ng: c vendors gom ng o kho, ng container,
giao ra ng, m c è nhân viên logistics i m t
t t c khâu

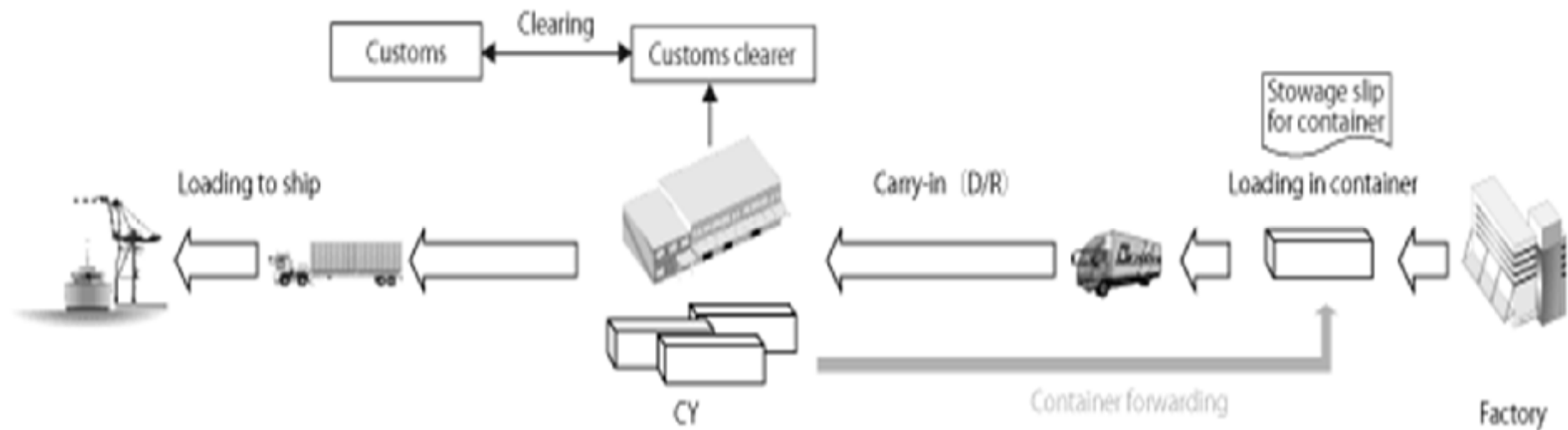
★ Chương : ch ch ng

- **t nh ng n i n t:** sau khi ng
a lên u, cung p logistics i t nh c
ng : FCR (Forwarder Cargo Receipt), c House Bill
of Lading i n – vendor m c c c: (CO,
CQ),...
- **ch thư i ng thương i:** cung p
logistics thu p c ng liên quan n ng a p
p, giao cho i mua m c c i quan giao
n ng è m c chi ch cho i mua ng;
- **n đơn ng n p SKU (stock keeping unit):**
c cung p n i t Nam như: Maersk, APL, NYK,
Cargo System... có năng cung p dây n cung
ng theo u sâu a n m. Thông ng p
PO (đơn ng) è ng ng thông tin riêng
c p m tra nh c về thông tin đơn ng.

★ Chương : ch ch ng

ø ch giao n n i gom ng:

- ch vụ giao n: m t n i theo phương c
ng nguyên (container) ề bao m n c
ng n, ng không, c n i i a ề c
n ch n i về giao n

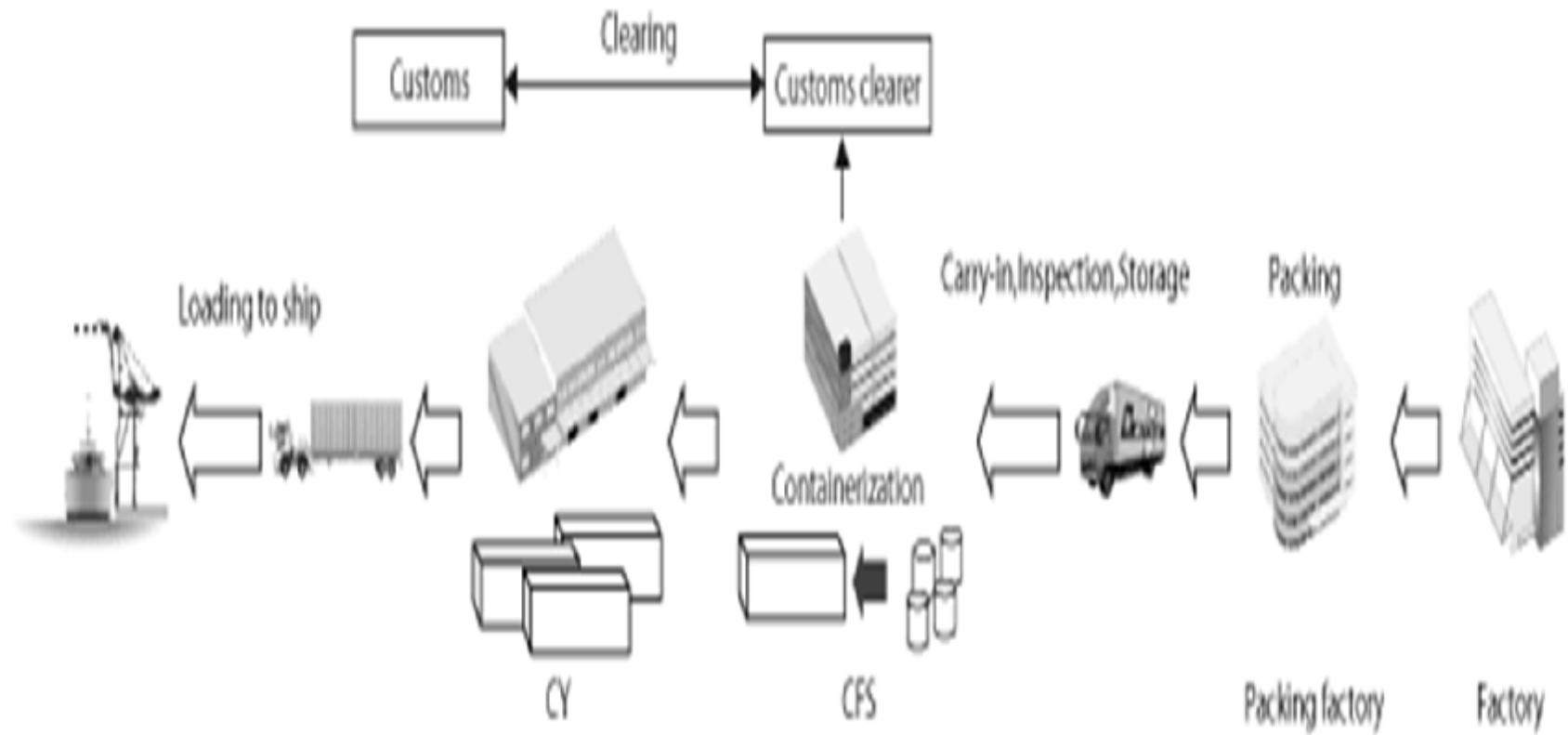


★ Chương : ch ch ng

ø ch giao n n i gom ng:

- ch gom ng: ch n ng đơn . cung
p n ng c vendors, sau gom i ng nh c
container, n qua c ng trung n Singapore,
Malaysia, Taiwan... i ng trung n ng a c c
phân i theo c n sau p p nh c
container ng c. i c p u, c cung p
logistics ng, m c i quan, n n giao cho
ch ng- p u è t m chi cho ch ng.





★ Chương : ch ch ng

ø **ch vụ ng không:** c ng cao p, ng n
 n p. Cung p ch n p air-sea, sea-air khi
 ng a n t m n i y è hơn
 n ng air, năng cung ng ch cao p.

ø **ch kho i - phân i:** p n n kho, m
 chi n kho, tăng c chu đơn ng:

q **ch kho i:** c n ch lưu kho m t ng
 a

- **n ng, m ng, p ng o kho:** cung p
 u ch m n ng vendor, m tra ng,
 ng i, n c, nh ng ng a. p p ng
 đúng quy ch: t n ng p ng ra, p theo
 ưu tiên;

- **i i ng ng:** ng a i do n n:
 ng i n n a a sai t: thay ng a,
 n n i. ng ng ng: o o ch ng t
 nh.

★ Chương : ch ch ng

- **n n ng a (Labelling):** m ch in n n
ng a m o c in n ng quy nh c p
ng è n đưa ra c yêu u
- **Scanning:** cung p Logistics cung p ch scan m
tra nhiều lần ng a về: số ng, ng i, quy ch m
t n c sai t c khi t ng. ch barcode i c
c Châu Âu, u ng dây n ng phân i
ng trong kho phân i cho c n . In n ng
sai è phân i sai n n c sai t, tiêu n chi
- **p lưu hồ sơ ng a:** để ng truy t khi n

★ Chương : ch ch ng

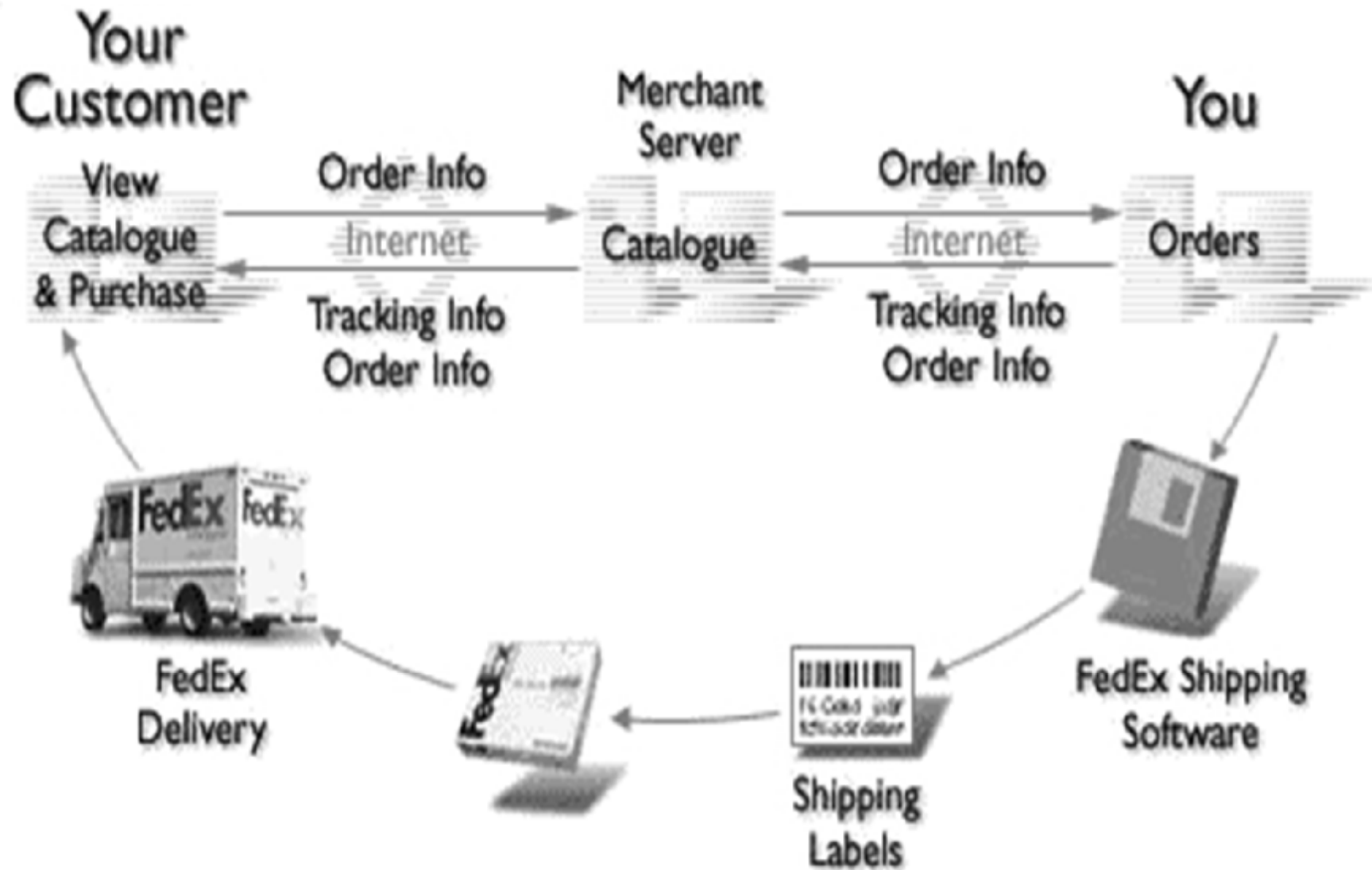
Ø c ch c o gia tăng:

- **Trucking:** n n ng ng xe i: đưa phương n
n kho vendor thu gom ng, chuyên kho a
cung p Logistics è c n công c gom ng
(consolidation);
- m c i quan: cho ng t p u;
- m c mua o m ng a: theo CIF;
- **Tư n ng n:** p c ng , m c n khai ng
a. Vd: ng may c đi n m ng Wearing Apparel
Sheet hay Multi Country Declaration è t xa è tư n;
- **GOH (Garment on Hangers):** n n ng may c cao
p không nhãn, p trong nh n n è n
nh n p p c cao p è cung p t ng,
ng p p, ng, nh n t i ng
n trong 1 container

★ Chương : ch ch ng
t ch Logistics i c cung p
t Nam (c ch)

- **Maersk Logistics**
- **APL Logistics Việt Nam**

VD: QUY TRÌNH CỦA FedEx





Maersk Logistics Viet Nam

5 Văn phòng

- ø Thành Phố Hồ Chí Minh
- ø Hà Nội
- ø Hải Phòng
- ø Quy Nhơn
- ø Đà Nẵng

3 kho lưu hàng

- ø Saigon CFS 1 và Saigon CFS 2 Warehouse (TPHCM)
- ø Tân Hoàng Cầu Warehouse (khu Công Nghiệp Sóng Thần, tỉnh Bình Dương)
- ø Red Star Warehouse (Hải Phòng)





Maersk Logistics Viet Nam

Ngành hàng chính

ø Hàng tiêu dùng

ø Dệt may

ø Giày dép

ø Thực phẩm

Khách hàng chính

Unilever, P&G, Nestle, Adidas, Nike, Tobacco





Dịch vụ khách hàng



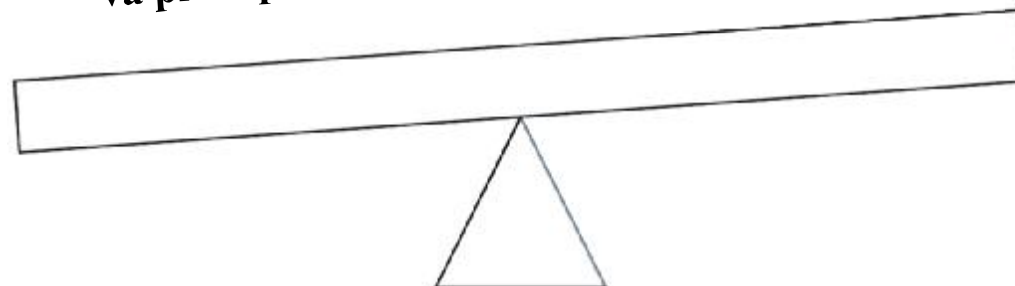
**Quản lý dây chuyền
cung ứng**

**Giao nhận vận tải
hàng hóa quốc tế**

**Giao nhận bằng
đường hàng không**

**Dịch vụ về kho bãi
và phân phối**

**Dịch vụ
giá trị gia tăng**

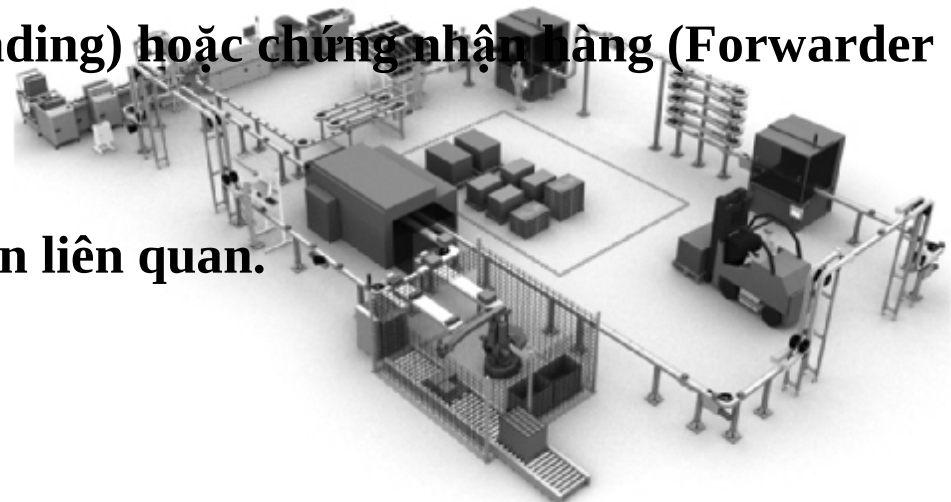




Dịch vụ khách hàng

Quản lý dây chuyền cung ứng (Supply Chain Management)

- Liên lạc và quản lý các yêu cầu xếp hàng
- Đóng hàng vào container và xếp hàng theo đúng chỉ dẫn của khách hàng
- Cung cấp dịch vụ kho bãi và bảo quản.
- Gửi tới khách hàng kết quả xếp hàng (Container Load Result)
- Phát hành vận đơn (House Bill of Lading) hoặc chứng nhận hàng (Forwarder Cargo Receipt)
- Kiểm tra và gửi chứng từ đến các bên liên quan.
- Quản lý đơn hàng (Purchase Order)

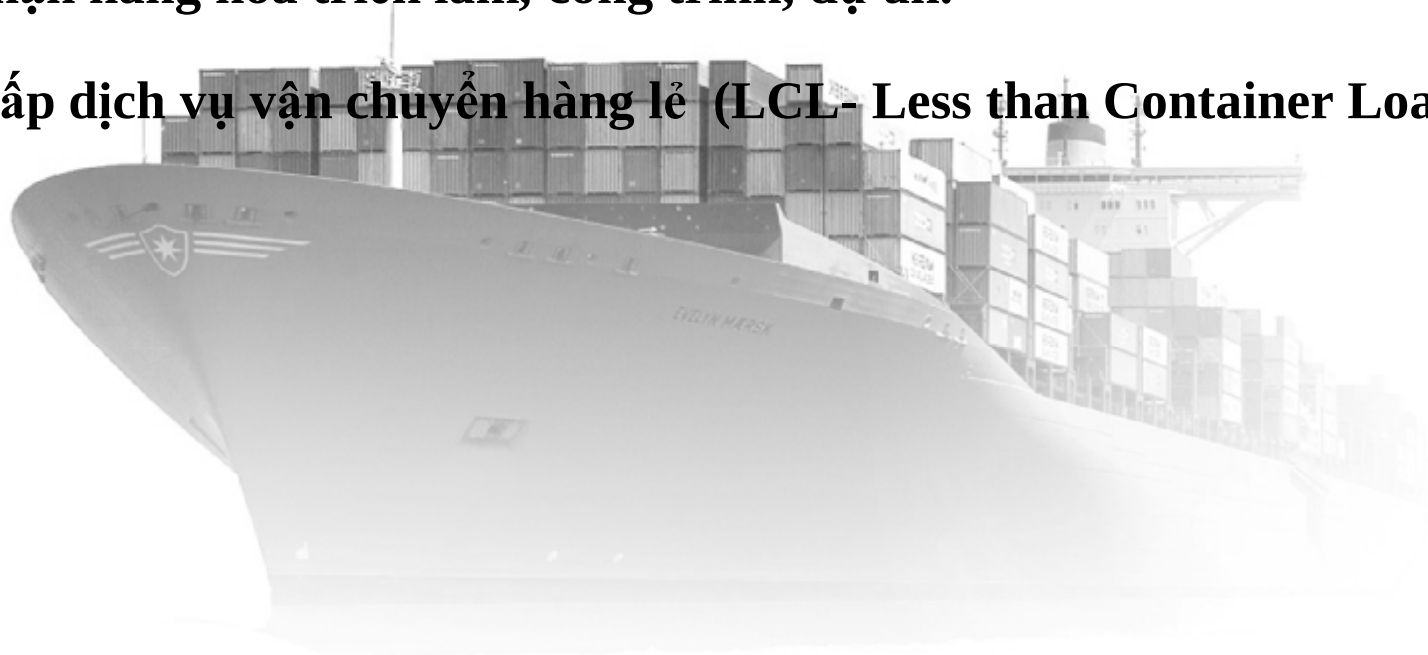




Dịch vụ khách hàng

Giao nhận vận tải hàng hóa quốc tế (Forwarding and Groupage)

- Giao nhận hàng hóa bằng đường biển
- Dịch vụ khai báo hải quan
- Giao nhận hàng hóa triển lãm, công trình, dự án.
- Cung cấp dịch vụ vận chuyển hàng lẻ (LCL- Less than Container Loaded)





Dịch vụ khách hàng

Dịch vụ kho bãi và phân phối hàng hóa (Warehouse & Distribution)

- Lưu giữ và bảo quản hàng hóa
- Gom hàng (Consolidation)
- Vận chuyển hàng hóa bằng xe (Trucking)
- Container cho hàng hóa treo sẵn (Garments on hangers)
- Đóng gói hàng hóa (Packing/Re-packing)
- Dán nhãn hàng hóa (Labeling)
- Kiểm tra mã số, mã vạch (Barcoding and Scanning)
- Đóng pallet (Palletizing)
- Phân loại hàng hóa (Sorting)





Dịch vụ khách hàng

Giao nhận hàng hóa vận tải bằng đường hàng không (Airfreight)

- Giao nhận hàng hóa bằng đường hàng không từ cửa tới cửa (Door to door Service)
- Giao nhận hàng hóa bằng đường hàng không đến các sân bay (Airport to airport)
- Khai báo hải quan (Customs clearance)
- Vận chuyển liên hợp (Air- Sea, Sea- Air transport)





Dịch vụ khách hàng

Các dịch vụ giá trị gia tăng

- Thiết lập và thực hiện các quy trình làm hàng riêng biệt theo yêu cầu của từng khách hàng (Standard Operating Procedure)
- Quản trị các nhà cung cấp – Người bán hàng (Vendor Management)
- Kiểm tra chất lượng hàng hóa
- Thực hiện những dịch vụ đặc biệt cho hàng may mặc
- Nhận và đóng gói hàng hóa
- Tư vấn cho khách hàng



Chương 4

Hệ Thống Thông Tin

- 1. Tầm quan trọng của hệ thống thông tin trong hoạt động logistics**
- 2. Chu trình đặt hàng - sự cần thiết phải quản lý hệ thống thông tin**
- 3. Hệ thống thông tin trong hoạt động logistics -những bước cải tiến**
- 4. Giới thiệu một số hệ thống thông tin của các công ty logistics tại Việt Nam**

4.1. Tầm quan trọng của Hệ thống thông tin trong hoạt động Logistics:

Hệ thống thông tin là gì ?

Theo luật giao dịch điện tử của nước Cộng hòa Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam được Quốc hội khóa XI, kỳ họp thứ 8 thông qua ngày 29 tháng 11/2005

Hệ thống thông tin là hệ thống được tạo lập để gửi nhận, lưu trữ hiển thị hoặc thực hiện các xử lý khác đối với thông điệp dữ liệu

Thông tin dữ liệu là thông tin được tạo ra, gửi đi, được nhận và được lưu trữ bằng phương tiện điện tử

Phương tiện điện tử là phương tiện hoạt động dựa trên công nghệ điện, điện tử, kỹ thuật số, từ tính, truyền dẫn không dây, quang học, điện từ hoặc công nghệ tương tự

Hệ thống thông tin đóng vai trò cực kì quan trọng

Hệ thống thông tin logistics bao gồm:

ØThông tin trong nội bộ từng tổ chức thuộc hệ thống logistics: doanh nghiệp logistics, các nhà cung cấp, các khách hàng/ người mua hàng ...

ØThông tin trong từng bộ phận chức năng của mỗi doanh nghiệp: logistics, kỹ thuật, kế toán – tài chính, tổ chức nhân sự, marketing, sản xuất, kinh doanh ...

ØThông tin trong từng khâu của dây chuyền cung ứng: dịch vụ khách hàng, kho tàng bến bãi, vận tải...

Và sự kết nối giữa các tổ chức, bộ phận, công đoạn nêu trên.

Thông tin kịp thời chính xác là nền tảng đảm bảo sự thành công của logistics.

4.2 Chu trình đặt hàng - sự cần thiết phải quản lý hệ thống thông tin.

Một chu trình đặt hàng chuẩn gồm các bước sau:

- 1. Chuẩn bị đơn hàng và chuyển đi**
- 2. Đơn hàng được chấp nhận và nhập vào hệ thống (ghi vào sổ, vào máy...)**
- 3. Giải quyết đơn hàng**
- 4. Chuẩn bị hàng hóa theo yêu cầu (sản xuất, thu mua, phân loại, đóng gói, dán nhãn...)**
- 5. Vận chuyển hàng hóa**
- 6. Bốc dỡ, giao nhận hàng**

Giả sử rằng: khi việc đặt hàng được thực hiện bằng tay (không sử dụng máy tính, EDI và mạng) thì chu trình đặt hàng cần một khoảng thời gian như sau:

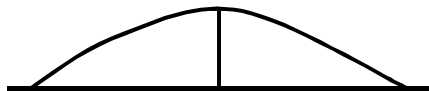


Hình Toàn bộ chu trình đặt hàng - đứng trên góc độ khách hàng .

Giả định nêu trên xảy ra khi điều kiện không có những biến động, thời gian thực hiện mỗi bước công việc là thời gian trung bình. Tổng cộng mất đến 13 ngày. Một khi xảy ra những sự cố bất trắc thì sẽ dẫn đến những thay đổi về thời gian.

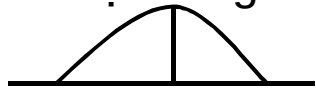
Hình: Chu trình đặt hàng khi có những thay đổi.

1. Khách hàng chuẩn bị
đơn hàng và gửi đi

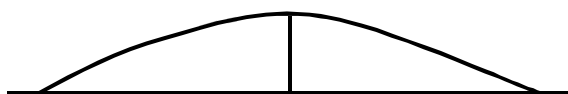


Thời gian dao động 2
Thời gian dao động 1-3 ngày

3. Giải quyết đơn
đặt hàng



Thời gian dao động 1
Thời gian dao động 0,5-1,5 ngày
5. Thời gian vận
chuyển hàng hóa



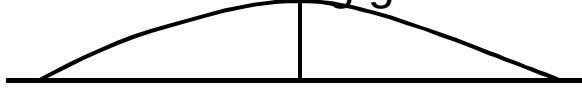
3
Thời gian dao động 1-5 ngày

2. Nhà cung cấp nhận
đơn hàng

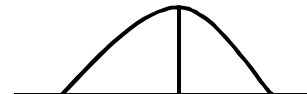


1
Thời gian dao động 0,5 -1,5 ngày

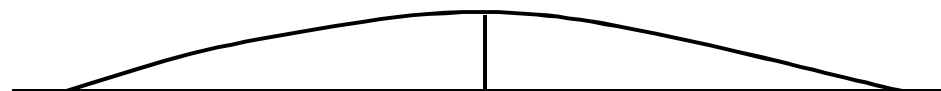
4. Chuẩn bị hàng hóa
và đóng gói



5
Thời gian dao động 1-9 ngày
6. Khách hàng nhận
hàng và đưa vào kho



1
Thời gian dao động 0,5 -1,5 ngày

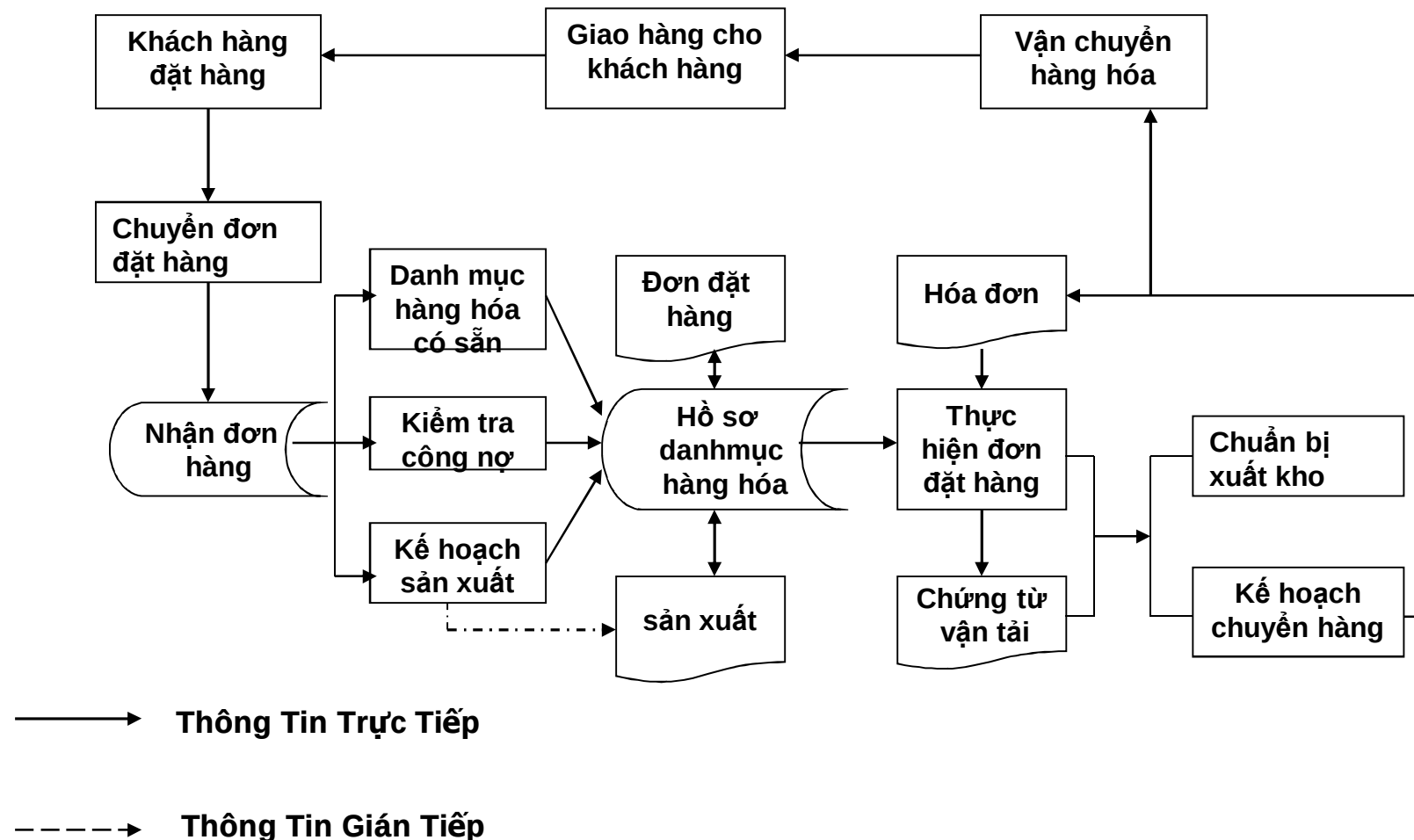


4.5 13 21.5

Thời gian dao động từ 4,5- 21,5 ngày

4.3 Hệ thống thông tin trong hoạt động logistics-những bước cải tiến:

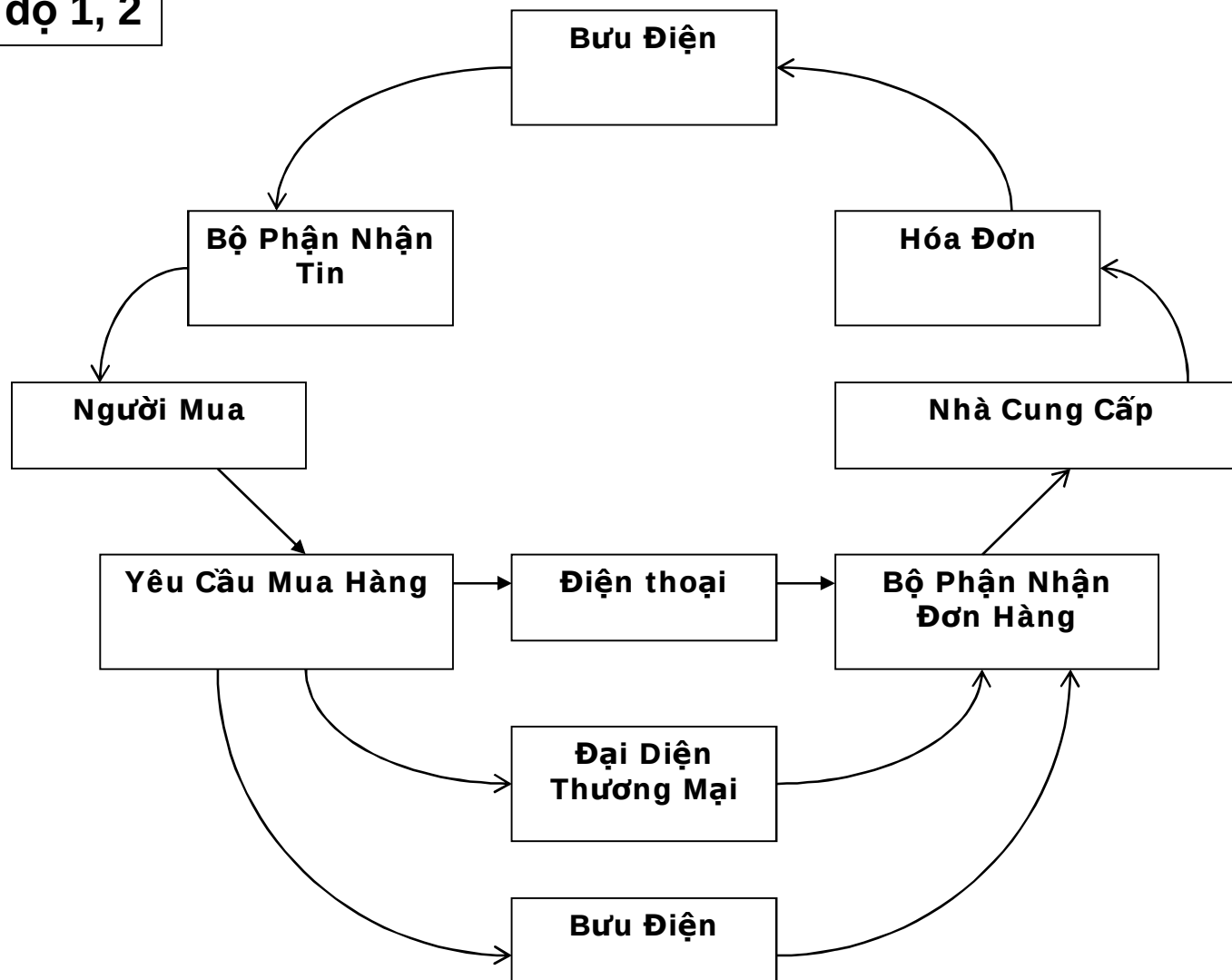
Sơ đồ: Đường đi của một đơn hàng



Bảng: Đặc trưng của các hệ thống thực hiện đơn hàng

Cấp độ	Hình thức của hệ thống	Tốc độ	Chi phí thực hiện/ duy trì	Hiệu quả	Độ chính xác
1	Thực hiện bằng tay	Chậm	Thấp	Thấp	Thấp
2	Thực hiện bằng điện thoại	Trung bình	Trung bình	Tốt	Trung bình
3	Nối mạng điện tử trực tuyến	Nhanh	Đầu tư cao chi phí hoạt động thấp	Rất tốt	Cao

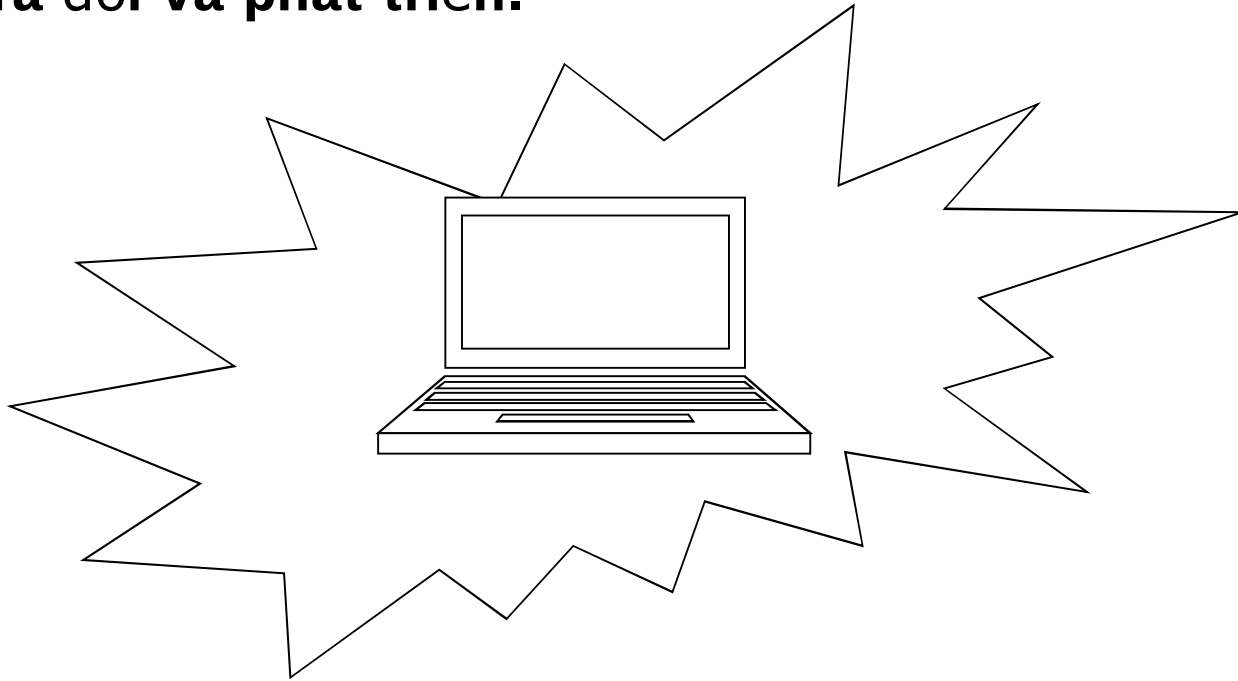
Cấp độ 1, 2



Hình: Dòng thông tin theo kiểu truyền thống

Cấp độ 3: Nổi mạng điện tử trực tuyến

Ở cấp độ 1 và 2 khi hình thức thực hiện bằng tay và điện thoại thì tốc độ thực hiện chậm, khi nhận đơn hàng, bộ phận thông tin tiến hành ghi sổ và triển khai các bước còn lại. Qua nhiều công đoạn rất mất thời gian chỉ đến khi máy tính ra đời, phát triển và được nối mạng thì mới tạo ra được cuộc cách mạng thực sự trong việc thực hiện đơn đặt hàng và tạo điều kiện cho logistics ra đời và phát triển.

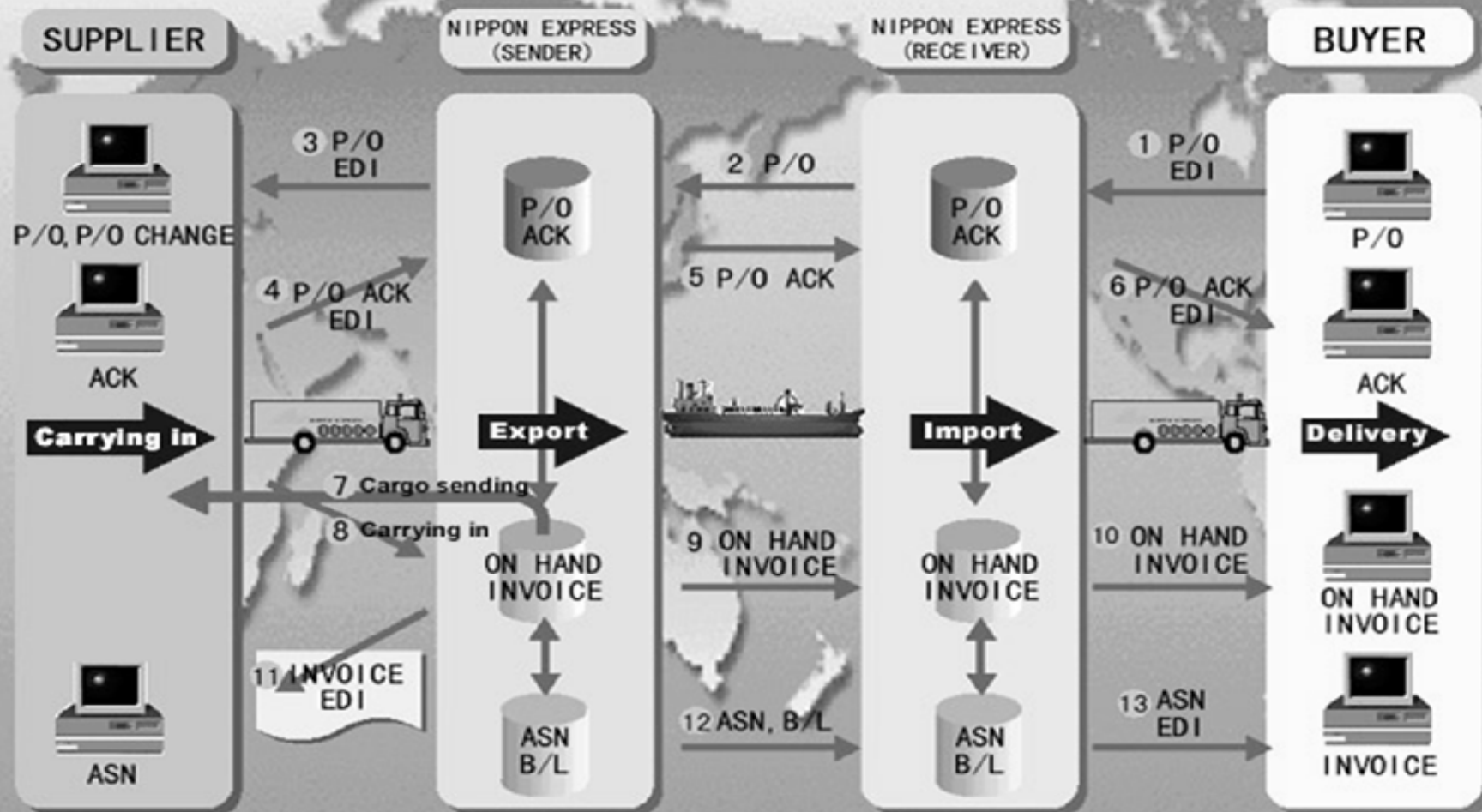


Hệ thống trao đổi dữ liệu điện tử (Electronic Data Interchange – EDI)

- **Hệ thống trao đổi dữ liệu điện tử (Electronic Data Interchange – EDI) là hệ thống trao đổi dữ liệu từ máy tính qua máy tính giữa các bộ phận với nhau.**
- **EDI cho phép gửi và nhận dữ liệu với tốc độ nhanh nhất, chính xác cao.**
- **EDI là hệ thống khá phức tạp chi phí đầu tư tốn kém nhưng lợi ích của nó thì không ai phủ nhận.**

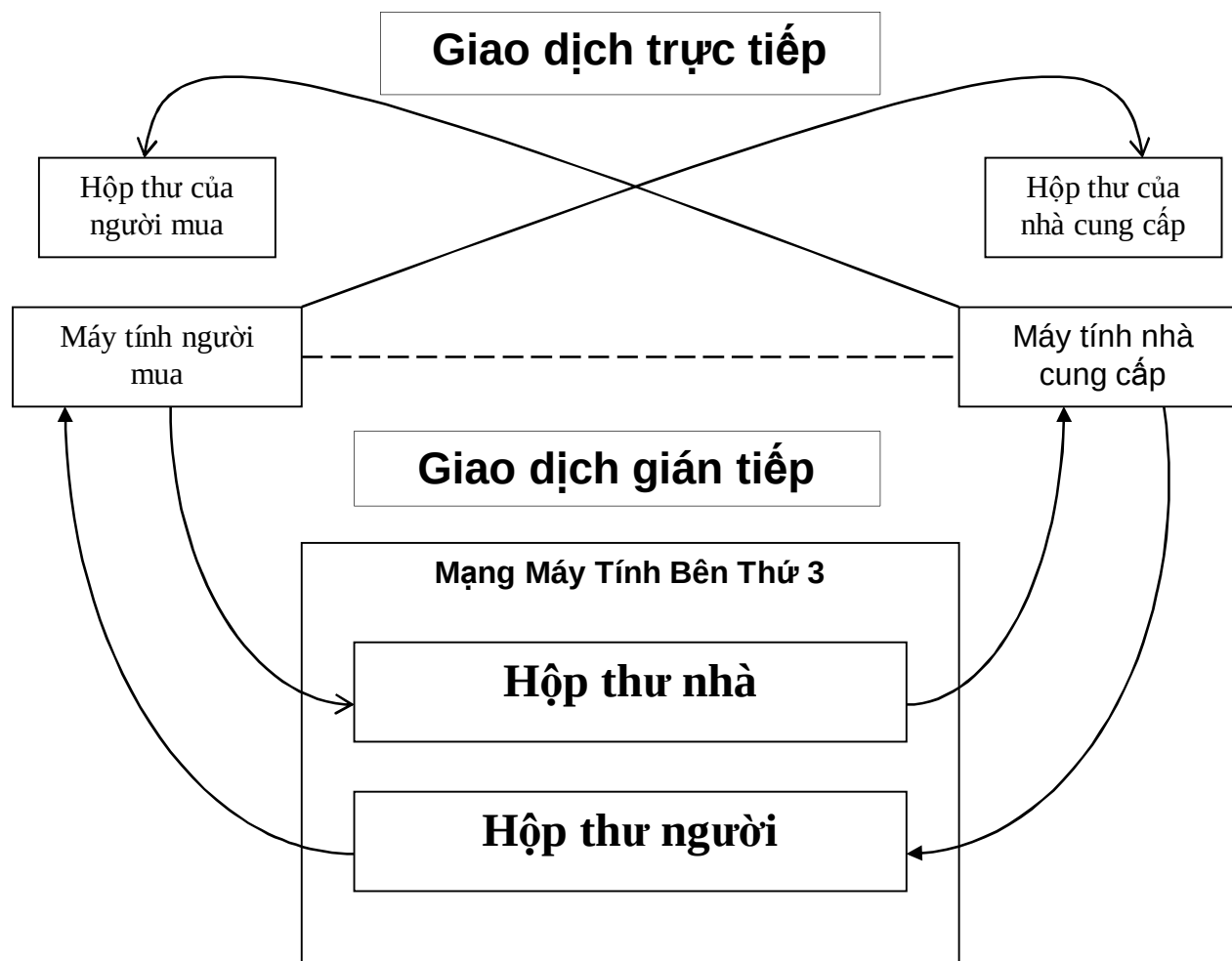
Hệ thống trao đổi dữ liệu điện tử (Electronic Data Interchanger – EDI)

P/O, ASN, INVOICE FLOW



Lợi ích cụ thể của EDI là:

- Ø Giảm được khoảng 60%-70% thời gian để lập, lưu trữ hồ sơ, chuyển đến địa chỉ cần thiết và công việc có liên quan.
- Ø Giảm thiểu được những sai sót so với việc thao tác bằng tay.
- Ø Giảm được 80% chi phí chuyển đơn đặt hàng và giải quyết các công việc có liên quan.
- Ø Giúp phản hồi thông tin nhanh chóng.
- Ø Giảm công việc và thời gian bốc dỡ hàng.
- Ø Giảm lượng hàng dự trữ.
- Ø Tăng độ chính xác trong tất cả các công việc của chu trình đặt hàng.

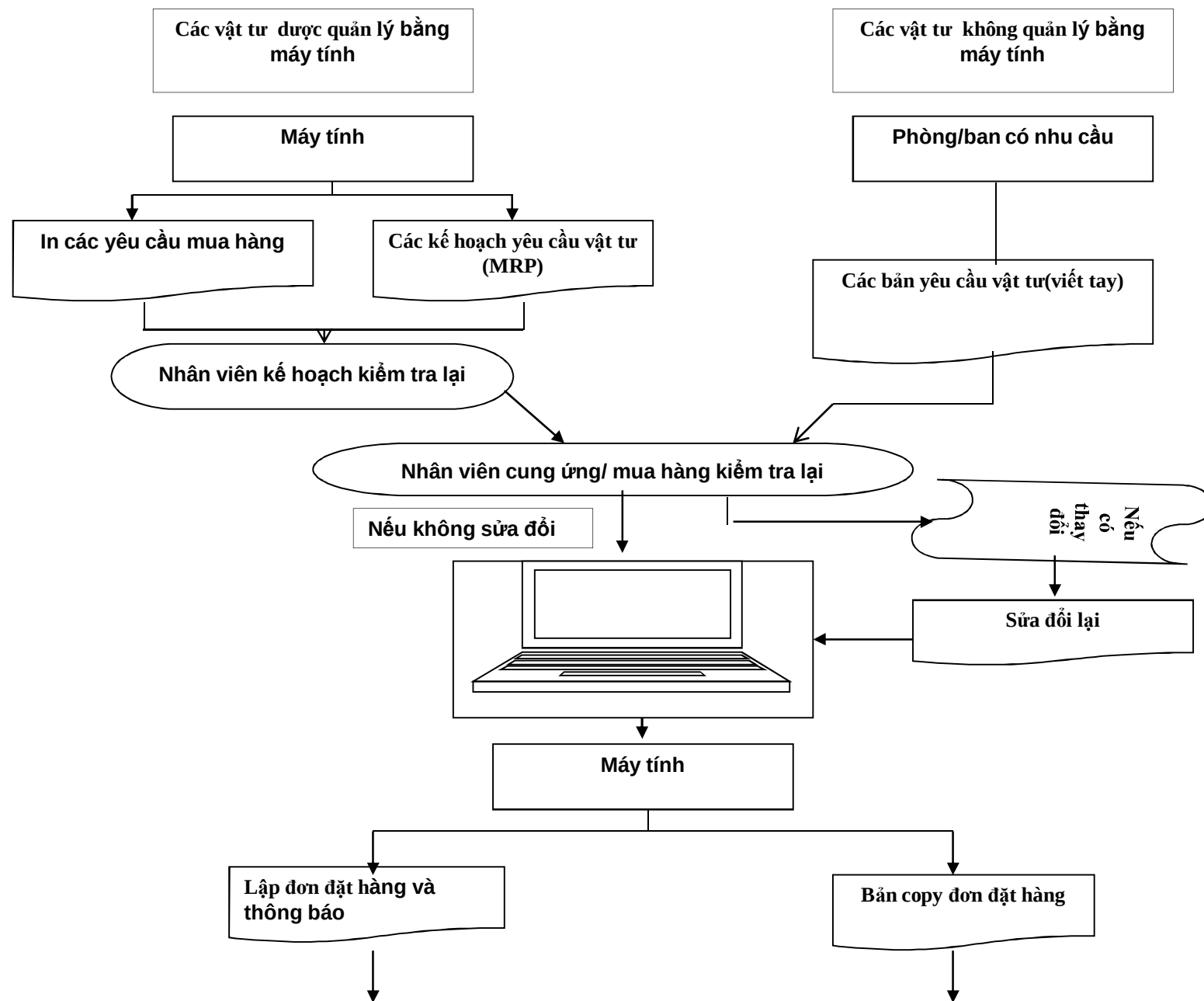


Hình: Dòng thông tin giao dịch điện tử

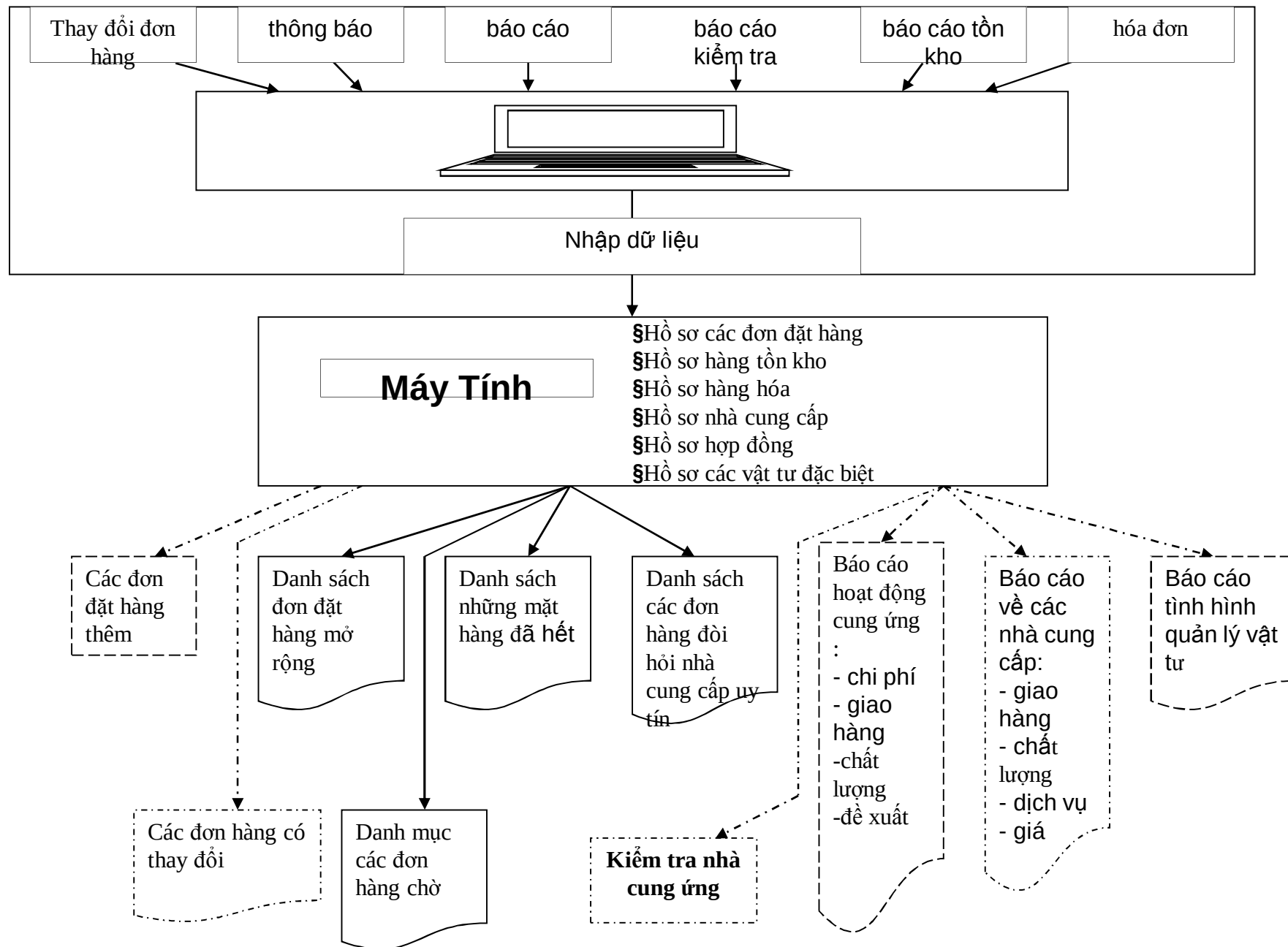
Máy tính và EDI không chỉ giúp nâng cao hiệu quả khâu trung tâm của hệ thống logistics - chu trình đặt hàng mà còn giúp nâng cao chất lượng và hiệu quả ở tất cả các khâu khác:

- v Quản lý tình hình xuất, nhập, tồn kho vật tư,**
- v Tự động lập yêu cầu vật tư (khi tồn kho đến điểm tới hạn),**
- v Lập đơn đặt hàng và kiểm tra đơn đặt hàng,**
- v Theo dõi, xúc tiến việc thực hiện các đơn hàng,**
- v Lưu trữ các đơn hàng đã thực hiện,**
- v Sử dụng trong việc phân tích tình hình thực hiện các đơn đặt hàng,**
- v Lập các báo cáo theo yêu cầu.**

Đặc biệt trong khâu quản lý vật tư và lập đơn hàng, máy vi tính đóng vai trò rất quan trọng. Các dữ liệu được lưu trong đĩa hay tạo thành các tập tin rất thuận tiện cho việc truy cập, tạo các báo cáo theo mẫu thống nhất.



Hình: Sơ đồ lập đơn hàng trong hệ thống quản lý vật tư bằng máy tính.



Hình: Sơ đồ hệ thống quản lý vật tư bằng máy tính.

4.4 Giới thiệu một số hệ thống thông tin của các công ty logistics tại Việt Nam

4.4.1 Hệ thống thông tin của MAERSK Logistics Việt Nam :

Sử dụng hệ thống thông tin toàn cầu (global systems).

- Maersk Communication System (MCS): MCS là hệ thống trao đổi thông tin giữa các văn phòng Maersk Logistics trên khắp thế giới dưới dạng telex.
- Operations and Documentation Execution System (MODS): được thiết kế riêng cho vận chuyển đường biển và cho quy trình làm hàng SCM (Supply Chain Management). MODS được sử dụng để quản lý đơn đặt hàng của khách hàng.

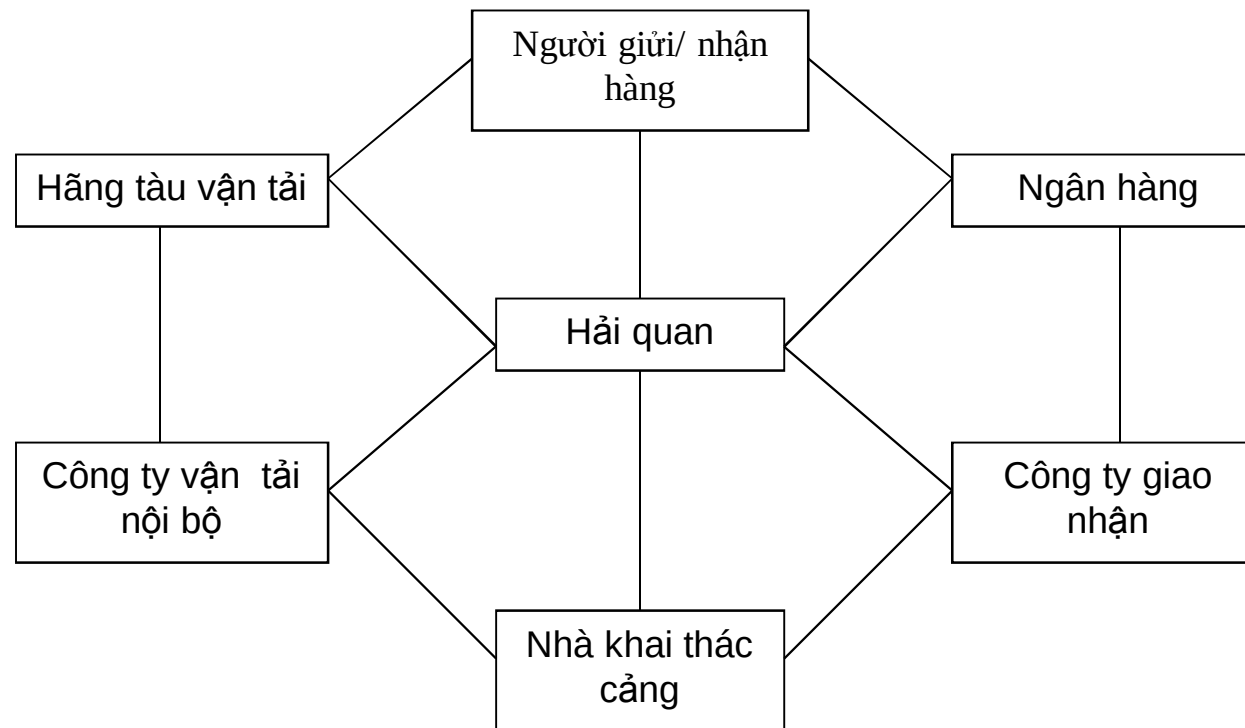
4.4.2 Hệ thống thông tin của FLDC

FLDC – First Logistics Development (JV) Company – Liên doanh phát triển tiếp vận số một

Là một công ty liên doanh với 4 đối tác :

1. Công ty Neptune Oriental Line - NOL, Singapore.
 2. Công thương mại Mitsui-Mitsui & Co.Ltd, Nhật Bản .
 3. Tổng công ty đường sông miền nam – SOWATCO, Việt Nam
 4. Tổng công ty vận tải và thuê tàu – Vietfratch, Việt Nam
- Được bộ kế hoạch và đầu tư cấp giấy phép số 996/GP cho phép thành lập ngày 22/09/1994
 - Trong đó NOL là cổ đông chính góp 48%; Mitsui góp 15%; Sowatco góp 26%; Vietfrach 11%
 - FLDC có chức năng chính là xây dựng và khai thác cảng container chuyên dụng, với tên giao dịch là Vietnam International Container Terminal, gọi tắt là VICT
 - VICT là một trong những đơn vị đầu tiên tại Việt Nam kinh doanh dịch vụ logistics.
 - Cũng như tại các cảng biển lớn của thế giới, công nghệ thông tin được sử dụng như một công cụ hữu hiệu để điều khiển hoạt động logistics.

Tại các cảng biển Việt Nam hiện nay hệ thống thông tin phục vụ cho giao nhận vận tải đường biển khá phức tạp và không hiệu quả



Hình: Hệ thống thông tin truyền thống trong giao nhận vận tải tại các cảng biển Việt Nam.

So với các cảng biển trên thế giới và trong khu vực thì việc sử dụng IT và EDI tại các cảng Việt Nam còn chậm.

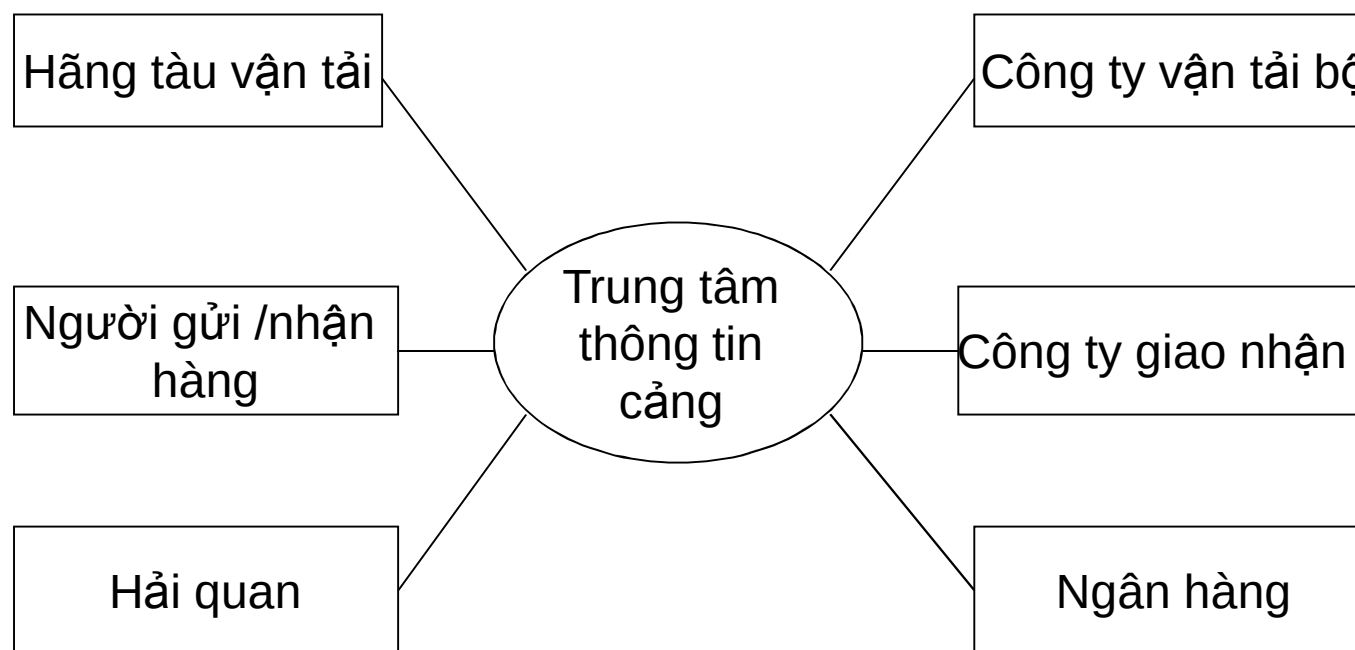
Ứng Dụng IT Và EDI	Hải Phòng	Quy Nhơn	Sài Gòn	Tân Cảng	Bến Nghé	VICT
Hệ thống quản lý nội bộ	Có	Không	Sơ khởi	Sơ khởi	Không	có
Sử dụng EDI	Không	Không	Sơ khởi	Sơ khởi	Không	có

Nguồn: Vietnamshipper

Hệ thống MAPS với máy chủ IBM, cài đặt chương trình AS 400, nối với các bộ phận:

- o Phân bổ tàu bến**
- o Bãi xếp/ dỡ container**
- o Cổng bãi**
- o Quản lý container tại cổng bãi**
- o Bộ phận làm báo cáo**
- o Hệ thống xuất vận đơn**
- o Dịch vụ thông tin**
- o Kho hàng lẻ/ trạm đóng hàng**

Hệ thống thông tin của VICT hoàn thiện theo hướng thương mại điện tử, xây dựng thông tin cảng (Port Information Center)



Mô hình trung tâm thông tin cảng.

Hệ thống thông tin

Quản trị hệ thống thông tin là bộ phận có tầm quan trọng đặc biệt, không thể thiếu trong toàn bộ quá trình hoạch định, thực hiện và kiểm soát có hiệu quả hoạt động logistics.

Cùng với sự phát triển của công nghệ thông tin các hệ thống thông tin trong quản trị logistics ngày càng hoàn thiện;

Công nghệ thông tin thực sự trở thành vũ khí cạnh tranh sắc bén, giúp công ty logistics thành công và logistics toàn cầu lớn mạnh

The End!



Chương 4

Hệ Thống Thông Tin

- 1. Tầm quan trọng của hệ thống thông tin trong hoạt động logistics**
- 2. Chu trình đặt hàng - sự cần thiết phải quản lý hệ thống thông tin**
- 3. Hệ thống thông tin trong hoạt động logistics -những bước cải tiến**
- 4. Giới thiệu một số hệ thống thông tin của các công ty logistics tại Việt Nam**

4.1. Tầm quan trọng của Hệ thống thông tin trong hoạt động Logistics:

Hệ thống thông tin là gì ?

Theo luật giao dịch điện tử của nước Cộng hòa Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam được Quốc hội khóa XI, kỳ họp thứ 8 thông qua ngày 29 tháng 11/2005

Hệ thống thông tin là hệ thống được tạo lập để gửi nhận, lưu trữ hiển thị hoặc thực hiện các xử lý khác đối với thông điệp dữ liệu

Thông tin dữ liệu là thông tin được tạo ra, gửi đi, được nhận và được lưu trữ bằng phương tiện điện tử

Phương tiện điện tử là phương tiện hoạt động dựa trên công nghệ điện, điện tử, kỹ thuật số, từ tính, truyền dẫn không dây, quang học, điện từ hoặc công nghệ tương tự

Hệ thống thông tin đóng vai trò cực kì quan trọng

Hệ thống thông tin logistics bao gồm:

Ø Thông tin trong nội bộ từng tổ chức thuộc hệ thống logistics: doanh nghiệp logistics, các nhà cung cấp, các khách hàng/ người mua hàng ...

Ø Thông tin trong từng bộ phận chức năng của mỗi doanh nghiệp: logistics, kỹ thuật, kế toán – tài chính, tổ chức nhân sự, marketing, sản xuất, kinh doanh ...

Ø Thông tin trong từng khâu của dây chuyền cung ứng: dịch vụ khách hàng, kho tàng bến bãi, vận tải...

Và sự kết nối giữa các tổ chức, bộ phận, công đoạn nêu trên.

Thông tin kịp thời chính xác là nền tảng đảm bảo sự thành công của logistics.

4.2 Chu trình đặt hàng - sự cần thiết phải quản lý hệ thống thông tin.

Một chu trình đặt hàng chuẩn gồm các bước sau:

- 1. Chuẩn bị đơn hàng và chuyển đi**
- 2. Đơn hàng được chấp nhận và nhập vào hệ thống (ghi vào sổ, vào máy...)**
- 3. Giải quyết đơn hàng**
- 4. Chuẩn bị hàng hóa theo yêu cầu (sản xuất, thu mua, phân loại, đóng gói, dán nhãn...)**
- 5. Vận chuyển hàng hóa**
- 6. Bốc dỡ, giao nhận hàng**

Giả sử rằng: khi việc đặt hàng được thực hiện bằng tay (không sử dụng máy tính, EDI và mạng) thì chu trình đặt hàng cần một khoảng thời gian như sau:

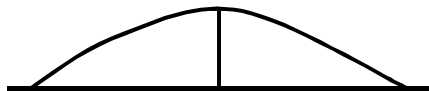


Hình Toàn bộ chu trình đặt hàng - đứng trên góc độ khách hàng .

Giả định nêu trên xảy ra khi điều kiện không có những biến động, thời gian thực hiện mỗi bước công việc là thời gian trung bình. Tổng cộng mất đến 13 ngày. Một khi xảy ra những sự cố bất trắc thì sẽ dẫn đến những thay đổi về thời gian.

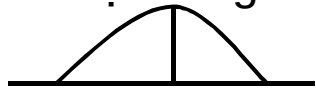
Hình: Chu trình đặt hàng khi có những thay đổi.

1. Khách hàng chuẩn bị
đơn hàng và gửi đi

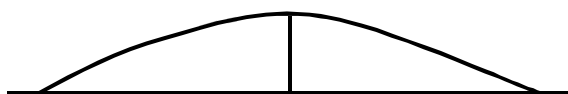


Thời gian dao động 2
Thời gian dao động 1-3 ngày

3. Giải quyết đơn
đặt hàng



Thời gian dao động 1
Thời gian dao động 0,5-1,5 ngày
5. Thời gian vận
chuyển hàng hóa



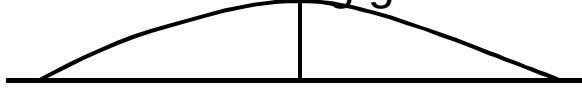
3
Thời gian dao động 1-5 ngày

2. Nhà cung cấp nhận
đơn hàng

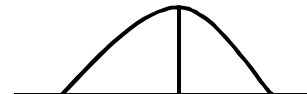


1
Thời gian dao động 0,5 -1,5 ngày

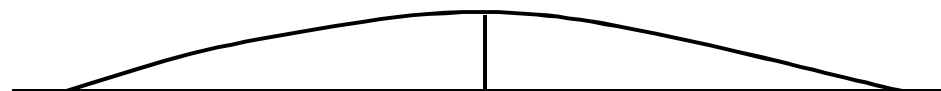
4. Chuẩn bị hàng hóa
và đóng gói



5
Thời gian dao động 1-9 ngày
6. Khách hàng nhận
hàng và đưa vào kho



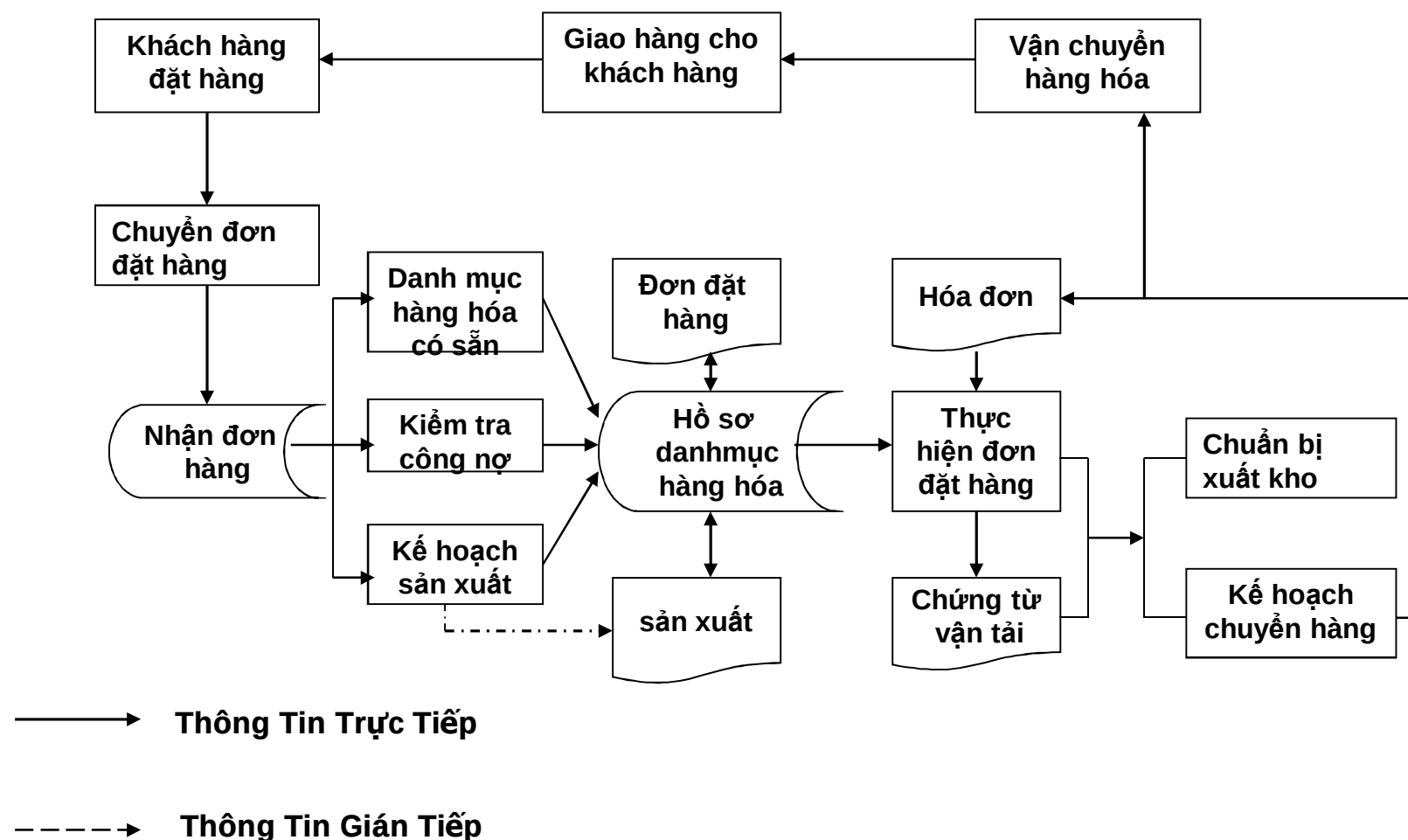
1
Thời gian dao động 0,5 -1,5 ngày



4.5 13 21.5
Thời gian dao động từ 4,5- 21,5 ngày

4.3 Hệ thống thông tin trong hoạt động logistics-những bước cải tiến:

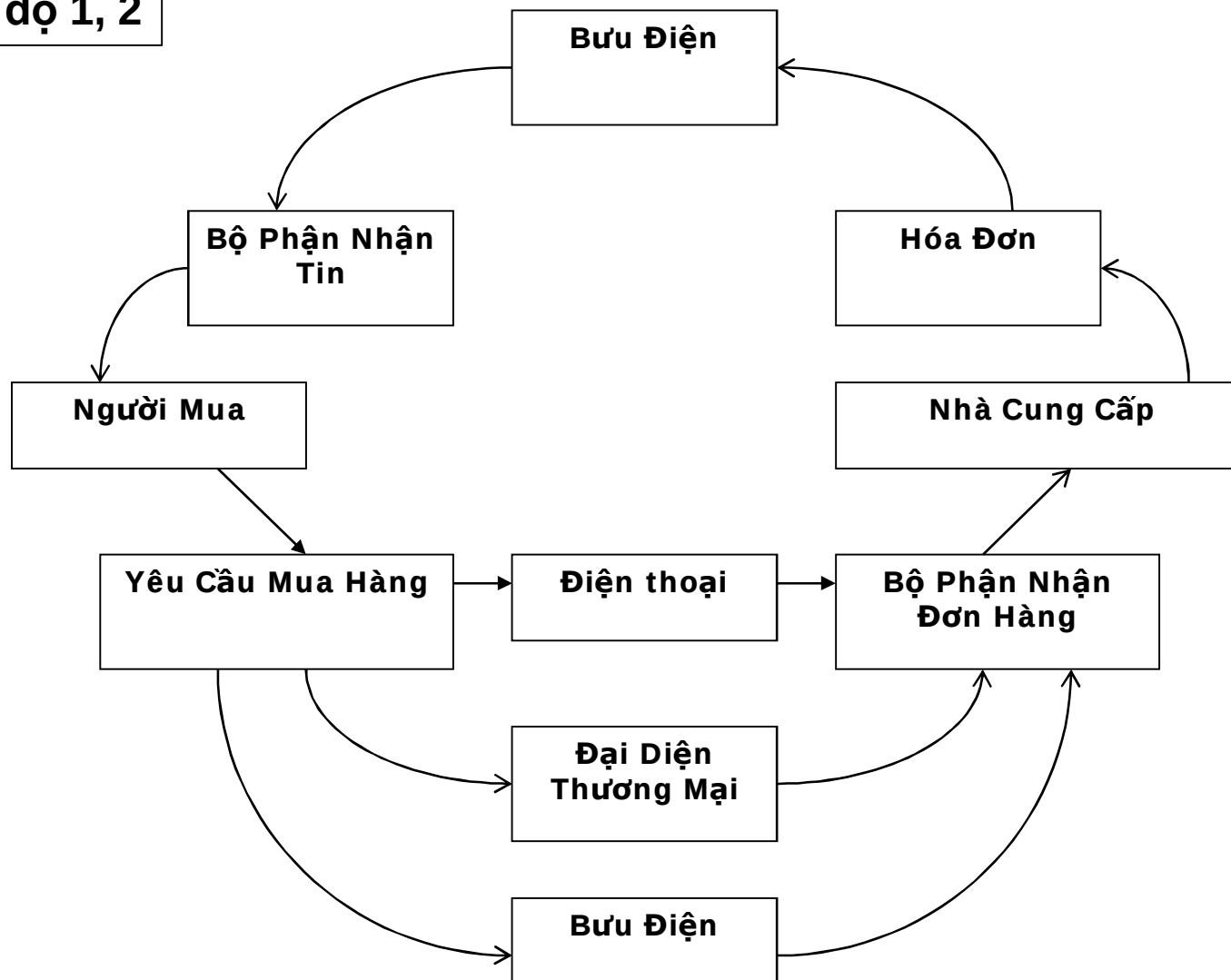
Sơ đồ: Đường đi của một đơn hàng



Bảng: Đặc trưng của các hệ thống thực hiện đơn hàng

Cấp độ	Hình thức của hệ thống	Tốc độ	Chi phí thực hiện/ duy trì	Hiệu quả	Độ chính xác
1	Thực hiện bằng tay	Chậm	Thấp	Thấp	Thấp
2	Thực hiện bằng điện thoại	Trung bình	Trung bình	Tốt	Trung bình
3	Nối mạng điện tử trực tuyến	Nhanh	Đầu tư cao chi phí hoạt động thấp	Rất tốt	Cao

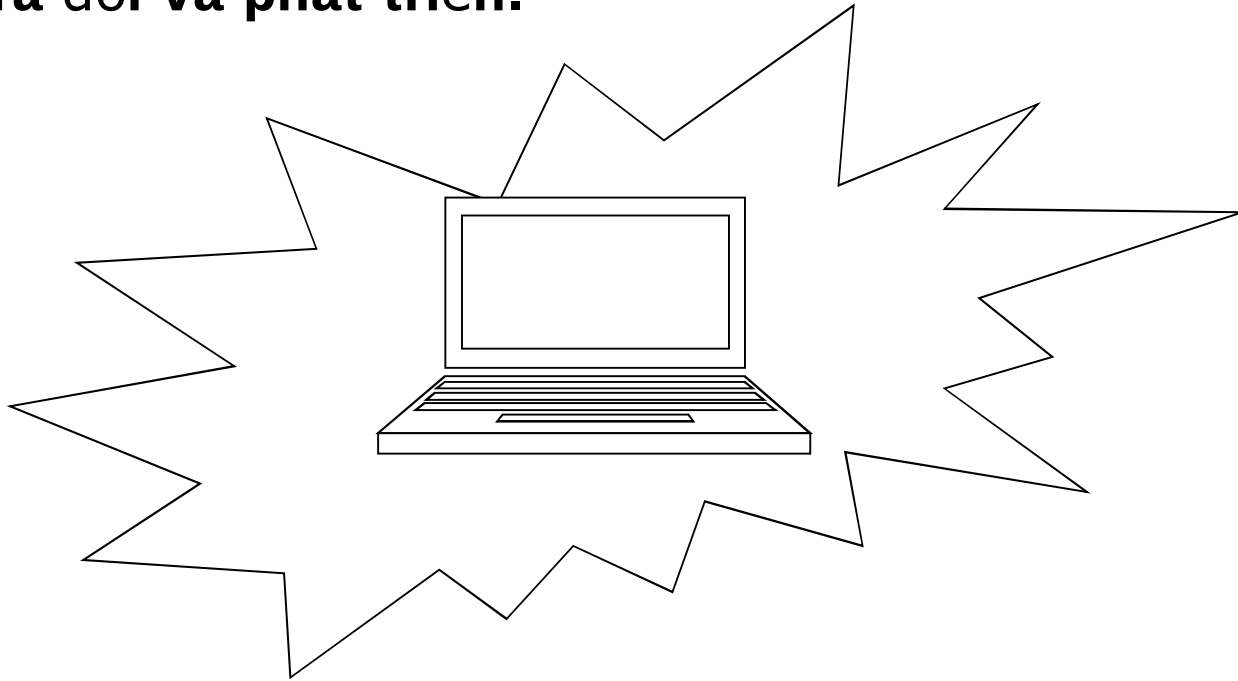
Cấp độ 1, 2



Hình: Dòng thông tin theo kiểu truyền thống

Cấp độ 3: Nổi mạng điện tử trực tuyến

Ở cấp độ 1 và 2 khi hình thức thực hiện bằng tay và điện thoại thì tốc độ thực hiện chậm, khi nhận đơn hàng, bộ phận thông tin tiến hành ghi sổ và triển khai các bước còn lại. Qua nhiều công đoạn rất mất thời gian chỉ đến khi máy tính ra đời, phát triển và được nối mạng thì mới tạo ra được cuộc cách mạng thực sự trong việc thực hiện đơn đặt hàng và tạo điều kiện cho logistics ra đời và phát triển.

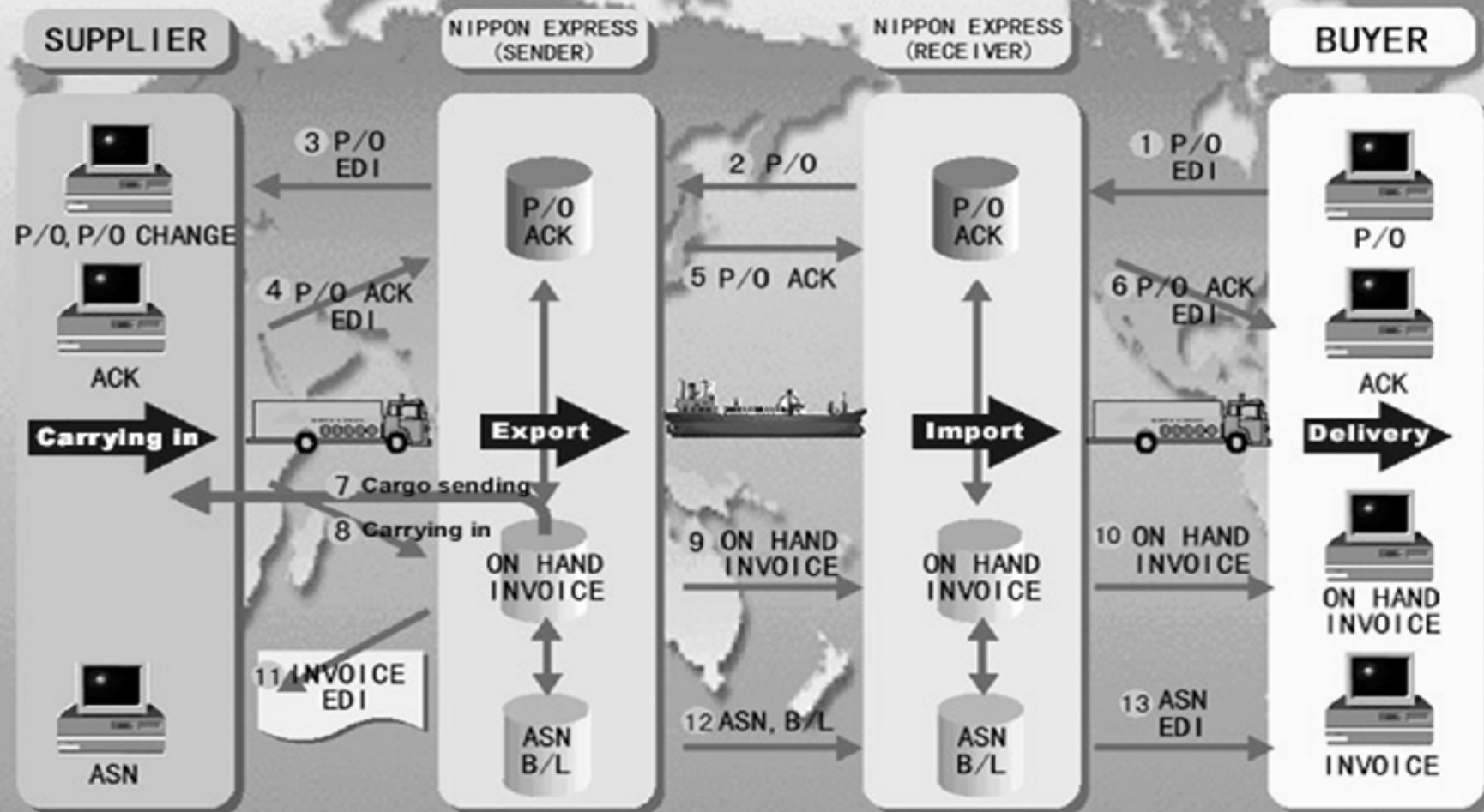


Hệ thống trao đổi dữ liệu điện tử (Electronic Data Interchange – EDI)

- **Hệ thống trao đổi dữ liệu điện tử (Electronic Data Interchange – EDI) là hệ thống trao đổi dữ liệu từ máy tính qua máy tính giữa các bộ phận với nhau.**
- **EDI cho phép gửi và nhận dữ liệu với tốc độ nhanh nhất, chính xác cao.**
- **EDI là hệ thống khá phức tạp chi phí đầu tư tốn kém nhưng lợi ích của nó thì không ai phủ nhận.**

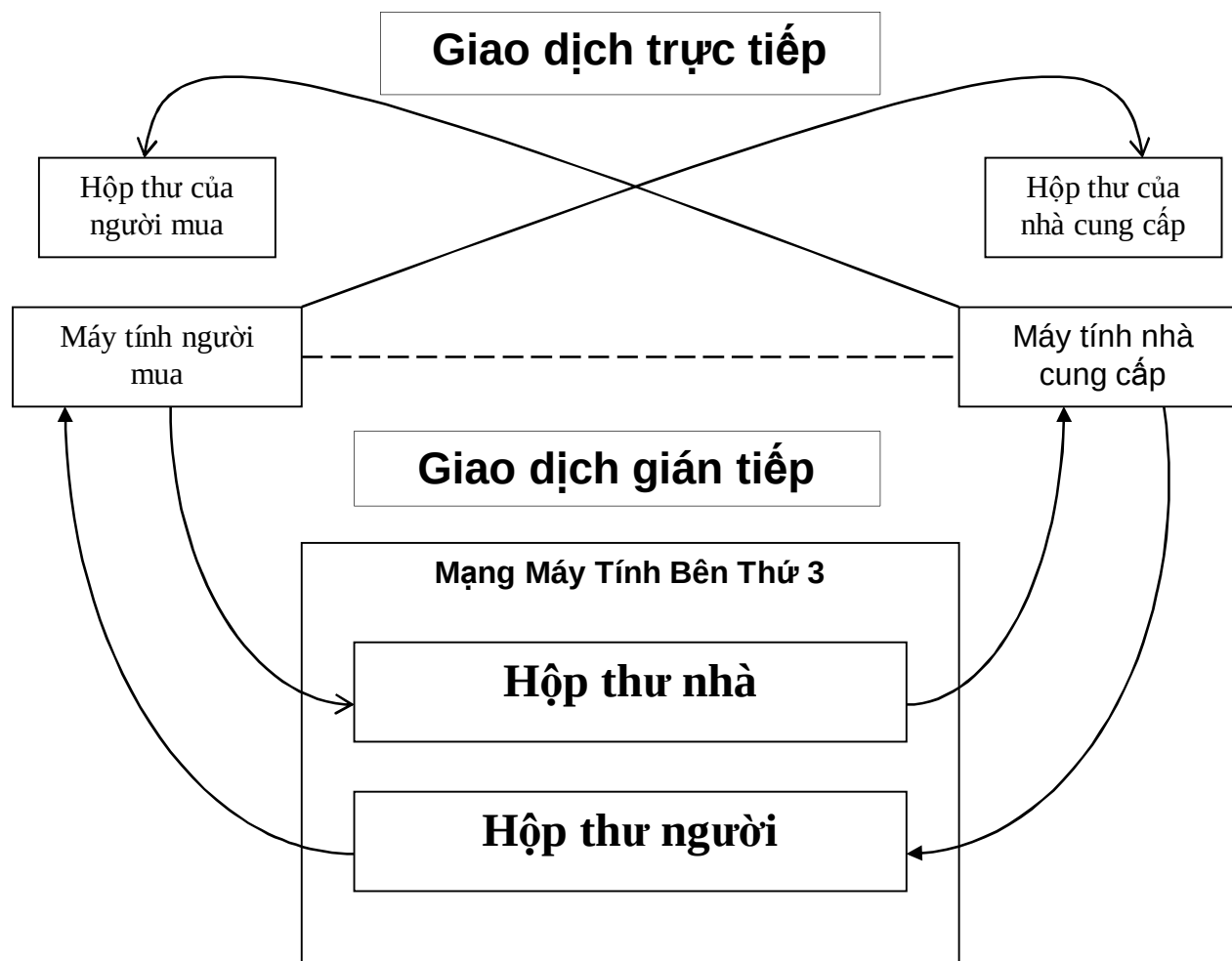
Hệ thống trao đổi dữ liệu điện tử (Electronic Data Interchanger – EDI)

P/O, ASN, INVOICE FLOW



Lợi ích cụ thể của EDI là:

- Ø Giảm được khoảng 60%-70% thời gian để lập, lưu trữ hồ sơ, chuyển đến địa chỉ cần thiết và công việc có liên quan.
- Ø Giảm thiểu được những sai sót so với việc thao tác bằng tay.
- Ø Giảm được 80% chi phí chuyển đơn đặt hàng và giải quyết các công việc có liên quan.
- Ø Giúp phản hồi thông tin nhanh chóng.
- Ø Giảm công việc và thời gian bốc dỡ hàng.
- Ø Giảm lượng hàng dự trữ.
- Ø Tăng độ chính xác trong tất cả các công việc của chu trình đặt hàng.

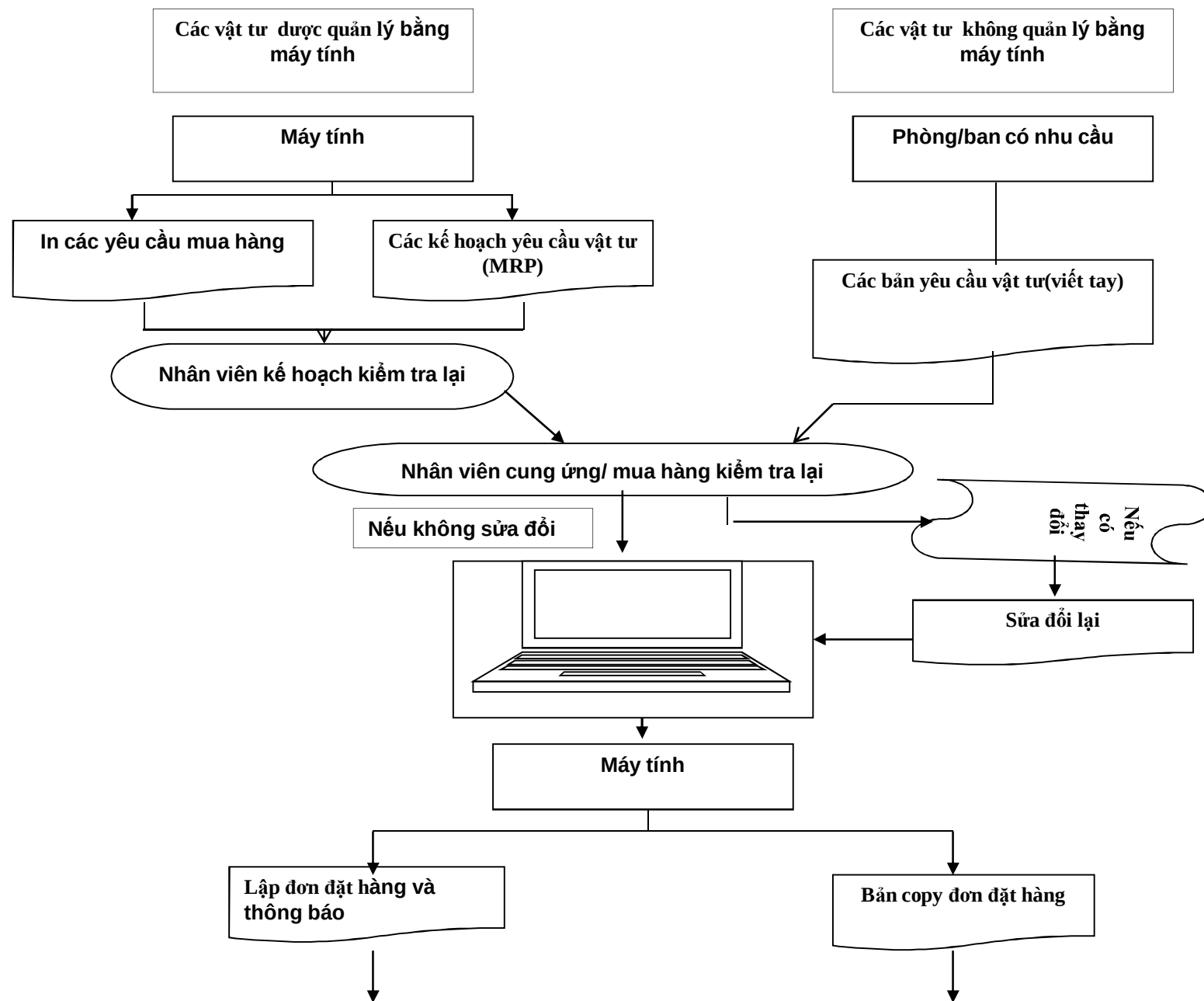


Hình: Dòng thông tin giao dịch điện tử

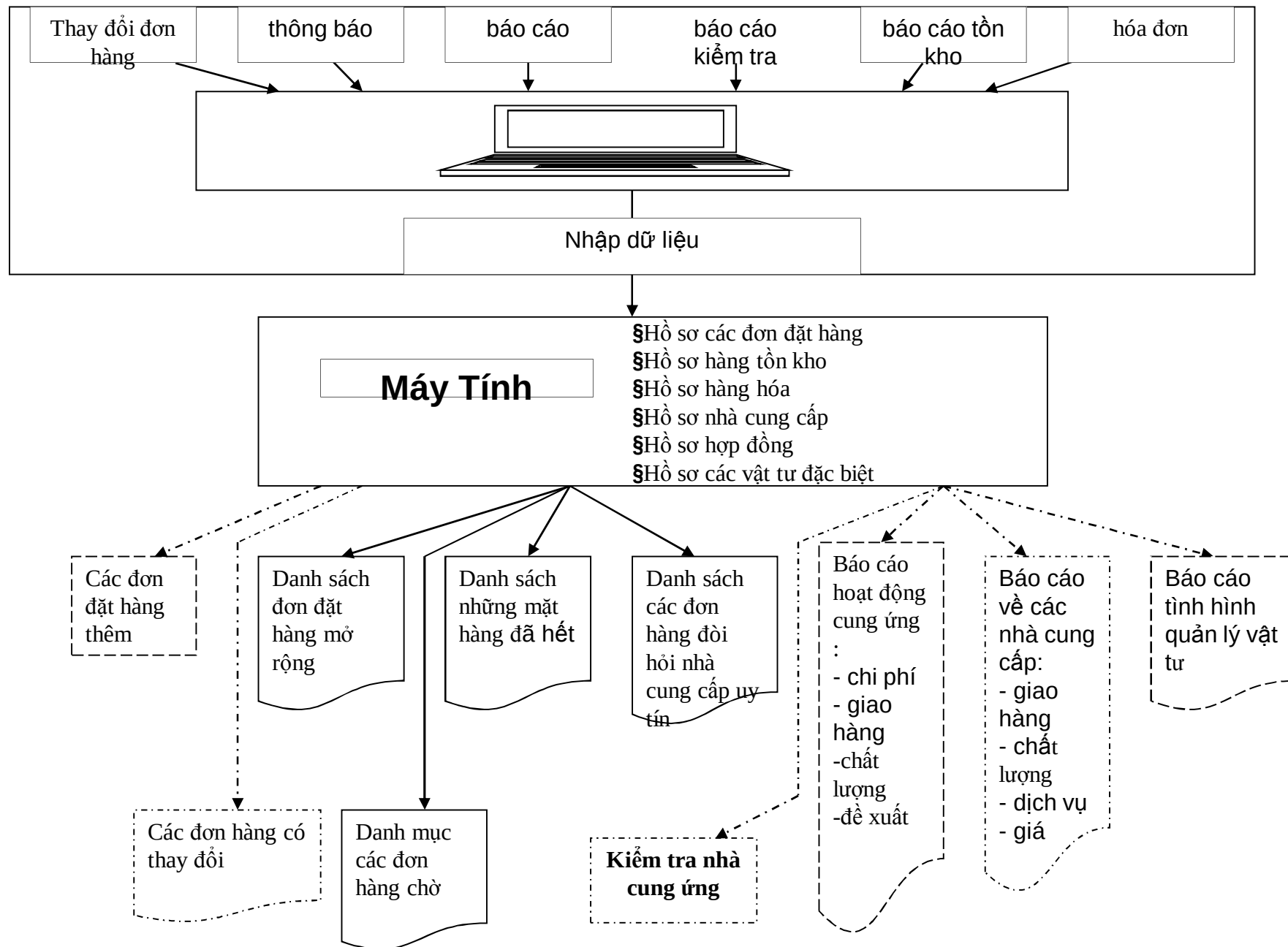
Máy tính và EDI không chỉ giúp nâng cao hiệu quả khâu trung tâm của hệ thống logistics - chu trình đặt hàng mà còn giúp nâng cao chất lượng và hiệu quả ở tất cả các khâu khác:

- v Quản lý tình hình xuất, nhập, tồn kho vật tư,**
- v Tự động lập yêu cầu vật tư (khi tồn kho đến điểm tới hạn),**
- v Lập đơn đặt hàng và kiểm tra đơn đặt hàng,**
- v Theo dõi, xúc tiến việc thực hiện các đơn hàng,**
- v Lưu trữ các đơn hàng đã thực hiện,**
- v Sử dụng trong việc phân tích tình hình thực hiện các đơn đặt hàng,**
- v Lập các báo cáo theo yêu cầu.**

Đặc biệt trong khâu quản lý vật tư và lập đơn hàng, máy vi tính đóng vai trò rất quan trọng. Các dữ liệu được lưu trong đĩa hay tạo thành các tập tin rất thuận tiện cho việc truy cập, tạo các báo cáo theo mẫu thống nhất.



Hình: Sơ đồ lập đơn hàng trong hệ thống quản lý vật tư bằng máy tính.



Hình: Sơ đồ hệ thống quản lý vật tư bằng máy tính.

4.4 Giới thiệu một số hệ thống thông tin của các công ty logistics tại Việt Nam

4.4.1 Hệ thống thông tin của MAERSK Logistics Việt Nam :

Sử dụng hệ thống thông tin toàn cầu (global systems).

- Maersk Communication System (MCS): MCS là hệ thống trao đổi thông tin giữa các văn phòng Maersk Logistics trên khắp thế giới dưới dạng telex.
- Operations and Documentation Execution System (MODS): được thiết kế riêng cho vận chuyển đường biển và cho quy trình làm hàng SCM (Supply Chain Management). MODS được sử dụng để quản lý đơn đặt hàng của khách hàng.

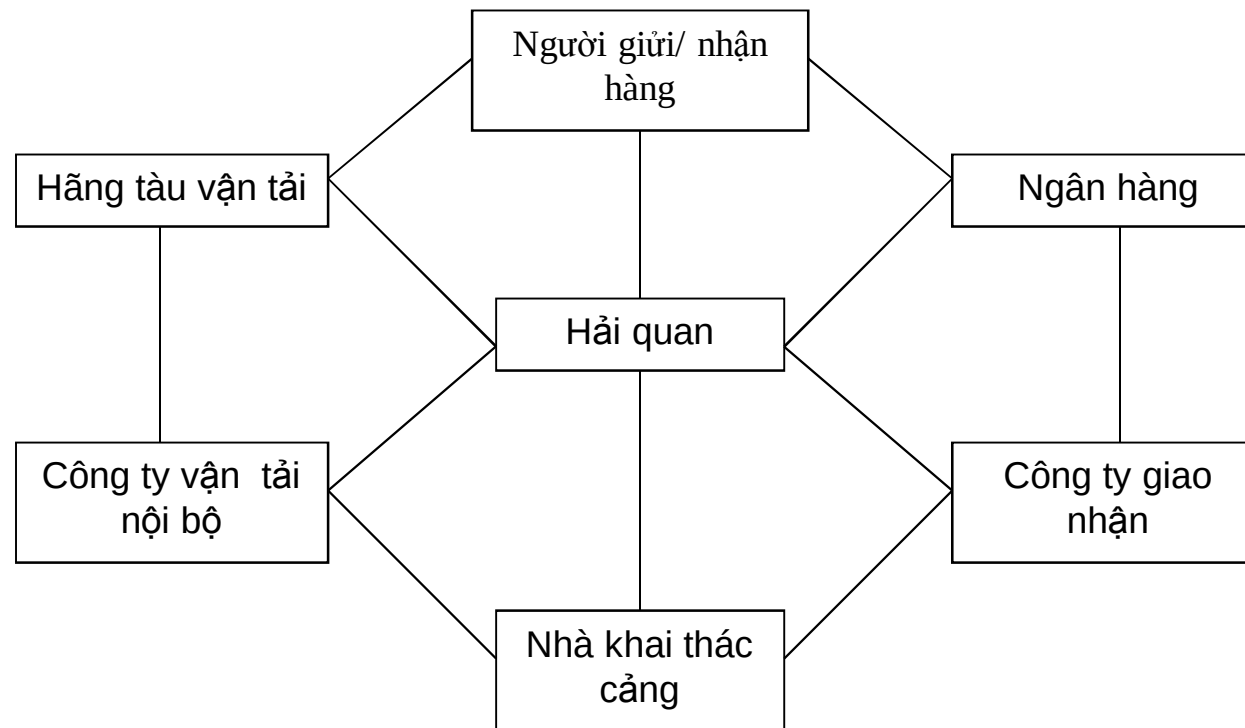
4.4.2 Hệ thống thông tin của FLDC

FLDC – First Logistics Development (JV) Company – Liên doanh phát triển tiếp vận số một

Là một công ty liên doanh với 4 đối tác :

1. Công ty Neptune Oriental Line - NOL, Singapore.
 2. Công thương mại Mitsui-Mitsui & Co.Ltd, Nhật Bản .
 3. Tổng công ty đường sông miền nam – SOWATCO, Việt Nam
 4. Tổng công ty vận tải và thuê tàu – Vietfratch, Việt Nam
- Được bộ kế hoạch và đầu tư cấp giấy phép số 996/GP cho phép thành lập ngày 22/09/1994
 - Trong đó NOL là cổ đông chính góp 48%; Mitsui góp 15%; Sowatco góp 26%; Vietfrach 11%
 - FLDC có chức năng chính là xây dựng và khai thác cảng container chuyên dụng, với tên giao dịch là Vietnam International Container Terminal, gọi tắt là VICT
 - VICT là một trong những đơn vị đầu tiên tại Việt Nam kinh doanh dịch vụ logistics.
 - Cũng như tại các cảng biển lớn của thế giới, công nghệ thông tin được sử dụng như một công cụ hữu hiệu để điều khiển hoạt động logistics.

Tại các cảng biển Việt Nam hiện nay hệ thống thông tin phục vụ cho giao nhận vận tải đường biển khá phức tạp và không hiệu quả



Hình: Hệ thống thông tin truyền thống trong giao nhận vận tải tại các cảng biển Việt Nam.

So với các cảng biển trên thế giới và trong khu vực thì việc sử dụng IT và EDI tại các cảng Việt Nam còn chậm.

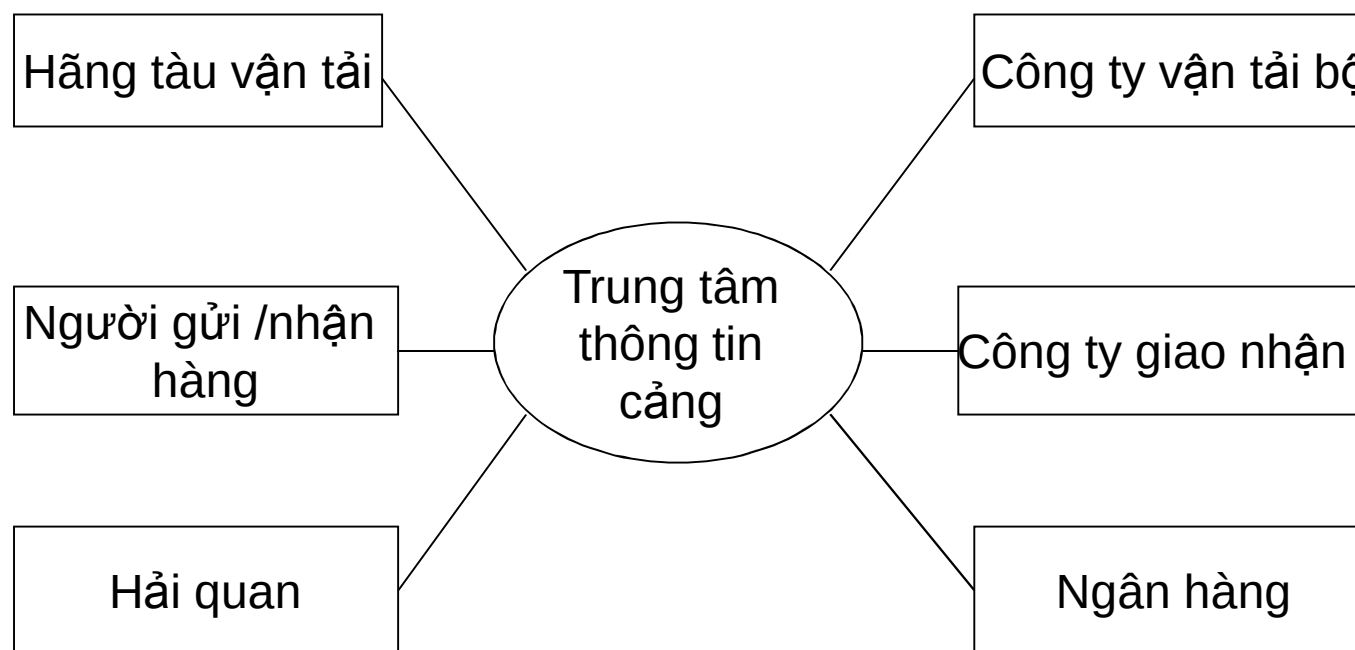
Ứng Dụng IT Và EDI	Hải Phòng	Quy Nhơn	Sài Gòn	Tân Cảng	Bến Nghé	VICT
Hệ thống quản lý nội bộ	Có	Không	Sơ khởi	Sơ khởi	Không	có
Sử dụng EDI	Không	Không	Sơ khởi	Sơ khởi	Không	có

Nguồn: Vietnamshipper

Hệ thống MAPS với máy chủ IBM, cài đặt chương trình AS 400, nối với các bộ phận:

- o Phân bổ tàu bến**
- o Bãi xếp/ dỡ container**
- o Cổng bãi**
- o Quản lý container tại cổng bãi**
- o Bộ phận làm báo cáo**
- o Hệ thống xuất vận đơn**
- o Dịch vụ thông tin**
- o Kho hàng lẻ/ trạm đóng hàng**

Hệ thống thông tin của VICT hoàn thiện theo hướng thương mại điện tử, xây dựng thông tin cảng (Port Information Center)



Mô hình trung tâm thông tin cảng.

Hệ thống thông tin

Quản trị hệ thống thông tin là bộ phận có tầm quan trọng đặc biệt, không thể thiếu trong toàn bộ quá trình hoạch định, thực hiện và kiểm soát có hiệu quả hoạt động logistics.

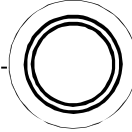
Cùng với sự phát triển của công nghệ thông tin các hệ thống thông tin trong quản trị logistics ngày càng hoàn thiện;

Công nghệ thông tin thực sự trở thành vũ khí cạnh tranh sắc bén, giúp công ty logistics thành công và logistics toàn cầu lớn mạnh

The End!



Chương 5: DỰ TRỮ



MỤC ĐÍCH & YÊU CẦU

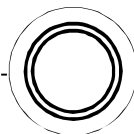
· MỤC ĐÍCH

· YÊU CẦU

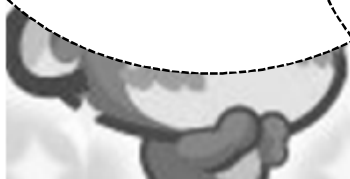
NỘI DUNG

1. Khái niệm dự trữ.
2. Phân loại dự trữ.
3. Chi phí dự trữ.
4. Các mô hình quản trị dự trữ

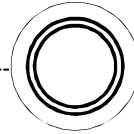
1.1 Khái niệm dự trữ.



Dự trữ là việc lưu giữ những hàng hoá hay nguyên liệu trong kho của chính doanh nghiệp nhằm đáp ứng nhu cầu sản xuất của doanh nghiệp cũng như nhu cầu sản phẩm của khách hàng

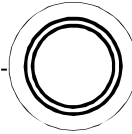


1.1 Khái niệm dự trữ.



- Dự trữ bao gồm các sản phẩm hay nguyên liệu, nhiên liệu đang lưu trong kho, đang trên đường vận chuyển, đang chờ sản xuất dở dang... và cả những thành phẩm đang chờ bán
 - ı Tất cả các sản phẩm, hàng hoá mà doanh nghiệp có để bán.
 - ı Tất cả nguyên vật liệu, phụ tùng mà doanh nghiệp lưu giữ và sử dụng để sản xuất ra các sản phẩm hay cung cấp dịch vụ
- ⇒ **Quản lý dự trữ** là việc tổ chức quản lý tất cả các công việc, các dữ liệu liên quan đến công tác dự trữ để đảm bảo dự trữ một cách hiệu quả và giảm chi phí.

1.1 Khái niệm dự trữ.

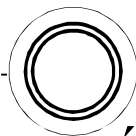


Một cách cụ thể là tổ chức thực hiện:

- § Nhận hàng
- § Dự trữ hàng
- § Kiểm tra hàng
- § Ghi sổ
- § Sắp xếp
- § Đặt mua hàng



LỢI ÍCH CỦA QUẢN LÝ DỰ TRỮ



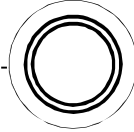
1. Quản lý dự trữ nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng:

- Cung cấp đúng những gì khách hàng cần
- Đáp ứng được sự thay đổi của nhu cầu về số lượng
- Tạo sự ổn định của dòng khách hàng
- Tạo sự phát triển lâu dài

2. Quản lý dự trữ tạo điều kiện sản xuất linh hoạt và an toàn :

- Đáp ứng nhu cầu mở rộng sản xuất dự báo
- Đón trước những rủi ro trong cung ứng nguyên vật liệu hoặc chậm hàng nhập : Thay đổi thời gian vận chuyển, hàng gửi không đúng lúc, hàng kém chất lượng...
- Tạo sự ổn định và an toàn trong sản xuất kinh doanh

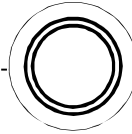
LỢI ÍCH CỦA QUẢN LÝ DỰ TRỮ



3. Quản lý dự trữ hiệu quả góp phần giảm chi phí trong kinh doanh
- Cân đối nhu cầu nguyên vật liệu tốt hơn
 - Hàng hoá được bảo vệ tốt
 - Tránh lãng phí ở nhiều khâu



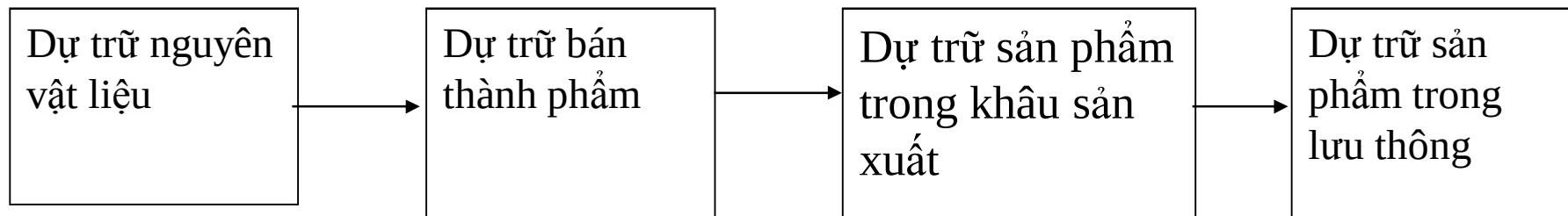
1.2 Phân loại dự trữ



Ø Phân loại theo vị trí của hàng hóa trên dây chuyền cung ứng

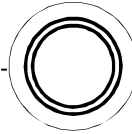
- Logistics là một chuỗi các hoạt động liên tục và dự trữ sẽ tồn tại trên suốt dây chuyền cung ứng, ở tất cả các khâu:
 - ÷ Nhà cung cấp – thu mua
 - ÷ Thu mua – Sản xuất
 - ÷ Sản xuất – Marketing
 - ÷ Marketing – Phân phối
 - ÷ Phân phối – Trung gian
 - ÷ Trung gian – Người tiêu dùng

Phân loại theo vị trí của hàng hóa trên dây chuyền cung ứng



Có 4 loại dự trữ chủ yếu

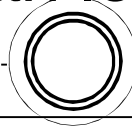
1.2 Phân loại dự trữ.



Ø Phân loại theo nguyên nhân hình thành dự trữ

- *Dự trữ định kỳ*
- *Dự trữ trong quá trình vận chuyển;*
- *Dự trữ bổ sung trong Logistics;*
- *Dự trữ đầu cơ;*
- *Dự trữ theo mùa vụ;*
- *Dự trữ do hàng không bán được:*
 - Do lỗi mode, lỗi thời
 - Do công nghệ mới xuất hiện

1.2 Phân loại dự trữ.



- **Dự trữ định kỳ:** là dự trữ để đảm bảo việc bán/ sản xuất hàng hóa được tiến hành liên tục giữa các kỳ đặt hàng

Ø Dự trữ định kì được xác định bằng công thức

$$D_{dk} = m \times t$$

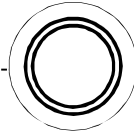
Trong đó:

D_{dk} : dự trữ định kì/thường xuyên

m : mức bán/sử dụng hàng hóa bình quân một ngày đêm

t : thời gian thực hiện việc mua hàng/chu trình đặt hàng

1.2 Phân loại dự trữ.



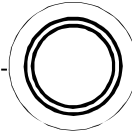
VD: Một công ty có mức bán một loại sp là 20 đv/ngày, thời gian để công ty cung cấp loại sp đó là 10 ngày/lần. Tính lượng dự trữ định kỳ của công ty

Giải:

$$D_{đk} = m.t$$

$$D_{đk} = 20.10 = 200 \text{ đv}$$

1.2 Phân loại dự trữ.



Ø Phân loại theo công dụng

q Dự trữ thường xuyên:

- Cho hoạt động Logistics diễn ra được liên tục;

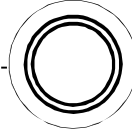
q Dự trữ bảo hiểm:

- Phòng ngừa rủi ro, bất trắc trong quá trình cung ứng;
- Xác định bằng phương pháp thống kê, kinh nghiệm;

q Dự trữ chuẩn bị:

- Cho chuẩn bị hàng hoá để cung cấp cho khách hàng;
- Xác định bằng phương pháp định mức khoa học và thống kê kinh nghiệm;

1.2 Phân loại dự trữ.



Ø Dự trữ bảo hiểm:

$$D_b = d.z$$

Trong đó:

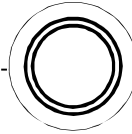
D_b : Dự trữ bảo hiểm

d : Độ lệch tiêu chuẩn chung

z : Chỉ số độ lệch tiêu chuẩn



1.2 Phân loại dự trữ



Ø Phân loại theo giới hạn dự trữ.

- tối đa: là mức dự trữ lớn nhất cho phép kinh doanh có hiệu quả;
- tối thiểu: là mức dự trữ nhỏ nhất cho phép công ty hoạt động liên tục;
- bình quân: là mức dự trữ bình quân trong 1 thời kỳ nhất định, thường là 1 năm

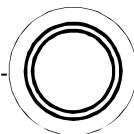
$$\bar{D} = \frac{\frac{1}{2}d_1 + d_2 + \dots + d_{n-1} + \frac{1}{2}d_n}{n-1}$$

Trong đó:

$\bar{D}$: dự trữ bình quân

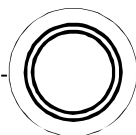
$d_1, d_2, \dots, d_n$: mức dự trữ ở những thời điểm quan sát
1, 2, ..., n thời điểm quan sát dự trữ

1.2 Phân loại dự trữ.

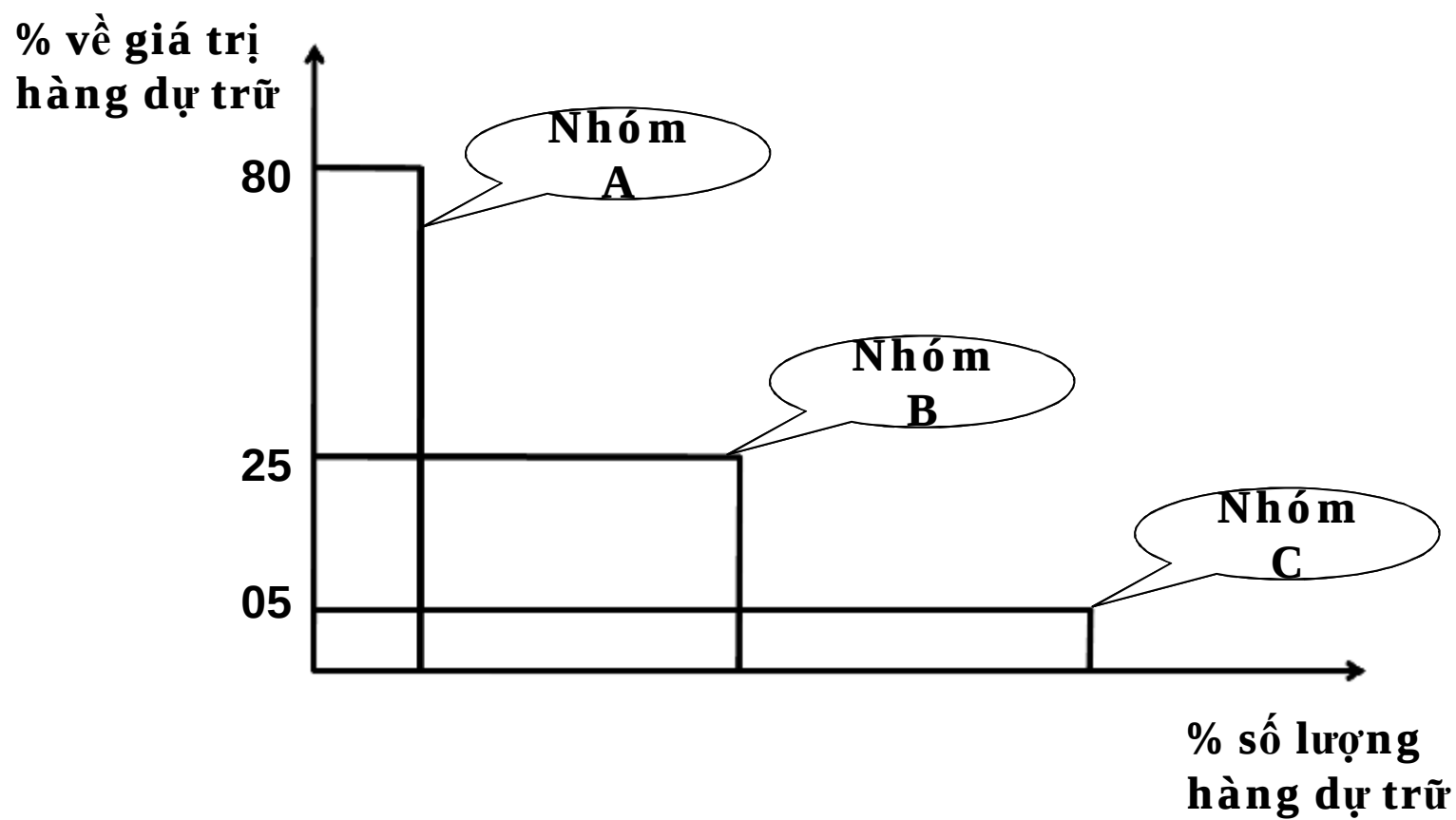


Ø Phân loại theo kỹ thuật phân tích ABC

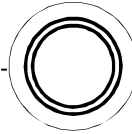
- Nhóm A, bao gồm những loại hàng hoá dự trữ có giá trị hàng năm cao nhất, chiếm **70 – 80% tổng giá trị hàng dự trữ**, nhưng về mặt số lượng, chủng loại chúng chỉ chiếm **15% tổng số chủng loại hàng dự trữ**.
- Nhóm B, bao gồm những loại hàng dự trữ có giá trị hàng năm ở mức trung bình, chiếm từ **15 – 25% tổng giá trị hàng dự trữ**, nhưng về số lượng, chủng loại chúng chiếm **khoảng 30% tổng số chủng loại hàng dự trữ**.
- Nhóm C bao gồm những loại hàng có giá trị hàng năm nhỏ, chỉ chiếm khoảng **5% tổng giá trị** các loại hàng hoá dự trữ, tuy nhiên số lượng chủng loại chiếm khoảng **55% tổng số chủng loại** hàng dự trữ.



Kỹ thuật phân tích ABC

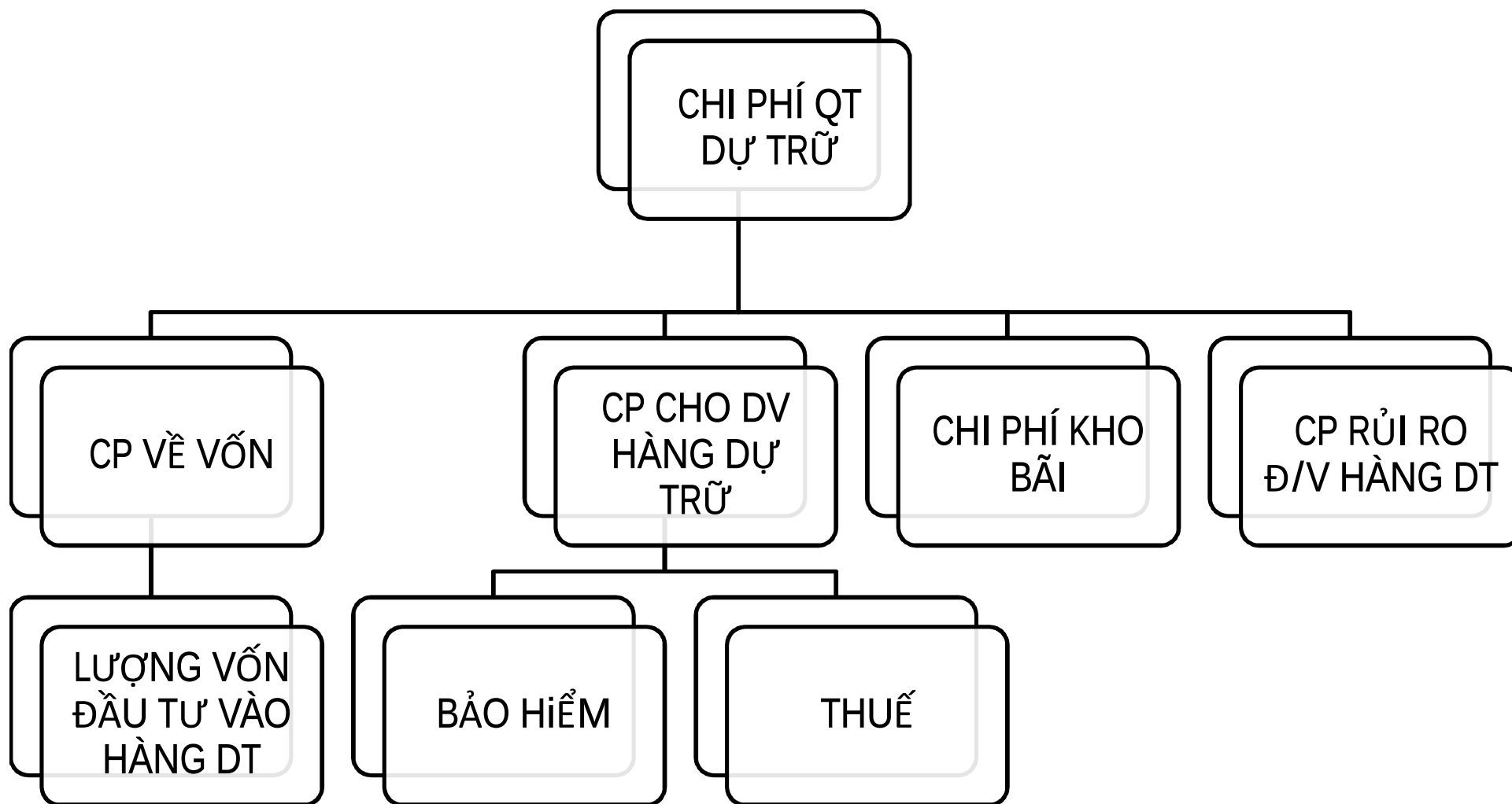


1.3 Chi phí dự trữ



- Mục tiêu chiến lược của logistics: tối thiểu hóa tổng chi phí + thực hiện tốt các dịch vụ khách hàng
- Tổng chi phí logistics = chi phí vận chuyển + chi phí kho bãi + chi phí xử lý đơn đặt hàng và trao đổi thông tin + chi phí sản xuất, thu mua, chuẩn bị hàng + chi phí dịch vụ khách hàng + chi phí dự trữ.





CP KHO
BÃI

```
graph TD; A[CP KHO BÃI] --> B[Trang bị trong kho]; A --> C[Kho công cộng]; A --> D[Kho thuê]; A --> E[Kho của cty];
```

Trang bị
trong kho

Kho công
cộng

Kho thuê

Kho của
cty

CP RỦI RO Đ/V
HÀNG DT

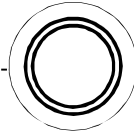
Hao mòn vô hình

Hư hỏng

Hàng bị thiếu
hụt

Điều chuyển
hàng giữa các
kho

1.4 Các mô hình quản trị dự trữ



1.4.1 Mô hình mức đặt hàng tối ưu (EOQ)

1.4.1.1 Tổng quan về EOQ

- Mô hình lượng đặt hàng kinh tế EOQ (Economics Order Quantity) là một mô hình quản lý hàng tồn kho mang tính chất định lượng được sử dụng để xác định mức tồn kho tối ưu cho doanh nghiệp, trên cơ sở 2 loại chi phí: **chi phí đặt mua hàng** (chi phí mua hàng) và **chi phí tồn trữ hàng tồn kho** (chi phí dự trữ)
- Mục tiêu của mô hình quản trị hàng tồn kho EOQ sẽ lựa chọn mức tồn kho sao cho ở mức đó tổng hai loại chi phí này là thấp nhất

Mô hình mức đặt hàng tối ưu (EOQ)



1.4.1.2 Các giả định mô hình EOQ

- *Giả thiết 1, nhu cầu là xác định và không đổi.*
- *Giả thiết 2: Giá đơn vị hàng hóa không thay đổi theo qui mô đặt hàng: không được hưởng mức giá chiết khấu theo quy mô đặt hàng.*
- *Giả thiết 3: toàn bộ khối lượng hàng hóa của đơn hàng được thực hiện trong 1 chuyến hàng và được giao cùng thời điểm*
=> Điều này cho phép tích lũy toàn bộ khối lượng hàng hóa của đơn hàng vào tồn kho.

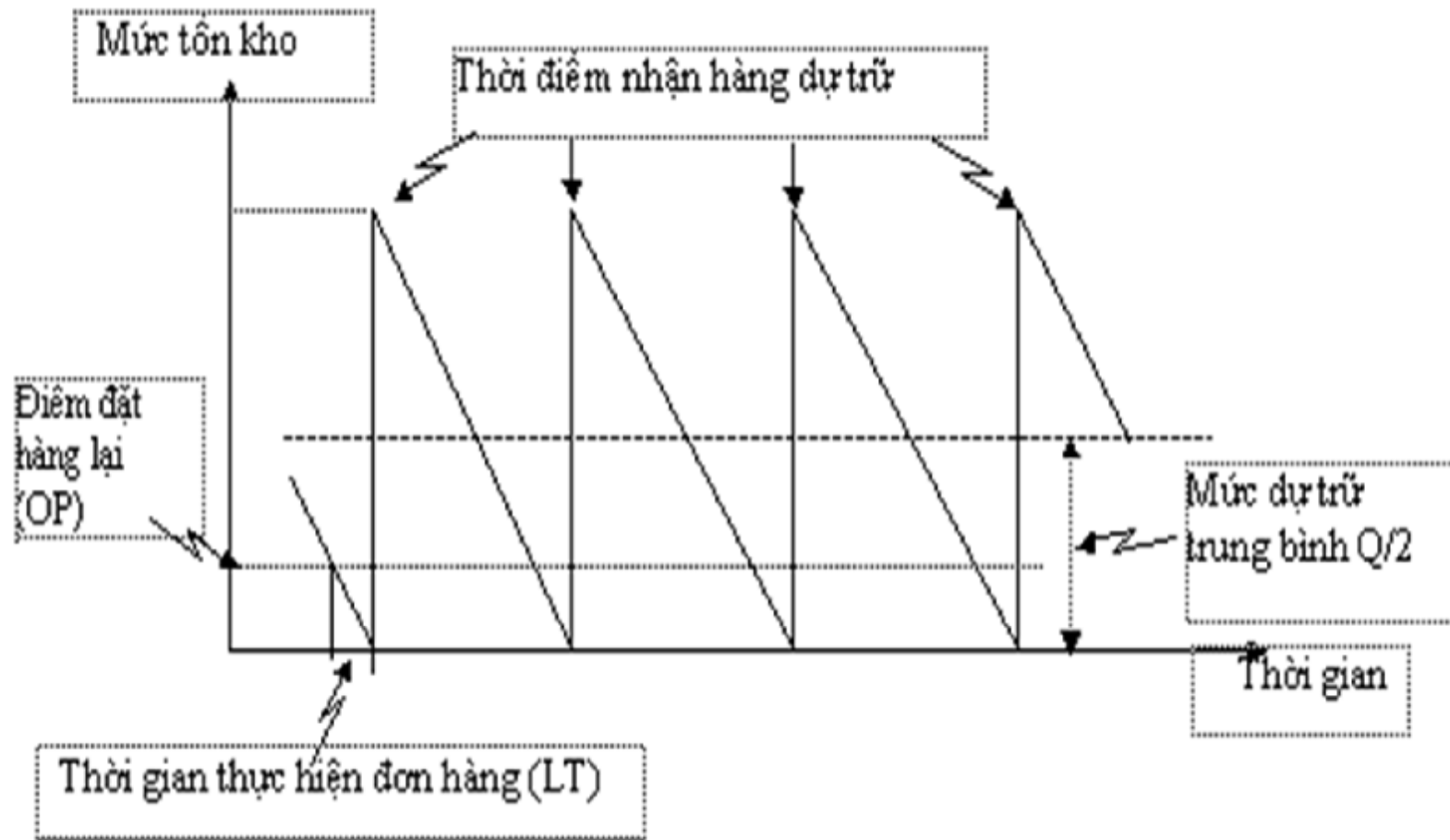
Mô hình mức đặt hàng tối ưu (EOQ)



- *Giả thiết 4, thời gian đặt hàng tính vừa đủ (không có sự thiếu hụt)*
- *Giả thiết 5, chi phí đặt và nhận một đơn hàng không phụ thuộc vào qui mô đặt hàng (thời gian từ đặt hàng đến nhận hàng được biết trước và là không đổi)*
- *Giả thiết 6, chi phí tồn kho là tuyến tính theo số lượng mặt hàng tồn kho, chỉ có 2 loại chi phí biến đổi: chi phí đặt hàng và chi phí tồn trữ*

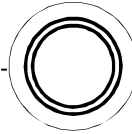
Với những giả thiết trên, sơ đồ biểu diễn mô hình EOQ có dạng:

Mô hình mức đặt hàng tối ưu (EOQ)



Mô hình EOQ

Mô hình mức đặt hàng tối ưu (EOQ)



Ta có:

Chi phí đặt hàng = Số lần đặt hàng trong năm x Chi phí cho mỗi lần đặt hàng

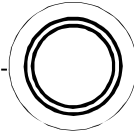
$$C_{đh} = \frac{D}{Q} S$$

D: nhu cầu hàng năm của hàng tồn kho

Q: sản lượng của một đơn hàng

S: chi phí đặt hàng

Mô hình mức đặt hàng tối ưu (EOQ)



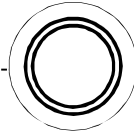
Chi phí tồn trữ = Lượng tồn kho x Chi phí tồn trữ 1 đvị
trung bình tồn kho trong năm

$$C_u = \frac{Q}{2} H$$

Q: sản lượng hàng của một đơn hàng

H: Chi phí tồn trữ cho mỗi đơn vị / năm

Mô hình mức đặt hàng tối ưu (EOQ)



Để chi phí tồn kho là thấp nhất **ó** $C_{đh} = C_{tt}$

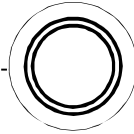
$$\Leftrightarrow \frac{D}{Q^*} S = \frac{Q^*}{2} H$$

$$\Leftrightarrow Q^{*2} = \frac{2SD}{H}$$



$$Q^* = \sqrt{\frac{2DS}{H}}$$

Mô hình mức đặt hàng tối ưu (EOQ)

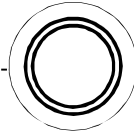


TỔNG CHI PHÍ = Chi phí đặt hàng + Chi phí tồn trữ
VỀ TỒN KHO trong năm HTK trong năm

Hay: $TC = C_{đh} + C_{tt}$

$$TC = \frac{D}{Q^*} S + \frac{Q^*}{2} H$$

Mô hình mức đặt hàng tối ưu (EOQ)



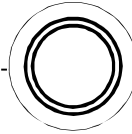
Ví dụ: Một công ty đóng tàu phải dùng tole 5mm với nhu cầu 2000 tấm/năm. Chi phí đặt hàng mỗi lần là 200.000đ/đơn hàng. Phí dự trữ hàng 5000đ/tấm/năm. Hãy xác định lượng đặt hàng tối ưu mỗi lần đặt hàng và tổng chi phí về tồn kho

Giải:

$$Q^* = \sqrt{\frac{2DS}{H}} = \sqrt{\frac{2.2000.200000}{5000}} = 400(t/n)$$

$$TC = \frac{D}{Q^*}S + \frac{Q^*}{2}H = \frac{2000}{400}.200000 + \frac{400}{2}.5000 = 2000000đ$$

1.4.1.3 Xác định điểm đặt hàng lại



Điểm đặt hàng lại (ROP) = Nhu cầu hàng ngày x Thời gian vận chuyển đơn hàng

$$\text{ROP} = d \times L$$

Trong đó: L: thời gian vận chuyển đh

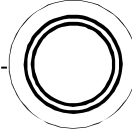
Nhu cầu hàng ngày:

$$d = \frac{D}{n}$$

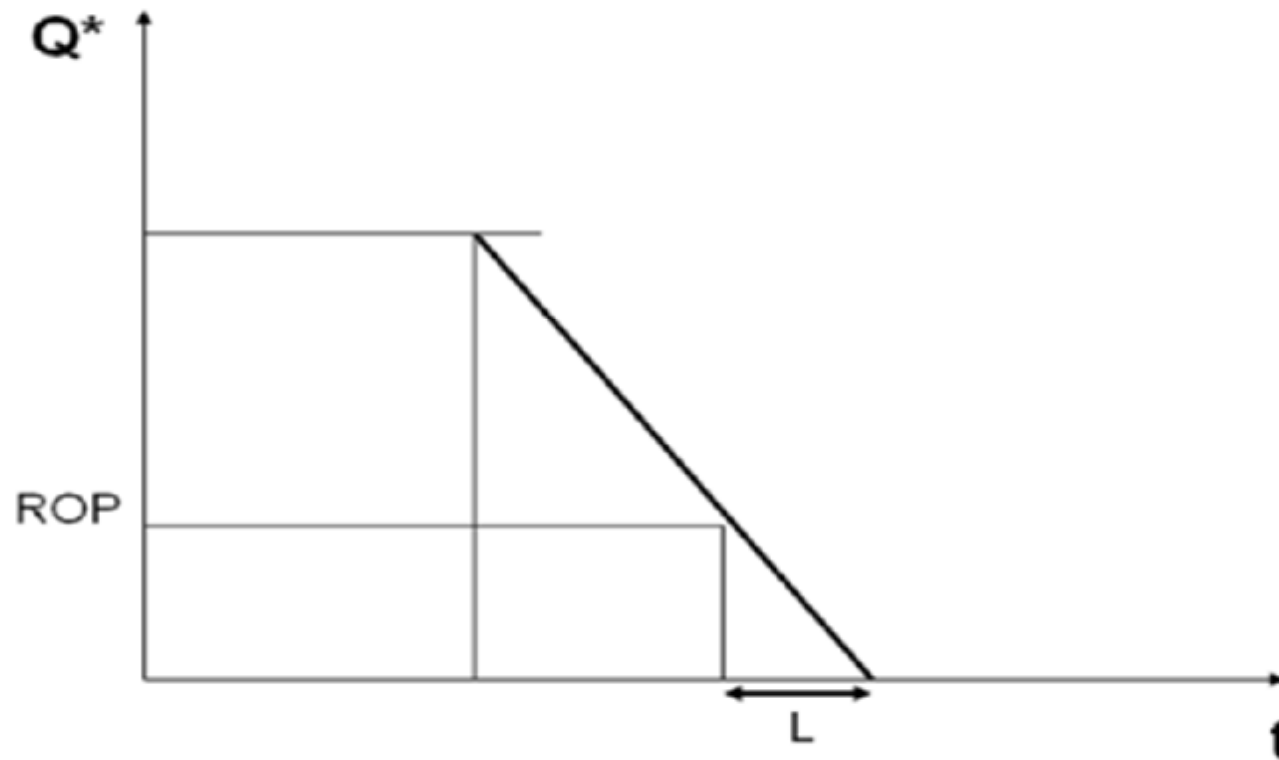
D: nhu cầu hàng năm

n: số ngày làm việc trong năm

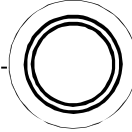
1.4.1.3 Xác định điểm đặt hàng lại



Biểu đồ điểm đặt hàng ROP



1.4.1.3 Xác định điểm đặt hàng lại



Ví dụ: Công ty đóng tàu có nhu cầu về tole là 2000 tấm/năm. Thời gian làm việc hàng năm của công ty là 200 ngày. Thời gian vận chuyển đơn hàng là 3 ngày. Tính điểm đặt hàng lại.

Giải:

$$ROP = \frac{2000}{200} \times 3 = 30 \text{ tấm'}$$

=> Khi lượng hàng trong kho còn 30 tấm thì đặt hàng lại

1.4.2 Mô hình mức đặt hàng theo sản xuất (POQ- *production order quantity*)



Giả thiết của mô hình:

- *Giả thiết 1, nhu cầu là xác định và không đổi.*
- *Giả thiết 2: Giá đơn vị hàng hóa không thay đổi theo qui mô đặt hàng: không được hưởng mức giá chiết khấu theo quy mô đặt hàng.*
- ***Giả thiết 3: toàn bộ khối lượng hàng hóa của đơn hàng được thực hiện thành chuyển hàng***

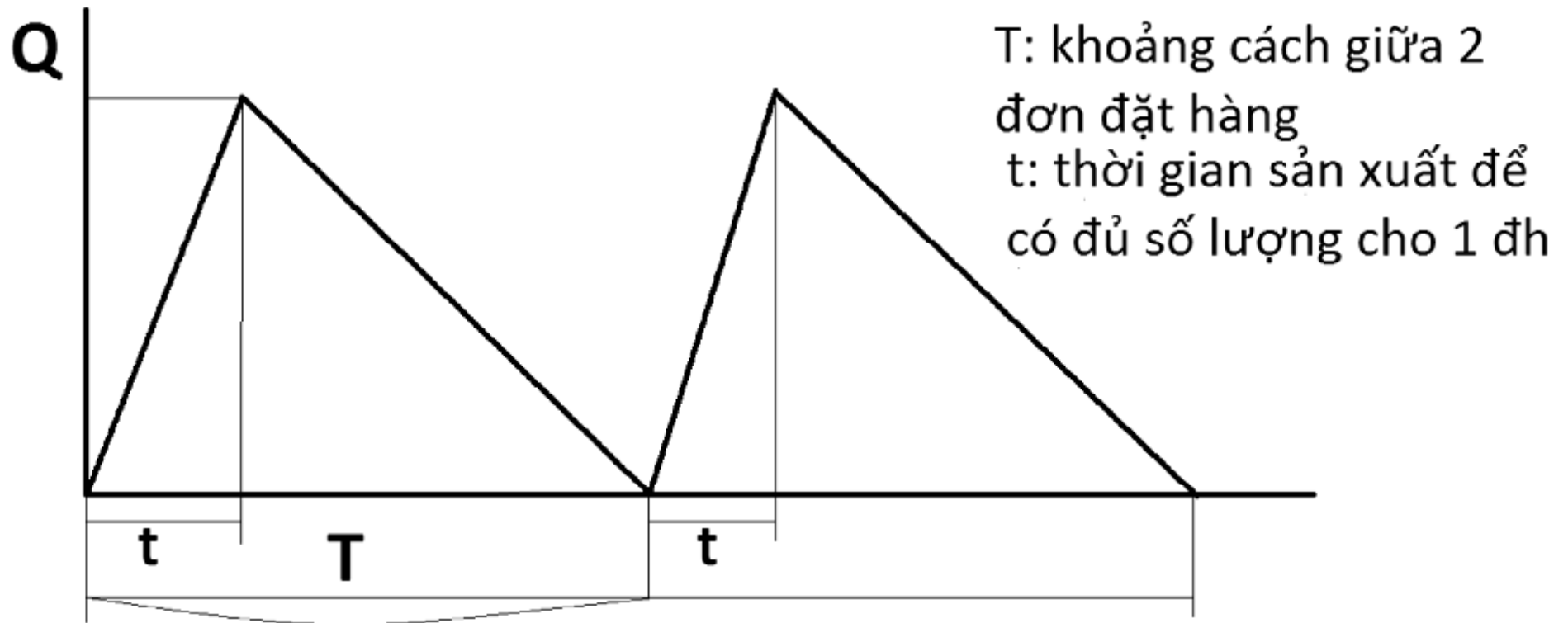
1.4.2 Mô hình mức đặt hàng theo sản xuất (POQ- production order quantity)



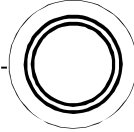
- Giả thiết 4, thời gian đặt hàng tính vừa đủ (không có sự thiếu hụt)
- Giả thiết 5, chi phí đặt và nhận một đơn hàng không phụ thuộc vào qui mô đặt hàng (thời gian từ đặt hàng đến nhận hàng được biết trước và là không đổi)
- Giả thiết 6, chi phí tồn kho là tuyến tính theo số lượng mặt hàng tồn kho, chỉ có 2 loại chi phí biến đổi: chi phí đặt hàng và chi phí tồn trữ

1.4.2 Mô hình mức đặt hàng theo sản xuất (POQ- production order quantity)

- Mô hình POQ có dạng



1.4.2 Mô hình mức đặt hàng theo sản xuất (POQ- production order quantity)



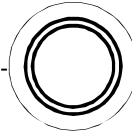
Ø Ta có:

Mức tồn kho trung bình = mức tồn kho tối đa : 2

=> Chi phí tồn trữ = mức tồn kho trung bình x chi phí tồn trữ mỗi đơn vị tồn kho hàng năm trong năm

=> Chi phí tồn trữ = $\frac{\text{mức tồn kho tối đa}}{2}$ x chi phí tồn trữ mỗi đơn vị tồn kho hàng năm trong năm

1.4.2 Mô hình mức đặt hàng theo sản xuất (POQ- production order quantity)



Mức tồn kho tối đa ($Q_{\max}$) = Tổng số đvị hàng đc cung ứng trong thời gian t – Tổng số hàng đc sử dụng trong thời gian t

$$\Rightarrow Q_{\max} = P.t - d.t = P.\frac{Q}{P} - d.\frac{Q}{P} = Q.(1 - \frac{d}{P})$$

Với: P: Mức độ sx (cũng là mức cung ứng ngày)

t: thời gian

d: Nhu cầu sử dụng hàng ngày

Lượng cung ứng trong mỗi ngày: $Q = P.t$

1.4.2 Mô hình mức đặt hàng theo sản xuất (POQ- production order quantity)



⇒ Chi phí tồn trữ

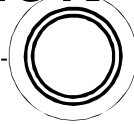
$$C_{tt} = \frac{Q}{2} \left(1 - \frac{d}{P}\right) \cdot H$$

Để chi phí tồn kho là thấp nhất • $C_{tt} = C_{đh}$

⇒

$$Q^* = \sqrt{\frac{2DS}{H(1 - \frac{d}{P})}}$$

1.4.2 Mô hình mức đặt hàng theo sản xuất (POQ- production order quantity)

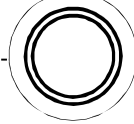


Ví dụ: Nhà máy sản xuất phụ tùng với tốc độ 300 chiếc/ngày. Loại phụ tùng này được sử dụng 12.500 chiếc/năm và trong năm DN làm việc 250 ngày. Chi phí tồn trữ 20.000đ/đv/năm, phí đặt hàng mỗi lần là 300.000đ. Vậy số lượng đặt hàng tối ưu là bao nhiêu?

Giải:

$$Q^* = \sqrt{\frac{2DS}{H(1 - \frac{d}{P})}} = \sqrt{\frac{2 \cdot 12500 \cdot 300000}{20000(1 - \frac{50}{300})}} = 671 \text{ đv}$$

1.4.3 Mô hình dự trữ thiếu (BOQ- back order quantity)



Giả định: doanh thu không bị suy giảm vì sự dự trữ thiếu hụt này

Gọi: Q: sản lượng của một đơn hàng

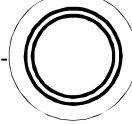
D: nhu cầu hàng năm

S: chi phí lập đơn hàng

B: chi phí cho 1 đơn hàng để lại nơi cung ứng hàng năm

b: sản lượng hàng đem về

1.4.3 Mô hình dự trữ thiếu (BOQ- back order quantity)



Ta có

Sản lượng tối ưu:

$$Q^* = \sqrt{\frac{2SD}{H} \times \frac{H+B}{B}}$$

Sản lượng đem về tối ưu:

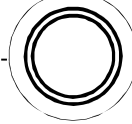
$$b^* = \sqrt{\frac{2SD}{H} \times \frac{B}{H+B}}$$

Tổng chi phí tồn kho:

$$TC = C_{đh} + C_u + CP_{choSLgoilai}$$

$$TC = \frac{D}{Q}S + \frac{b}{2}H + (Q-b)B$$

1.4.3 Mô hình dự trữ thiếu (BOQ- back order quantity)



Sản lượng để lại nơi cung ứng = Sản lượng 1 đơn hàng –
Sản lượng hàng đem về

ó

$$Q^* - b^* = Q^* \left(1 - \frac{B}{B + H}\right)$$

1.4.4 Mô hình khấu trừ theo số lượng (QDM- quantity discount model)



Quá trình xác định Q^* tiến hành qua 4 bước

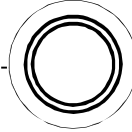
Bước 1: xác định lượng hàng tối ưu Q^* ở từng mức khấu trừ theo công thức :

$$Q^* = \sqrt{\frac{2SD}{IP}}$$

Trong đó:

- S: chi phí lập đơn hàng
- D: nhu cầu hàng năm
- I: tỷ lệ % chi phí tồn trữ tính theo giá mua 1 đv
- P: giá mua 1 đv hàng
- $H = I.P$: CP tồn trữ cho mỗi đv tồn kho 1 năm

1.4.4 Mô hình khấu trừ theo số lượng (QDM- quantity discount model)



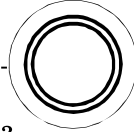
Bước 2: Điều chỉnh Q^* :

Nếu sản lượng đơn hàng đã tính ở bước 1 quá thấp, không đủ để hưởng mức giá khấu trừ, ta điều chỉnh sản lượng của đơn hàng lên đến mức sản lượng tối thiểu để được hưởng giá khấu trừ

Bước 3: Tính tổng chi phí

$$TC = C_{đh} + C_{tt} + C_{mh}$$
$$TC = \frac{D}{Q}S + \frac{Q}{2}H + P.D$$

1.4.4 Mô hình khấu trừ theo số lượng (QDM- quantity discount model)



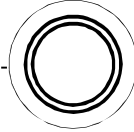
Bước 4: Chọn Q^* nào có tổng chi phí về hàng tồn kho là thấp nhất

Vd: Công ty buôn bán nước giải khát thực hiện chế độ khấu trừ theo sản lượng từng đơn hàng cụ thể như sau

- Giá thông thường 1 thùng là 5 USD
- SL từ 1000-1999 thùng giá 4,8 USD
- SL trên 2000 thùng giá 4,75 USD

CP đặt hàng là 49USD/lần. Nhu cầu hàng năm là 5000 thùng. CP thực hiện tồn kho $I=20\%$ giá mua/đv hàng. Vậy sản lượng tối ưu là bao nhiêu?

1.4.4 Mô hình khấu trừ theo số lượng (QDM- quantity discount model)



B1: Xác định Q^*

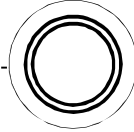
Giá 5\$:
$$Q^* = \sqrt{\frac{2.5000.49}{0,2.5}} = 700(\text{thùng / đh})$$

$\Rightarrow$ Hưởng giá 5\$ $\Rightarrow$ không điều chỉnh $\Rightarrow 700\text{sp}$

Giá 4,8\$:
$$Q^* = \sqrt{\frac{2.5000.49}{0,2.4,8}} = 714(\text{thùng / đh})$$

$\Rightarrow$ Hưởng giá 5\$ $\Rightarrow$ điều chỉnh lên 1000sp

1.4.4 Mô hình khấu trừ theo số lượng (QDM- quantity discount model)



Giá 4,75\$:

$$Q^* = \sqrt{\frac{2.5000.49}{0,2.4,75}} = 718(\text{thùng} / \text{đh})$$

⇒ Hưởng giá 5\$ => điều chỉnh lên 2000sp

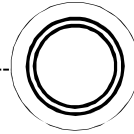
⇒ Sau khi điều chỉnh ta có

$$Q^*_1 = 700$$

$$Q^*_2 = 1000$$

$$Q^*_3 = 2000$$

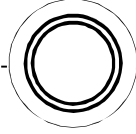
1.4.4 Mô hình khấu trừ theo số lượng (QDM- quantity discount model)



B3:

Mức khấu trừ	Giá	Q^*	CP mua hàng ($D \times P$)	CP đặt hàng ($D:Q^* \times S$)	CP tồn trữ ($Q^*:2 \times I \times P$)	TỔNG CP
1	5	700	25000	350	350	25700
2	4,8	1000	24000	245	480	24725
3	4,75	2000	23750	122,5	950	24822,5

B4: Chọn $Q^*=1000$ vì có tổng CP thấp nhất



THE END

★ **Chương 6: Quản trị vật tư**

6.1 Khái niệm:

6.1.1 Quản trị cung ứng: chủ yếu phân biệt 3 khái niệm

- q **Mua hàng/ Mua sắm (Purchasing)**
- q **Thu mua (Procurement)**
- q **Quản trị cung ứng (Supply management)**



Chương 6: Quản trị vật tư

- q Mua hàng/ Mua sắm (Purchasing): bao gồm các hoạt động:**
 - 1. Phối hợp các phòng ban để xác định nhu cầu nguyên vật liệu, máy móc...**
 - 2. Tổng hợp nhu cầu của toàn bộ tổ chức, xác định lượng hàng hoá cần mua;**
 - 3. Xác định các nhà cung cấp tiềm năng;**
 - 4. Thực hiện nghiên cứu thị trường cho những nguyên vật liệu quan trọng;**
 - 5. Đàm phán với các nhà cung cấp tiềm năng;**
 - 6. Phân tích các đề nghị;**
 - 7. Lựa chọn nhà cung cấp;**
 - 8. Soạn thảo đơn đặt hàng/hợp đồng;**
 - 9. Thực hiện các hợp đồng và giải quyết các vướng mắc;**
 - 10. Thống kê theo dõi các số liệu mua hàng**



Chương 6: Quản trị vật tư

- q Thu mua (Procurement): bao gồm các hoạt động:**
 - 1. Tham gia vào việc phát triển các nhu cầu về NVL, dịch vụ, các chi tiết KT;**
 - 2. Thực hiện các nguyên cứu về NVL và quản lý các hoạt động phân tích;**
 - 3. Thực hiện những nghiên cứu chuyên sâu về thị trường NVL;**
 - 4. Thực hiện các hoạt động của chức năng mua hàng;**
 - 5. Quản trị chất lượng của các nhà cung cấp;**
 - 6. Quản lý quá trình vận chuyển;**
 - 7. Quản trị các hoạt động mang tính đầu tư: tận dụng, sử dụng lại các NVL**



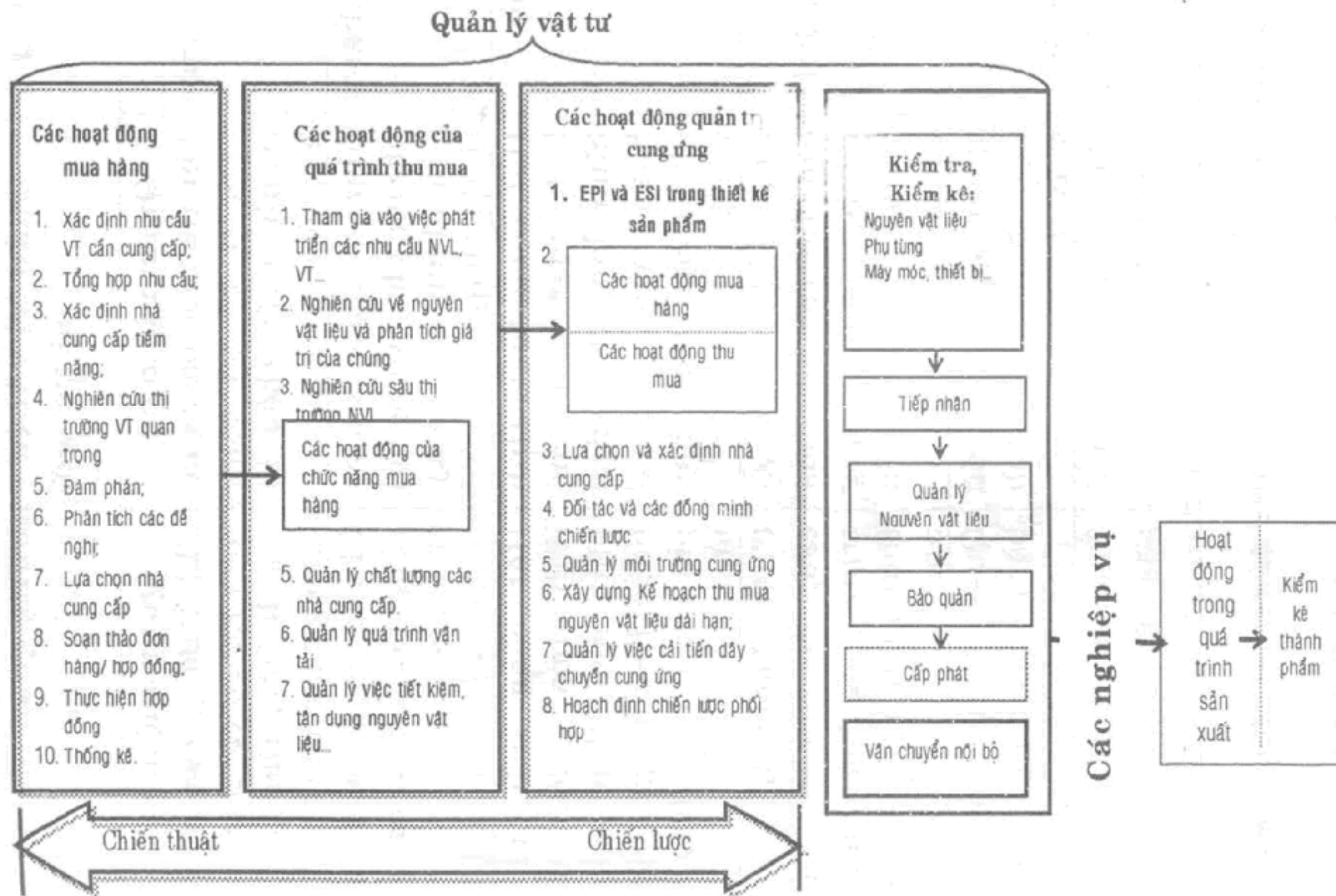
Chương 6: Quản trị vật tư

- q **Quản trị cung ứng (Supply management):**
 - 1. **Đặt quan hệ trước để mua hàng (Early Purchasing Involvement – EPI) và đặt quan hệ trước với các nhà cung cấp (Early Supplier Involvement – ESI) ngay trong quá trình thiết kế sản phẩm và phát triển các chi tiết kỹ thuật;**
 - 2. **Thực hiện chức năng mua hàng và các hoạt động của quá trình thu mua;**
 - 3. **Sử dụng nhóm chức năng chéo để xác định và lựa chọn nhà cung cấp;**
 - 4. **Thỏa thuận giữa các bên, hình thành các liên minh chiến lược và phát triển mối quan hệ, tạo thuận lợi cho đôi bên để quản lý CL và CP;**
 - 5. **Xác định những nguy cơ và cơ hội trong môi trường cung ứng của công ty;**
 - 6. **Phát triển chiến lược thu mua dài hạn cho các NVL chủ yếu;**
 - 7. **Cải thiện việc quản lý dây chuyền cung ứng;**
 - 8. **Tham gia một cách chủ động vào quá trình hoạch định chiến lược phối hợp**



- è **Khi quản trị cung ứng tham gia sâu rộng vào nhiều quá trình và tổ chức sẽ hình thành khái niệm Chuỗi cung ứng/Dây chuyền cung ứng**
- è **Chuỗi cung ứng là một quá trình xuyên suốt từ đầu vào đến đầu ra, không phải là chức năng;**

Hình 6.1. Mối quan hệ giữa các hoạt động mua hàng /thu mua/ quản trị cung ứng và quản lý vật tư của công ty.



Bảng 6.1: Quản trị vật tư - những quan niệm cũ và mới

	Quan niệm cũ	Quan niệm mới
Thị trường	Thị trường của người bán, ít có sự cạnh tranh, xuất khẩu bị hạn chế	Thị trường của người mua, có sự cạnh tranh mãnh liệt, theo định hướng toàn cầu hoá.
Sản phẩm	Chủng loại không phong phú, vòng đời sản phẩm dài, có kỹ thuật thấp	Chủng loại đa dạng, vòng đời ngắn, có kỹ thuật cao
Sự sản xuất	Hết công suất, tính linh hoạt thấp, mô hình lớn, thời gian hoàn thành dài, chi phí thấp, làm thay vì mua.	Hết công suất, tính linh hoạt cao, mô hình nhỏ, thời gian hoàn thành ngắn, chi phí thấp, mua thay vì làm
Chất lượng dịch vụ	Chất lượng dịch vụ cao, dự trữ lớn, quá trình cung ứng chậm, vận chuyển chậm	Chất lượng dịch vụ cao, dự trữ ít, quá trình cung ứng nhanh, thời gian vận chuyển nhanh
Công nghệ thông tin	Quản lý, xử lý dữ liệu bằng sổ sách giấy tờ	Quản lý, xử lý dữ liệu bằng máy tính,
Chiến lược kinh doanh	Sản xuất đóng vai trò định hướng	Theo định hướng thị trường

Chương 6: Quản trị vật tư

6.2 Quy trình nghiệp vụ cung ứng vật tư (Operating procedures):

Bao gồm các công việc sau:

- § Xác định nhu cầu nguyên vật liệu, máy móc, thiết bị;**
- § Lựa chọn nhà cung ứng;**
- § Soạn thảo đơn đặt hàng – ký kết hợp đồng;**
- § Tổ chức thực hiện đơn hàng/ hợp đồng;**
- § Nhập kho vật tư, Bảo quản, Cung cấp cho các bộ phận có nhu cầu**

Chương 6: Quản trị vật tư

6.2.1 Xác định nhu cầu vật tư: Gồm các bước:

- § **Xác định nhu cầu vật tư của các bộ phận;**
- § **Tổng hợp nhu cầu vật tư của cả tổ chức;**
- § **Xác định nhu cầu vật tư cần mua sắm**

★ Chương 6: Quản trị vật tư

è Xác định nhu cầu vật tư, phòng cung cấp cần thực hiện trên cơ sở:

- Phiếu yêu cầu vật tư;
- Bảng dự toán nhu cầu vật tư.

$$\text{Nhu cầu vật tư } N = Q \times M$$

Trong đó: N: Nhu cầu vật tư trong kỳ kế hoạch

Q: số sản phẩm sản xuất trong kỳ

M: định mức nguyên vật liệu sản xuất 1 sản phẩm

★ Chương 6: Quản trị vật tư

Ø Xác định nhu cầu vật tư cần mua:

$\text{Nhu cầu} = \text{Tổng nhu cầu} - \text{Tồn kho} - \text{Lượng VT tự SX}$

Để xác định vấn đề tự làm hoặc mua (Make or Buy) cần xem xét:

- Năng lực nhân rỗi của DN;
- Khả năng làm việc tại công ty/tại nhà:
 - § Nhân lực;
 - § Trang thiết bị;
 - § Các khả năng có thể phát triển trong tương lai.
- Hiệu quả kinh tế:
 - § Chi phí;
 - § Phân bổ nguồn lực.
- Độ tin cậy nguồn cung cấp cho sản xuất;
- Các mối quan hệ thương mại;
- Độ ổn định của sản xuất;
- Phối hợp sử dụng các nguồn lực khác

Chương 6: Quản trị vật tư

- ø **Dự báo nhu cầu vật tư:**
 - **Dựa vào kinh nghiệm thực tế;**
 - **Dựa vào số liệu thống kê;**
 - **Khả năng lập kế hoạch;**
 - **Khả năng đánh giá thị trường**

Chương 6: Quản trị vật tư

6.2.2 Lựa chọn nhà cung cấp: Qua các giai đoạn chính:

- **Khảo sát các nhà cung ứng;**
- **Phân tích, đánh giá, chấm điểm, gọi thầu;**
- **Chọn nhà cung cấp;**
- **Tiến hành thương lượng, đàm phán;**
- **Ký kết lần đầu hoặc đặt quan hệ lâu dài.**

★ **Chương 6: Quản trị vật tư**

6.2.3 Lập đơn hàng, ký hợp đồng cung ứng:

- **Cách 1: Lập hồ sơ yêu cầu của đơn hàng: thông qua việc đáp ứng các yêu cầu bằng văn bản ề ký hợp đồng**
- **Cách 2: ra yêu cầu ề đàm phán, thương lượng và xem xét thực tế một cách trực tiếp ề ký kết hợp đồng**

★ Chương 6: Quản trị vật tư

Ø Hợp đồng cung ứng:

Trường hợp 1: cung ứng nội địa: gồm các nội dung chính:

Phần đầu:

- Quốc hiệu: các yêu cầu quốc hiệu của 1 quốc gia (slogan)
- Số và ký hiệu hợp đồng: phục vụ cho việc tra cứu, lưu trữ;
- Tên hợp đồng: thường theo sự việc cụ thể;
- Căn cứ xác lập hợp đồng: các quy định của NN, bộ, ngành, địa phương;
- Thời gian, địa điểm ký kết: càng cụ thể càng tốt;

★ Chương 6: Quản trị vật tư

Phần thông tin chủ thể hợp đồng:

- Tên các đơn vị, cá nhân tham gia cam kết và ký kết;
- Địa chỉ doanh nghiệp;
- Điện thoại, Fax, e-mail;
- Tài khoản ngân hàng được mở tại đâu: căn cứ xác minh;
- Người đại diện ký kết;
- Giấy ủy quyền;

★ Chương 6: Quản trị vật tư

Phần nội dung:

- Đối tượng của hợp đồng;
- Chất lượng, số lượng, chủng loại, quy cách, tính đồng bộ, yêu cầu KT;
- Giá: đơn giá, tổng giá, hoa hồng, discount;
- Điều kiện nghiệm thu, giao nhận;
- Phương thức thanh toán;
- Bảo hành
- Trách nhiệm khi vi phạm;
- Các biện pháp đảm bảo thực hiện;
- Các thỏa thuận khác;
- Những điều khoản chủ yếu;
- Giá trị pháp lý;

Phần ký kết hợp đồng:

- Số lượng bản HĐ cần ký kết;
- Đại diện các bên;

Chương 6: Quản trị vật tư

Trường hợp 2: Nguồn cung cấp có yếu tố nước ngoài

CONTRACT, N⁰.....

Date:

Nêu ý kiến xác lập hợp đồng

Nêu 14 Article (Xem sách trang 243)

★ **Chương 6: Quản trị vật tư**

6.2.4 Tổ chức thực hiện:

Trường hợp 1: Nguồn cung cấp nội địa

- ü Nhận hàng tại cơ sở người cung cấp;**
- ü Giao hàng tại cơ sở người mua;**

Chương 6: Quản trị vật tư

Trường hợp 2:

- ü Các bước đầu của việc thanh toán;**
- ü Các giấy phép thủ tục nhập khẩu;**
- ü Các yếu tố cấu thành vận tải trong hợp đồng;**
- ü Các yêu cầu về bảo hiểm;**
- ü Kiểm tra chứng từ, giám định hàng hóa;**
- ü Các thủ tục hải quan/nhập khẩu;**
- ü Nhận hàng: ngày giờ, địa điểm;**
- ü Khiếu nại;**
- ü Thủ tục thanh toán;**
- ü Thanh lý hợp đồng;**

Chương 6: Quản trị vật tư

6.2.5 Nhập kho – Bảo quản – cung cấp cho các bộ phận:

- **Các thủ tục, điều kiện nhập kho;**
- **Yêu cầu về bảo quản, kho bãi;**
- **Cung cấp vật tư cho các bộ phận theo kế hoạch hoặc nhu cầu**

Chương 6: Quản trị vật tư

6.3 Quản trị vật tư trong nội bộ tổ chức: với các yêu cầu về:

- **Số lượng, chủng loại, chất lượng;**
- **Khả năng cung ứng dịch vụ;**
- **Tính hiệu quả;**
- **Khả năng thực hiện**

★ **Chương 6: Quản trị vật tư**

6.4 Quản trị nguồn cung ứng:

6.4.1 Tầm quan trọng:

“Nhà cung cấp tốt, nguồn tài nguyên vô giá”

- **Thế nào là nhà cung cấp tốt?**
- **Duy trì được nhà cung cấp tốt?**
 - **Phát triển và duy trì nguồn cung cấp bền vững;**
 - **Chiến lược và chiến thuật cung cấp;**
 - **Phân tích, đánh giá các nhà cung cấp;**
 - **Sử dụng biện pháp đầu thầu hay chỉ định**
 - **Lựa chọn nhà cung cấp thích hợp;**
 - **Quản lý nhà cung cấp sau bán hàng;**

Chương 6: Quản trị vật tư

6.4.2 Phát triển/duy trì nhà cung cấp bền vững:

- **Có đầy đủ các thông tin về nhà cung cấp;**
- **Có chính sách hợp tác/phát triển nhà cung cấp;**
- **Tạo sự tin nhiệm với nhà cung cấp;**
- **Quản lý các nhà cung cấp;**

Chương 6: Quản trị vật tư

6.4.3 Chiến lược và chiến thuật lựa chọn nguồn cung cấp:

- Mời các nhà cung cấp tham gia ý kiến ngay từ phần thiết kế;
- Quyết định số lượng nhà cung cấp cấp và thị phần tham gia của họ;
- Quyết định lựa chọn mua tại địa phương/ trong nước /nước ngoài;
- Lựa chọn nhà cung cấp hay nhà sản xuất;
- Các yêu cầu về điều kiện cung cấp, tiêu chuẩn xem xét;
- Đánh giá khả năng, mức độ hoàn thành, khả năng tài chính, mức độ đảm bảo

★ **Chương 6: Quản trị vật tư**

6.4.4 Đánh giá nhà cung cấp tiềm năng: qua:

- **Chất lượng và công nghệ;**
- **Giá cả;**
- **Dịch vụ cung ứng/ hậu mãi;**

à Có thể thực hiện việc đánh giá thông qua:

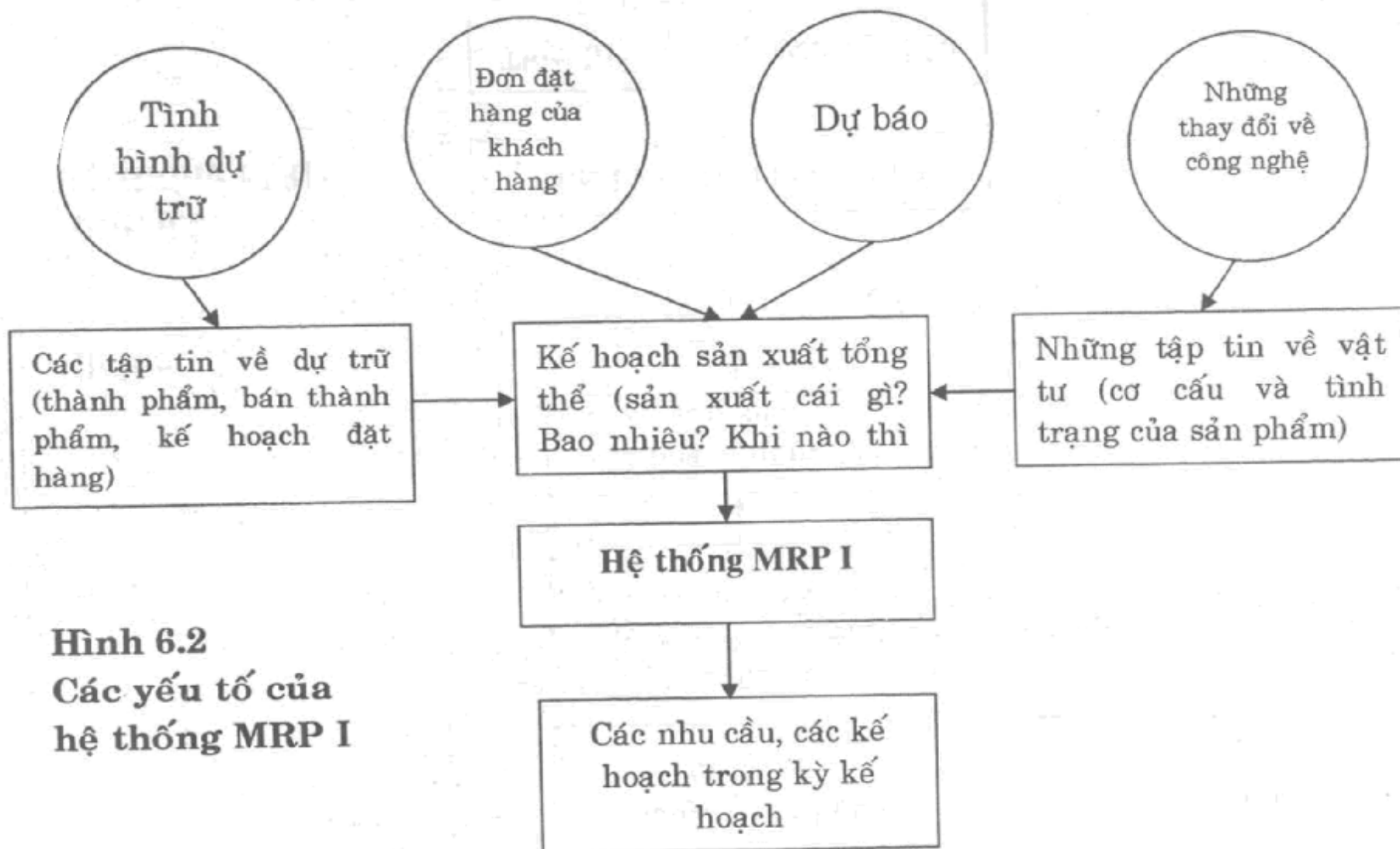
- **Phỏng vấn trực tiếp;**
- **Tìm hiểu thông tin qua các nguồn khác nhau;**
- **Điều tra**

à Cách thức:

- **Chấm điểm, cho trọng số, đánh giá đạt/không đạt;**
- **Tổng kết, lựa chọn**

★ Chương 6: Quản trị vật tư

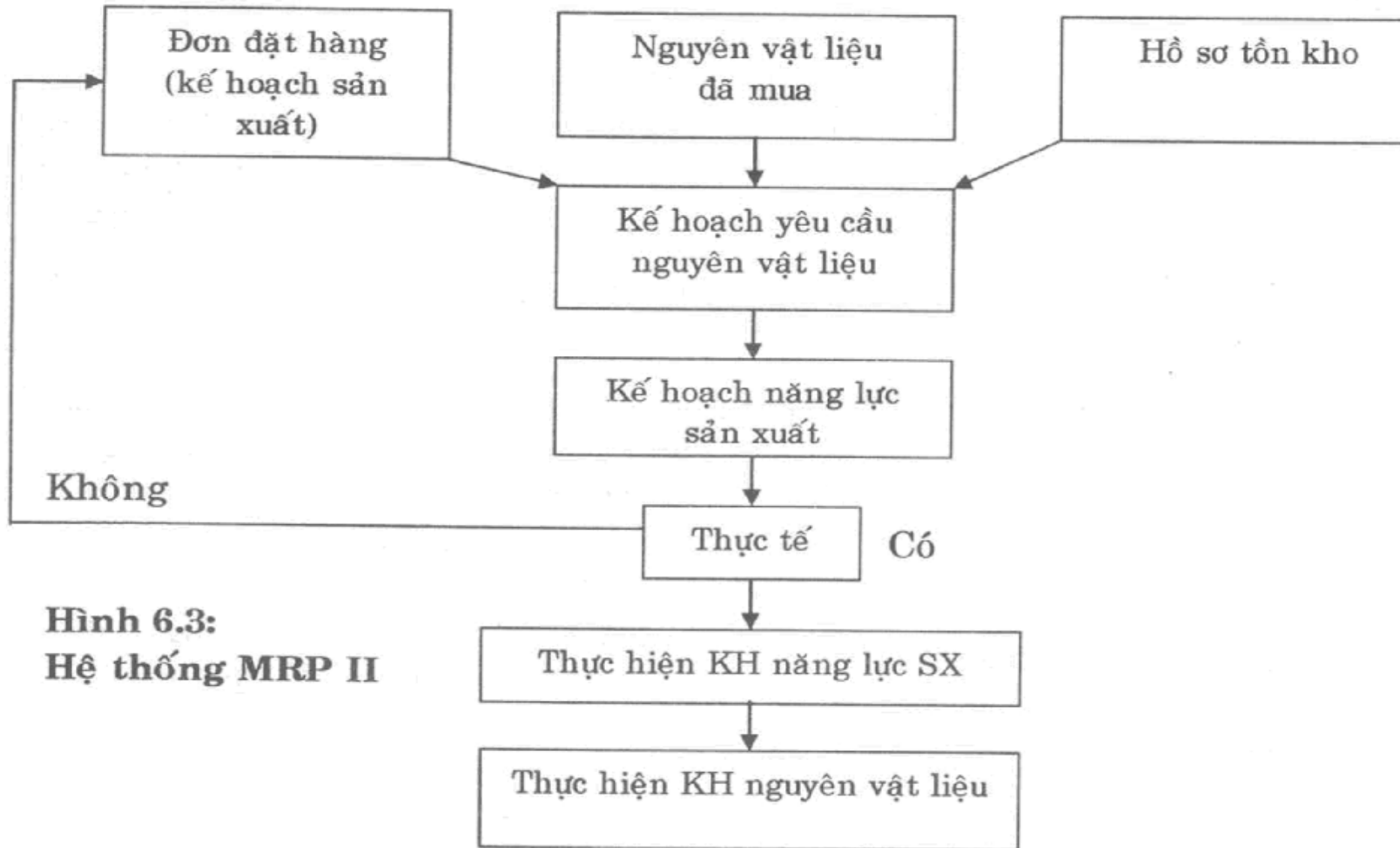
6.5. Hệ thống thông tin trong quản trị vật tư:



Hình 6.2
Các yếu tố của
hệ thống MRP I

★ Chương 6: Quản trị vật tư

6.5. Hệ thống thông tin trong quản trị vật tư:



Hình 6.3:
Hệ thống MRP II

★ Chương 6: Quản trị vật tư

6.5. Hệ thống thông tin trong quản trị vật tư:

Các hệ thống MRP – Materials Requirement Planning

- **MRP I: Kế hoạch hóa nhu cầu vật tư:**
 - + Một hệ thống máy tính;
 - + Hệ thống thông tin về kế hoạch sản xuất, diễn biến thực tế SX;
 - + Các khái niệm và triết lý quản lý
- è **Xử lý các dữ liệu và cho ra các bảng dự báo nhu cầu vật tư, kế hoạch sản xuất, kế hoạch dự trữ trong tương lai**
- **MRP II: Là phiên bản nâng cấp MRP I, ngoài các chức năng của MRP I, MRP II mở rộng sang các chức năng khác: tài chính, tiếp thị, nhân sự..**

★ Chương 6: Quản trị vật tư

Các hệ thống DRP: Distribution Requirements Planning

- DRP I: Kế hoạch hóa nhu cầu phân phối:
 - + Áp dụng cho quá trình phân phối;
 - + Có thể lập kế hoạch dự trữ hàng hóa cho từng giai đoạn;
- DRP II: Là phiên bản nâng cấp DRP I, sử dụng để phân phối tất cả các nguồn lực không chỉ vật tư

CHƯƠNG 7:

XÁC ĐỊNH & DỰ BÁO NHU CẦU VẬT TƯ

NỘI DUNG NGHIÊN CỨU

1. Xác định nhu cầu vật tư:

Nhu cầu vật tư và ý nghĩa của việc xác định nhu cầu vật tư.

Căn cứ để xác định nhu cầu vật tư.

Xác định nhu cầu vật tư.

à Ý nghĩa của việc xác định nhu cầu vật tư

2. Dự báo nhu cầu vật tư:

Các khái niệm cơ bản sử dụng trong dự báo;

Các nguồn thông tin cho dự báo;

Các phương pháp dự báo;

Áp dụng trong dự báo nhu cầu vật tư.

à Ý nghĩa của việc dự báo nhu cầu vật tư

CHƯƠNG 7

XÁC ĐỊNH NHU CẦU VẬT TƯ & DỰ BÁO NHU CẦU VẬT TƯ

7.1. Xác định nhu cầu vật tư:

7.1.1. Nhu cầu vật tư và ý nghĩa của việc xác định nhu cầu vật tư:

Kế hoạch cung cấp vật tư phản ánh toàn bộ các giải pháp giải quyết vật tư

Kế hoạch cung ứng vật tư là điều kiện, biện pháp để kế hoạch sản xuất kinh doanh được thực hiện.

Xác định nhu cầu vật tư là bước đầu tiên của việc lập kế hoạch cung ứng,

Xác định nhu cầu vật tư cho các hoạt động:

- xây dựng cơ bản;
- hoạt động nghiên cứu và phát triển;
- dự trữ.



7.1.2. Căn cứ để xác định nhu cầu vật tư:

7.1.2.1. Kế hoạch sản xuất _ kinh doanh:

Là căn cứ quan trọng để xây dựng kế hoạch cung ứng vật tư.

Bao gồm các bước sau đây:

- Tính toán sơ bộ;
- Lập kế hoạch tổng thể/ tổng hợp.
- Lập lịch trình sản xuất chi tiết.
- Phát đơn hàng/ mệnh lệnh cho từng bộ phận sản xuất trực tiếp.
- Giám sát việc thực hiện kế hoạch và hiệu chỉnh kế hoạch (nếu cần)



LƯU ĐỒ LẬP KẾ HOẠCH SẢN XUẤT





7.1.2.2. Mức và định mức sử dụng vật tư:

Mức sử dụng vật tư:

Là lượng vật tư cần thiết để làm ra một đơn vị sản phẩm.

Vật tư được chia làm 2 nhóm:

-Nhóm vật tư có chức năng làm đổi tượng lao động: nguyên liệu, vật liệu...

-Nhóm vật tư có chức năng làm tư liệu lao động: máy móc, công cụ, khí cụ...





Xây dựng và thực hiện mức sử dụng vật tư (mức sử dụng nguyên vật liệu và công suất thiết bị máy móc) trải qua các bước:

- Dự thảo và tính toán mức;
- Xét duyệt mức;
- Ban hành mức
- Tổ chức áp dụng mức trong điều kiện sản xuất cụ thể.

à Công tác định mức:

- Định mức sử dụng vật tư là một quá trình hoạt động thống nhất được tổ chức có khoa học và có kế hoạch để xây dựng mức sử dụng vật tư và áp dụng mức ấy vào sản xuất.
- Mức sử dụng nguyên vật liệu gồm 2 thành phần cơ bản: phần tạo nên thực thể sản phẩm và phần không tạo nên thực thể sản phẩm.



Công thức chung biểu diễn thành phần của mức sử dụng nguyên vật liệu:

$$\mathbf{M} = \mathbf{P} + \mathbf{H}$$

Trong đó:

M - mức sử dụng nguyên vật liệu;

P - trọng lượng tịnh của sản phẩm;

H - các hao phí liên quan đến điều kiện sản xuất ra sản phẩm.

Công thức chi tiết để biểu diễn thành phần của mức sử dụng nguyên vật liệu

$$M = P + \sum_{i=1}^n H_i + \sum_{j=1}^m H_j$$

$\sum_{i=1}^n H_i$ - Tổng các hao phí có liên quan đến điều kiện công nghệ của sản xuất;

$\sum_{j=1}^m H_j$ - Tổng các hao phí có liên quan đến điều kiện và trình độ tổ chức quản lý sản xuất;

Độ chính xác của mức sử dụng vật tư có ảnh hưởng quyết định đến độ chính xác của nhu cầu vật tư, từ đó ảnh hưởng đến toàn bộ quá trình cung ứng vật tư.

7.1.3. Xác định nhu cầu vật tư cho sản xuất:

Để xác định nhu cầu nguyên vật liệu cho sản xuất sản phẩm có công thức sau:

$$N = Q \cdot M$$

Trong đó:

N – nhu cầu nguyên liệu để sản xuất sản phẩm trong kỳ kế hoạch

Q – số sản phẩm cần sản xuất trong kỳ kế hoạch (kế hoạch sản xuất sản phẩm)

M – mức sử dụng nguyên vật liệu để sản xuất 1 đơn vị sản phẩm.

Tùy trường hợp cụ thể sẽ có các công thức phù hợp

7.1.3. Xác định nhu cầu vật tư cho sản xuất:

Trường hợp 1: khi công ty sản xuất nhiều loại sản phẩm từ cùng 1 loại nguyên vật liệu, đã xây dựng được kế hoạch sản xuất chi tiết đến từng loại sản phẩm và mức sử dụng nguyên vật liệu cho mỗi sản phẩm(mức cho sản phẩm), thì nhu cầu nguyên vật liệu sẽ được xác định theo công thức:

$$N_i = \sum_{j=1}^m Q_j \times m_{ij}$$

Trong đó :

- N_j -Nhu cầu vật tư i để thực hiện kế hoạch sản xuất của công ty;
- P_j – Số lượng sản phẩm j cần sản xuất trong kỳ kế hoạch;
- m_{ij} – Mức sử dụng vật tư i để sản xuất 1 sản phẩm j.

Trường hợp 2: Khi công ty xây dựng kế hoạch sản xuất đến từng chi tiết của từng sản phẩm và có mức sử dụng vật tư cho từng bộ phận, thì nhu cầu nguyên liệu được tính theo công thức:

$$N_i = \sum_{j=1}^m P_j \times m_{ij}$$

Trong đó:

N_i - nhu cầu vật tư i;

P_j - Số bộ phận j cần sản xuất trong kỳ kế hoạch;

m_{ij} – mức sử dụng vật tư i để sản xuất 1 bộ phận loại j

Trường hợp 3: Khi công ty xây dựng kế hoạch sản xuất đến từng chi tiết của sản phẩm và có mức sử dụng vật tư cho từng chi tiết, thì nhu cầu nguyên vật liệu sẽ được xác định theo công thức:

$$N_i = \sum_{j=1}^m S_j \times m_{ij}$$

Trong đó :

N_i -nhu cầu vật tư i;

S_j -số chi tiết loại j cần sản xuất trong kỳ kế hoạch;

m_{ij} -mức sử dụng vật tư i để sản xuất 1 chi tiết loại j.

Trường hợp 4: khi công ty sử dụng một loại vật tư để sản xuất nhiều sản phẩm hoặc nhóm sản phẩm, khi cần tính nhanh ta dùng công thức:

$$N_i = Q \times \overline{m_i}$$

Trong đó:

N_i -nhu cầu vật tư i;

Q -kế hoạch sản xuất tất cả các sản phẩm trong nhóm;

$\overline{m_i}$ -mức sử dụng trung bình loại vật tư i cho sản phẩm trong nhóm;

Trường hợp 5: khi công ty đã có kế hoạch sản xuất sản phẩm mới, nhưng chưa kịp xây dựng mức dự dụng vật tư chính xác cho sản phẩm mới, thì có thể xác định nhu cầu vật tư theo công thức:

$$N = Q \times m_{tt} \times k$$

Trong đó:

N -nhu cầu vật tư cần xác định để sản xuất sản phẩm mới;

Q -số lượng sản phẩm mới cần sản xuất trong kỳ kế hoạch;

m_{tt} -mức sử dụng vật tư để sản xuất một sản phẩm tương tự;

k -hệ số so sánh giữa sản phẩm mới với sản phẩm tương tự;

$$k = \frac{T_m}{T_{tt}}$$

T_m -Trọng lượng của sản phẩm mới;

T_{tt} -Trọng lượng của sản phẩm tương tự;

Trường hợp 6: Khi công ty chưa xây dựng được kế hoạch sản xuất chi tiết và mức sử dụng vật tư cụ thể cho từng sản phẩm. Dựa trên các chỉ tiêu tốc độ phát triển sản xuất (doanh thu hoặc sản lượng) và chỉ tiêu tiết kiệm nguyên vật liệu, ta có thể xác định nhu cầu vật tư như sau:

$$N_1 = N_0 \times K_{sx} \times K_m$$

Trong đó:

N_1 -Nhu cầu vật tư cần xác định cho kỳ kế hoạch;

N_0 -Lượng vật tư sử dụng trong kỳ báo cáo;

K_{sx} -Hệ số biểu thị tốc độ phát triển sản xuất.

$$K_{sx} = \frac{Q_1}{Q_0}$$

Q_1 -Giá trị hàng hóa sản xuất trong kỳ kế hoạch;

Q_0 -Giá trị hàng hóa sản xuất trong kỳ báo cáo;

K_m -Hệ số biểu thị sự thay đổi mức sử dụng vật tư giữa hai kỳ/ chỉ tiêu tiết kiệm vật tư.



Nhu cầu vật tư cho bán thành phẩm được xác định theo công thức:

$$N_{btf} = \sum_{j=1}^m (D_{jc} - D_{jd}) \times m_j$$

N_{btf} - Nhu cầu vật tư cho bán thành phẩm;

D_{jc} - Số sản phẩm j dở dang cuối kỳ;

D_{jd} - Số sản phẩm j dở dang đầu kỳ;

m_j - Mức sử dụng vật tư cho sản phẩm j.

7.2. Dự báo nhu cầu vật tư:

Dự báo (forecasting) là báo trước khả năng sẽ xảy ra cho kỳ tương lai.

Dự báo có vai trò đặc biệt quan trọng trong hoạt động cung ứng vật tư. Kết quả dự báo giúp:

- ò Dự báo được nhu cầu vật tư;
- ò Lập được kế hoạch cung ứng vật tư;
- ò Tính toán được lượng vật tư dự trữ cần thiết;



7.2.1. Các khái niệm cơ bản trong dự báo:

1. Tổng thể và chọn mẫu (Population and sample)
2. Các giá trị thống kê mô tả (Descriptive statistics)
3. Phân phối xác suất (Probability distributions)
4. Các phân phối chọn mẫu (Sampling distributions)
5. Ước lượng (Estimation)
6. Kiểm định giả thuyết (Hypothesis testing)
7. Kiểm định tính phù hợp (Goodness-of-fit test)



7.2.2 Các nguồn thông tin cho dự báo:

Nguồn thông tin sơ cấp (Primary);

Nguồn thông tin thứ cấp (Secondary)



7.2.2.1. Nguồn thông tin sơ cấp:

Các nguồn thông tin sơ cấp được thu thập bằng cách thực hiện các cuộc điều tra, khảo sát để có được những thông tin cần thiết phục vụ cho một quá trình dự báo nào đó.

7.2.2.2. Các nguồn thông tin thứ cấp:

Các nguồn thông tin thứ cấp là những thông tin đã được thu thập cho các mục đích khác nhau, không phải riêng cho mục đích dự báo cụ thể của người lập dự báo





7.2.3. Các phương pháp dự báo:

Các phương pháp có thể chia thành 2 nhóm:

- ®Nhóm các phương pháp dự báo định tính (qualitative techniques);
- ®Nhóm các phương pháp dự báo định lượng (quantitative techniques);

7.2.3.1. Các phương pháp dự báo định tính:

- ò Lấy ý kiến của chuyên gia (Expert opinions)
- ò Đường cong phát triển (Growth curves)
- ò Viết bối cảnh (Scenario writing)
- ò Nghiên cứu thị trường (Market research)
- ò Các nhóm tập trung (Focus groups)

7.2.3.2. Các phương pháp dự báo định lượng:

- ò Các phương pháp định lượng đưa ra các dự báo dựa trên kết quả xử lý các số liệu trong quá khứ.
- ò Các phương pháp dự báo định lượng hay còn gọi là dự báo thống kê.

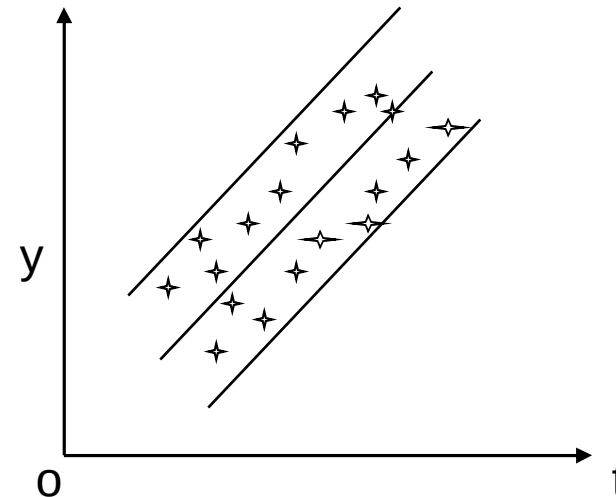
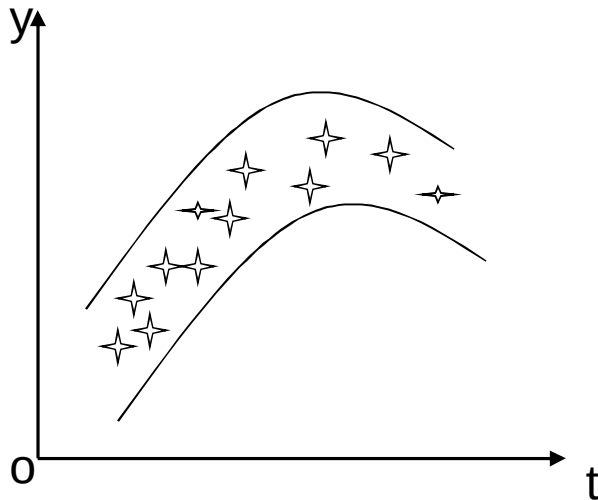
7.2.4. Áp dụng phương pháp dự báo thống kê để dự báo nhu cầu vật tư:

Các bước phân tích hồi quy (regressions) – phân tích tương quan – đơn giản được áp dụng trong dự báo nhu cầu vật tư.

Bước 1: Thu thập số liệu về tình hình sử dụng loại vật tư cần dự báo nhu cầu. Lượng vật tư tính theo năm hoặc quý. Số liệu thu thập được trình bày dưới dạng bảng số, ví dụ:

Thời gian		Lượng vật tư sử dụng (y_i)
Năm	Thứ tự t_i	
1980	$t_1 = 1$	y_1
1981	$t_2 = 2$	y_2
...	...	...
2001	$t_{n-1} = n - 1$	y_{n-1}
2002	$t_n = n$	y_n
Σ	$\sum_{i=1}^n t_i$	$\sum_{i=1}^n y_i$

Bước 2: Biểu diễn các số liệu thu thập dưới dạng đồ thị điểm:



Bước 3: Chọn 1 đường qua gần điểm vẽ nhất.

Giả sử đường vẽ được là đường thẳng. Tương quan giữa 2 biến số được biểu diễn dưới dạng phương trình tuyến tính : $y = a_0 + a_1t$

Trong đó :

y - nhu cầu loại vật tư cần dự báo;

t - yếu tố (thời gian, được xác định theo năm, quý, tháng...)

a_0, a_1 - các tham số của phương trình hồi quy.

Bước 4: Xác định các tham số a của phương trình hồi quy. Dựa vào phương pháp bình phương bé nhất ta xác định được a_0, a_1 nhờ hệ phương trình:

$$\begin{cases} na_0 + a_1 \sum t = \sum y \\ a_0 \sum t + a_1 \sum t^2 = \sum yt \end{cases}$$

n – số các cặp số thu thập được.

Bước 5: Thử lại.

Bước 6: Dựa vào hàm hồi quy để dự báo nhu cầu vật tư trong kỳ kế hoạch.

à Phương trình hồi quy đơn thu được là: $y = a_0 + a_1 t$

The end



CHƯƠNG 8

VẬN TẢI

1. Vận tải và vai trò của vận tải.
2. Lựa chọn người chuyên chở và lộ trình.
3. Giao nhận hàng hóa.
4. Kiểm tra, kiểm soát quá trình vận chuyển.
5. Hàng hóa bị hư hỏng, mất mát trong quá trình vận chuyển và cách giải quyết.
6. Bốc dỡ hàng hóa - Tiền phạt bốc dỡ hàng hóa chậm.
7. Vận đơn và kiểm tra vận đơn.
8. Chiến lược vận tải.
9. Vai trò của các công ty/ bộ phận logistics trong vận tải.

8.1 . Vận tải và vai trò của vận tải.

8.1.1. Khái niệm vận tải:

- *Theo nghĩa rộng: Vận tải là một quy trình kỹ thuật nhằm di chuyển vị trí của con người và vật phẩm trong không gian.*
- *Theo nghĩa hẹp (dưới góc độ kinh tế), Vận tải là sự di chuyển vị trí của hành khách và hàng hoá trong không gian khi thoả mãn đồng thời 2 tính chất: là một hoạt động sản xuất vật chất và là một hoạt động kinh tế độc lập.*

*** Đặc điểm**

Là ngành sản xuất vật chất đặc biệt của xã hội

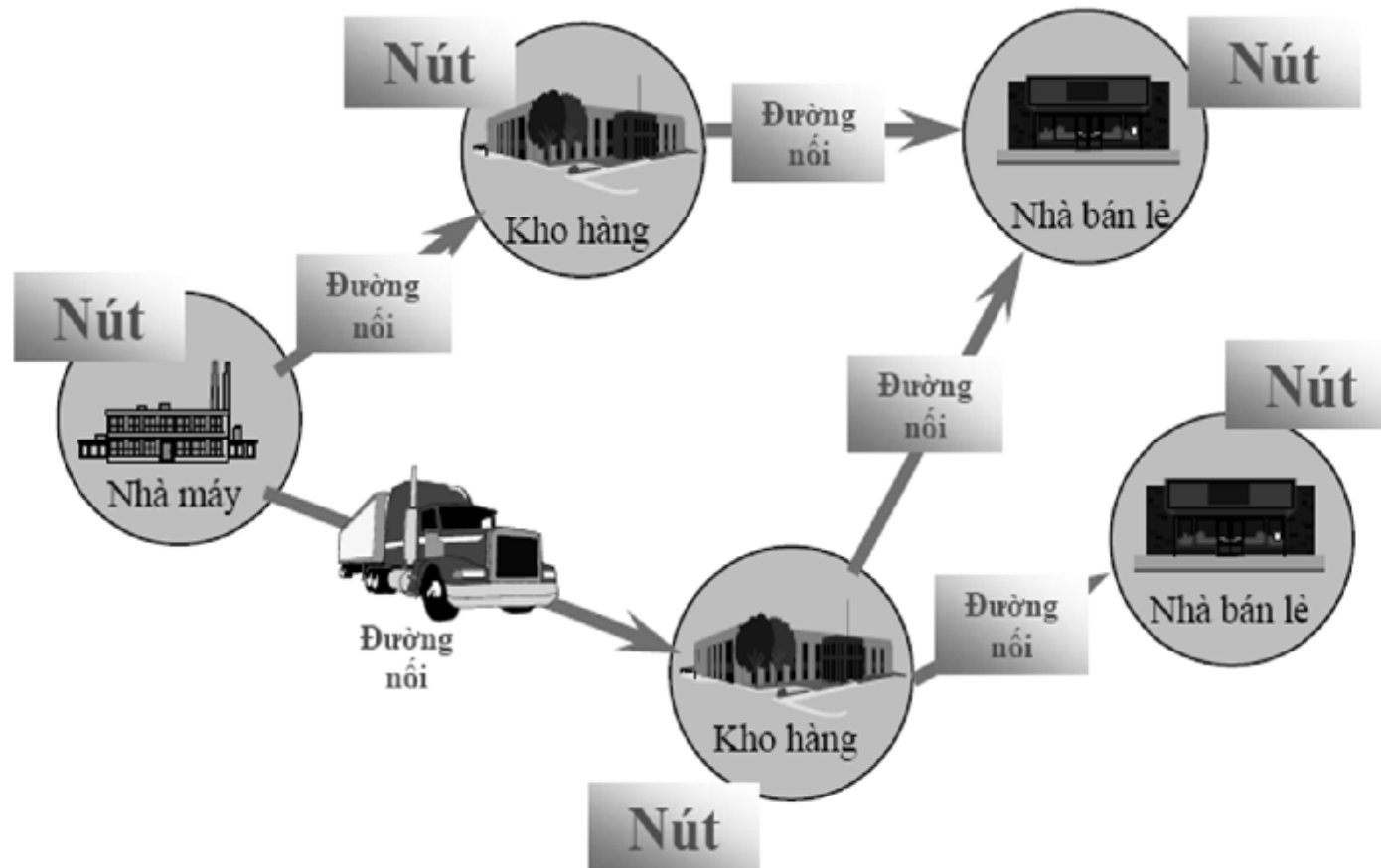
- *Là một quá trình tác động làm thay đổi về mặt không gian của đối tượng chuyên chở*
- *Không sáng tạo ra sản phẩm vật chất mới*
- *Sản phẩm vận tải không dự trữ được*
- *Giữa vận tải và giao nhận hàng hóa có mối quan hệ khăng khít.*

8.1 . Vận tải và vai trò của vận tải.

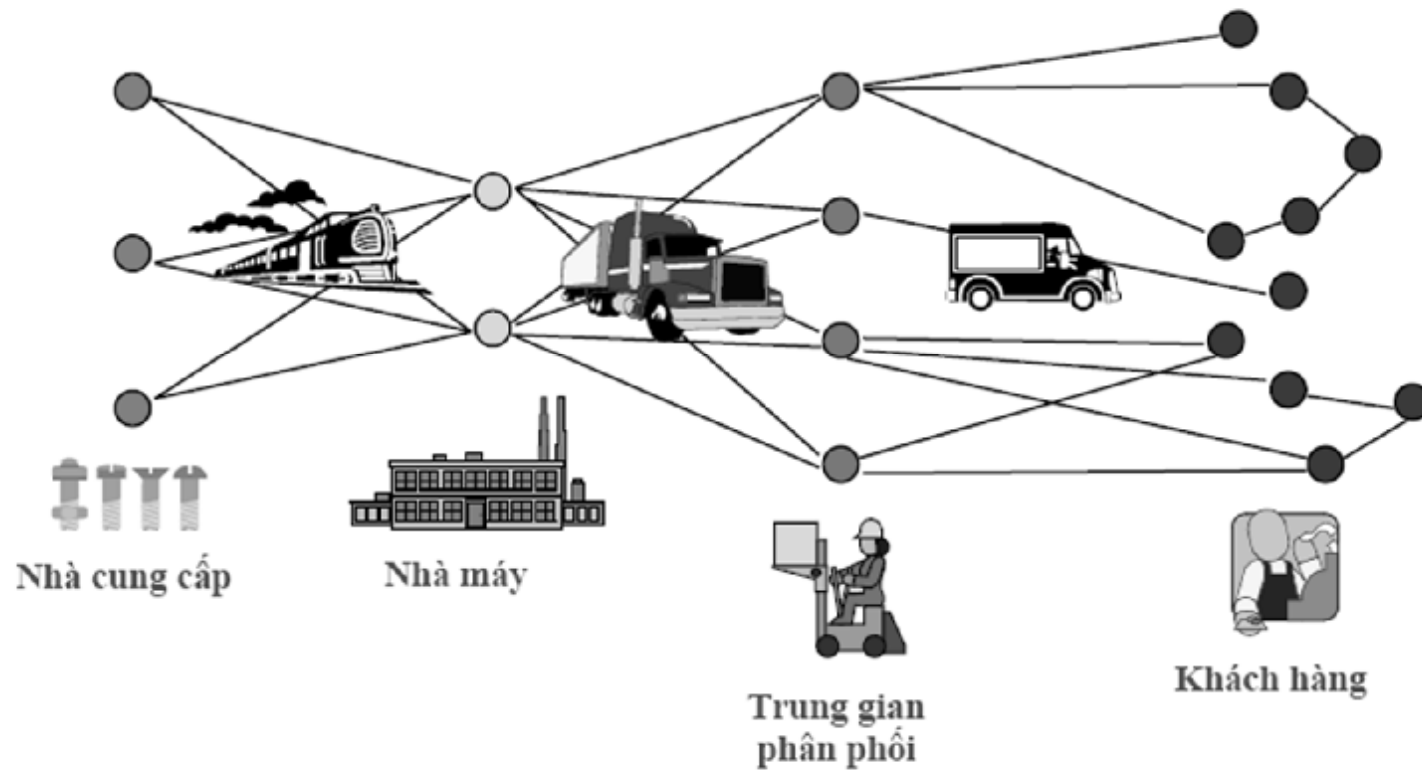
8.1.2: Vai trò của vận tải trong hoạt động logistics:

- Vận tải có vai trò đặc biệt quan trọng trong hoạt động logistics và vai trò này sẽ ngày càng tăng thêm, bởi chi phí vận chuyển chiếm tỷ trọng ngày càng lớn trong tổng chi phí logistics.
- Vận tải là hoạt động không thể thiếu trong mọi tổ chức, người ta luôn phải vận chuyển nguyên vật liệu và thành phẩm đi.

Mô hình đường nối và điểm nút



Mạng lưới cung cấp



8.2. Lựa chọn người chuyên chở và lộ trình.

Để làm việc này, cần phải:

- **Lựa chọn điều kiện giao nhận vật tư hàng hóa**
- **Lựa chọn phương thức vận tải**
- **Lựa chọn người chuyên chở**
- **Lựa chọn lộ trình ...**

8.2. Lựa chọn người chuyên chở và lộ trình.

8.2.1 Lựa chọn điều kiện giao hàng.

Trong thực tế cung ứng, có hai hình thức giao hàng chủ yếu:

- Người cung cấp mang hàng đến cơ sở người mua để giao hàng cho người mua
- Người mua đến tận cơ sở nhà cung cấp để nhận hàng.

Lựa chọn hình thức nào thì cũng phụ thuộc vào rất nhiều yếu tố:

- Tình hình thị trường;
- Giá cả ;
- Loại hàng hóa, số lượng, chất lượng, chủng loại...
- Khả năng làm thủ tục;
- Các quy định của nhà nước;
- Thế và lực của các bên...

* Các điều kiện giao hàng chủ yếu:

- Giao hàng nội địa
- Giao hàng quốc tế

8.2. Lựa chọn người chuyên chở và lộ trình.

8.2.1.1 Điều kiện giao hàng nội địa :

Trong nội địa, đặc điểm phổ biến 3 điều kiện sau:

- 1. FOB cơ sở của người Mua (địa điểm đến)**
- 2. FOB cơ sở của người Bán (địa điểm đi)**
- 3. FOB Cơ sở của người Bán, nhưng người bán đã trả trước cước vận tải nơi đến quy định.**

8.2. Lựa chọn người chuyên chở và lộ trình.

8.2.1.2 Điều kiện thương mại quốc tế (Incoterms 2000)

Gồm 13 điều kiện, được chia thành 4 nhóm:

Nội dung điều kiện :

- 1 EXW – Ex works (...named place) – Giao tại xưởng (...địa điểm quy định)
- 2 FCA – Free Carrier (...named place) – Giao cho người chuyên chở (...địa điểm quy định)
- 3 FAS – Free Alongside Ship (... named port of shipment) – Giao dọc mạn tàu (...cảng bốc hàng quy định)
- 4 FOB – Free On Board (...named port of shipment) – Giao lên tàu (...cảng bốc hàng quy định)
- 5 CFR – Cost and Freight (...named port of destination) – tiền hàng và tiền cước (...cảng đến quy định)
- 6 CIF – Cost, Insurance and Freight (...named port of destination) - tiền hàng, bảo hiểm và cước (...cảng đến quy định)
- 7 CPT – Carriage Paid To (...named place of destination) - Cước phí trả tới (...nơi đến quy định)

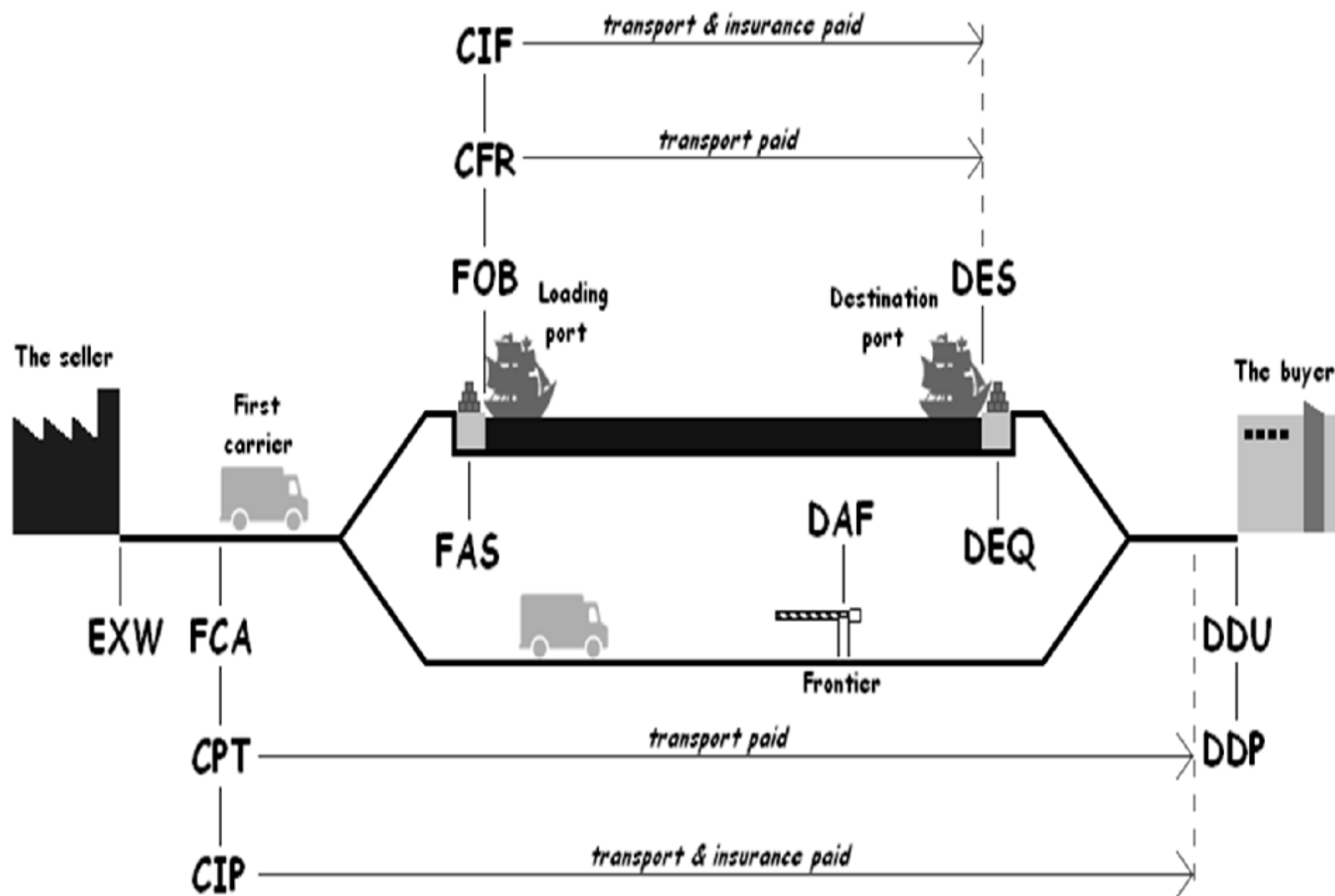
8.2.1.2 Điều kiện thương mại quốc tế (Incoterms 2000)

- 8 CIP – *Carriage and Insurance Paid To (...named place of destination) - Cước phí và bảo hiểm trả lời (... nơi đến quy định)*
- 9 DAF – *Delivered At Frontier (...named place) – Giao tại biên giới (...địa điểm quy định)*
- 10 DES – *Delivered Ex Ship (...named port of destination) – Giao tại tàu (...Cảng đến quy định)*
- 11 DEQ – *Delivered Ex Quay (...named port of destination) – Giao tại cầu cảng (...cảng đến quy định)*
- 12 DDU – *Delivered Duty Unpaid (...named place of destination) – Giao hàng chưa nộp thuế (...nơi đến quy định)*
- 13 DDP – *delivered Duty Paid (named place of destination) – Giao hàng đã nộp thuế (...nơi đến quy định)*

Từ những định nghĩa trên cho thấy: ở các điều kiện khác nhau thì quyền chỉ định phương tiện vận tải do các bên khác nhau, cụ thể:

Nhóm	Các điều kiện	Người thuê phương tiện vận tải
E	EXW	Người mua
F	FCA FAS FOB	Người mua
C	CFR CIF CPT CIP	Người bán
D	DAF DES DEQ DDU DDP	Người bán

Incoterms 2000: Transfer of risk from the seller to the buyer



8.2.2. Lựa chọn phương thức vận tải:

1. Bưu kiện được gửi qua bưu điện.
2. Bưu kiện được phát chuyển bởi tư nhân (giao tận nhà)
3. Dịch vụ xe buýt.
4. Vận chuyển bằng đường hàng không.
5. Vận chuyển bằng đường sắt, gồm:
 - + Giao nguyên toa (Carload – CL)
 - + Giao không đầy toa (less than carload – LCL)
6. Vận chuyển bằng ô tô, gồm:
 - + Giao nguyên xe (Truckload – TL)
 - + Giao không đầy xe (Less than truckload – LTL)
7. Vận chuyển thông qua các hãng giao nhận.
8. Vận chuyển bằng đường thủy ven bờ, dọc bờ biển và đường thủy nội địa.
9. Vận chuyển đa phương thức.
10. Vận chuyển bằng đường ống.

8.2.2. Lựa chọn phương thức vận tải:

Trong giao thương quốc tế, để chuyên chở hàng hóa, người bán, người mua hoặc cung cấp dịch vụ logistics có thể chọn một trong các phương thức vận tải sau:

- Đường thủy, gồm: Vận tải thủy nội địa (lưu thông trên các sông, hồ, kênh đào), vận chuyển dọc bờ và vận chuyển trên các biển, đại dương;
- Vận tải đường bộ;
- Vận tải đường sắt;
- Vận tải hàng không;
- Vận tải đường ống;
- Vận tải đa phương thức.

Mỗi phương thức vận tải đều có ưu, nhược điểm riêng. Muốn kinh doanh logistics hiệu quả cần nắm vững những đặc điểm riêng đó.



Đường bộ



Đường thủy

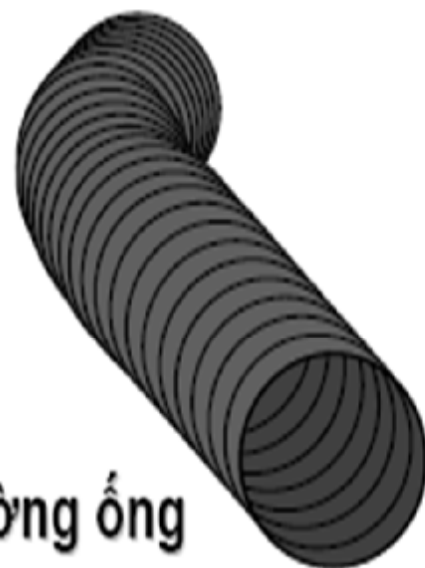
Đường sắt



Đường không



Đường ống



8.2.3. Lựa chọn các hãng vận tải:

Các hãng vận tải hình thành và phát triển ngày càng nhiều ở khắp mọi quốc gia trên trái đất. Để chọn được hãng vận tải tốt cần chú ý các yếu tố sau :

- Tổng chi phí vận chuyển (đóng gói, bao bì...)
- Dịch vụ do các hãng vận chuyển cung cấp.
- Mối quan hệ giữa hãng vận tải và người có nhu cầu vận tải.

8.3. Giao nhận hàng hóa.

8.3.1. Giao hàng cho người vận tải:

- Giao hàng rời:
- Giao hàng bằng Container:

Có hai phương thức:

- Gửi hàng FCL – full container load
- Gửi hàng LCL – less than a container load

8.3. Giao nhận hàng hóa.

Gửi hàng FCL:

Thuật ngữ FCL/FCL được hiểu là hàng xếp trong nguyên 1 container, người gửi hàng và người đóng hàng chịu trách nhiệm đóng hàng vào và dỡ hàng ra khỏi container.

Gửi hàng LCL:

Thuật ngữ LCL/LCL có thể hiểu như sau: người vận chuyển hay người giao nhận làm nhiệm vụ gom hàng - nhận nhiều lô hàng khác nhau để đóng chung vào một container - và có trách nhiệm đóng hàng vào và dỡ hàng ra khỏi container.

8.3. Giao nhận hàng hóa.

8.3.2. Nhận hàng từ người vận tải:

Hãng tàu trực tiếp đứng ra giao nhận hàng với cảng, rồi đưa hàng về vị trí an toàn ở Chủ hàng ký hợp đồng ủy thác cho cảng ở Gửi giấy báo tàu đến cho người nhận hàng ở nhận lệnh giao hàng.

Thủ tục nhận hàng:

8.3.2.1. Nhận hàng rời:

8.3.2.2. Nhận nguyên container:

- Làm đơn xin kiểm hàng tại kho riêng.
- Làm thủ tục mượn container tại hãng tàu:
- Đem bộ chứng từ:

8.3.2.3. Nhận nguyên tàu hoặc nhận hàng với số lượng lớn:

Trước khi mở hầm tàu cần có đại diện các cơ quan:

- Đơn vị nhập hàng
- Đại diện người bán (nếu có văn phòng đại diện tại Việt Nam)
- Cơ quan kiểm định hàng hoá
- Đại diện tàu, đại lý tàu
- Hải quan giám sát, hải quan kiểm hoá
- Đại diện cảng

Bảo hiểm (nếu người nhận hàng hoá có bảo hiểm bị hư hỏng)

8.3.3. Một số thuật ngữ cần lưu ý khi giao nhận hàng hóa bằng đường biển:

- Laytime: thời gian bốc dỡ hàng hoá
- Rate of loading: định mức xếp dỡ
- Stowage factor: hệ số xếp dỡ
- Bale capacity: sức chứa của tàu
- Statement of facts: biên bản bốc dỡ hàng hoá

8.4. Kiểm tra, kiểm soát quá trình vận chuyển:

Cần nắm đầy đủ và chính xác các thông tin liên quan đến quá trình vận chuyển hàng hoá và lưu giữ cẩn thận biên bản ghi nhận quá trình vận chuyển.

* Khi giao hàng theo hình thức CL/TL (Nguyên toa/nguyên xe) cần nắm:

- Tên hàng hoá, mô tả chi tiết hàng hoá
- Ngày giao hàng
- Vận đơn
- Số xe, số tàu, số toa
- Lộ trình vận chuyển
- Người gửi hàng
- Người nhận hàng
- Nơi đi
- Nơi đến
- Sự cố và cách giải quyết (nếu có).

* Khi giao hàng theo hình thức LCL/LTL cần nắm:

- Số lượng
- Khối lượng hàng
- Số vận đơn
- Địa điểm giao hàng đầu tiên

8.5. Hàng hoá bị hư hỏng, mất mát trong quá trình vận chuyển và cách

- giải quyết.
- Hàng hoá bị mất trong quá trình vận chuyển:
 - Hàng hoá bị hư hỏng trong quá trình vận chuyển:
 - + Hư hỏng dễ thấy
 - + Hư hỏng khó thấy
- * Lập hồ sơ đòi bồi thường.
- Hồ sơ gồm có:
- Đơn khiếu nại
 - Biên bản giám định

8.6. Bốc dỡ hàng hoá - tiền phạt bốc dỡ chậm.

- Bốc dỡ hàng nhanh ǀ tiến độ giao hàng nhanh
- Bốc dỡ hàng chậm ǀ bị phạt ǀ tiến độ giao hàng chậm trễ.

8.7. Vận đơn và Kiểm tra vận

đơn.

Vận đơn là chứng từ do người chuyên chở cấp cho người gửi hàng nhằm xác nhận việc hàng hoá đã được tiếp nhận để vận chuyển.

1. **Vận đơn đường biển (B/L - Bill of lading)** - Bản chất, công dụng, phân loại vận đơn đường biển:
2. Những nội dung cần lưu ý khi kiểm tra Bill of Lading (B/L) (khi thanh toán bằng L/C):

8.8. Chiến lược vận tải.

- Nghiên cứu tổng quát tình hình phát triển giao thông vận tải và giá cước vận chuyển hàng hoá trong nước và trên thế giới, có tính đến loại hàng hoá và tuyến đường/phương thức vận chuyển mà tổ chức thường sử dụng.

- Dự báo nhu cầu vật tư hàng năm

- Xác định các nhà cung cấp tiềm năng.

Trên cơ sở đó xác định được rõ tuyến đường, loại và lượng hàng hoá cần vận chuyển.

- Lựa chọn người vận tải

Để lựa chọn được người vận tải phù hợp cần thẩm định các yếu tố sau:

- Tình hình tài chính của hãng vận tải

- Năng lực vận chuyển

- các dịch vụ phụ trợ có thể cung cấp

- Uy tín của hãng vận tải

- Các chứng nhận mà hãng đã đạt được, ví dụ: ISO 9000

- Hệ thống thông tin, khả năng kiểm soát hàng hoá trên đường vận chuyển

- Cước vận chuyển

Các ưu đãi có thể:

- Xây dựng kế hoạch vận chuyển

- Ký các hợp đồng vận tải

8.9. Vai trò của các công ty/ bộ phận logistics trong vận tải.

- Giúp cho công ty/ bộ phận logistics hoàn thành tốt nhiệm vụ của mình.
- Bộ phận logistics đóng 1 vai trò đặc biệt trong vận chuyển vật tư, hàng hoá.

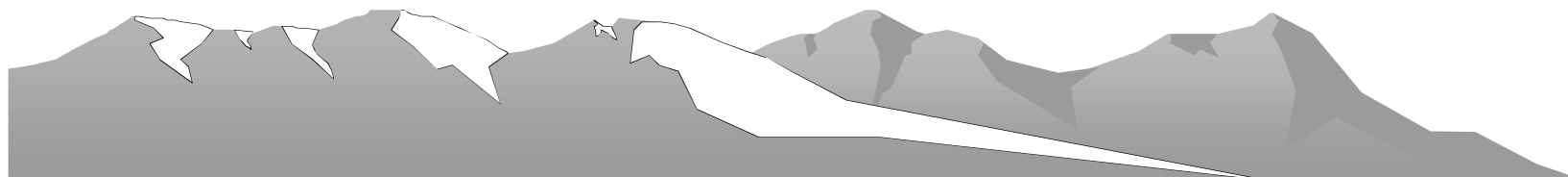
Các công ty, bộ phận logistics đóng vai trò rất tích cực trong toàn bộ quá trình vận chuyển hàng hoá.

TÓM LẠI

Vận tải là một quy trình kỹ thuật nhằm di chuyển vị trí của con người và vật phẩm trong không gian từ nơi này đến nơi khác, có vai trò đặc biệt quan trọng trong logistics. Để quá trình giao nhận hàng được thực hiện nhanh, chính xác, đúng địa điểm, thời gian và một điều quan trọng nữa là giảm tối thiểu chi phí vận tải trong phát triển logistics, chúng ta không thể không tính đến chi phí, kế hoạch, lựa chọn người vận chuyển...

CHƯƠNG 9: KHO BÃI

- 1. Kho bãi và vai trò của kho bãi.**
- 2. Chức năng của kho bãi.**
- 3. Mối liên hệ giữa kho với các bộ phận khác.**
- 4. Các loại kho.**
- 5. Giới thiệu hệ thống kho bãi của một số công ty Logistics tại Việt Nam.**

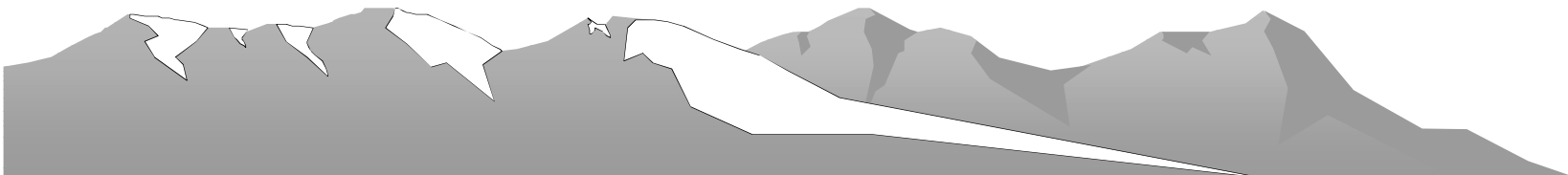


9.1. Kho bãi và vai trò của kho bãi

9.1.1. Kho bãi:

Kho bãi là một bộ phận của hệ thống Logistics, là nơi cất giữ NVL, bán thành phẩm, thành phẩm... trong suốt quá trình chu chuyển từ điểm đầu đến điểm cuối của dây chuyền cung ứng. Đồng thời cung cấp các thông tin về tình trạng, điều kiện lưu trữ và vị trí của hàng hóa được lưu kho.

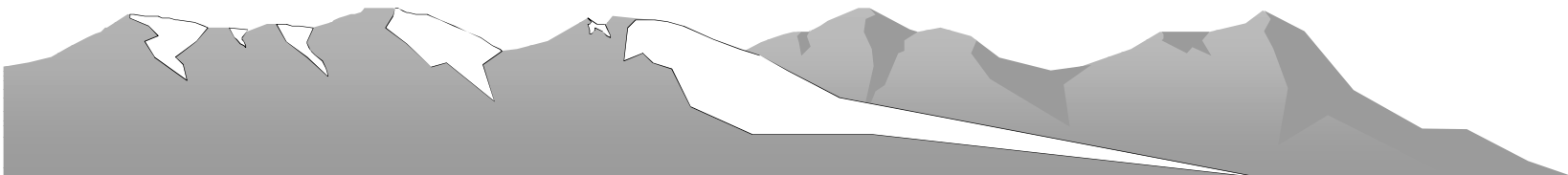
*** Kho bãi là một bộ phận không thể thiếu trong chuỗi logistics.**



9.1. Kho bãi và vai trò của kho bãi

9.1.2. Vai trò của kho bãi:

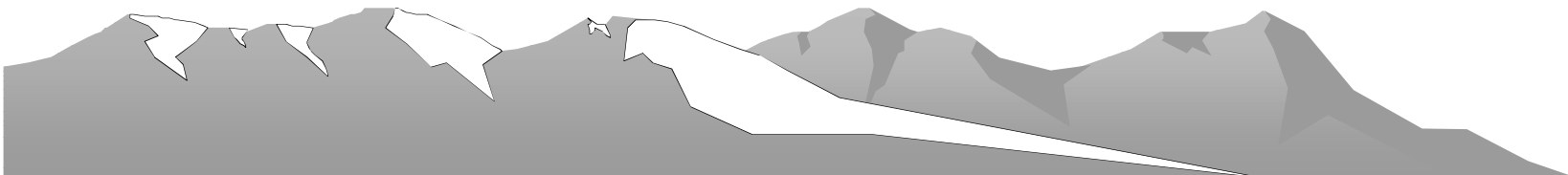
- Tiết kiệm được chi phí vận tải
- Tiết kiệm được chi phí trong sản xuất
- Tổ chức được hưởng lợi từ các khoản giảm giá do mua số lượng lớn và mua theo kỳ hạn.
- Giúp duy trì nguồn cung ứng ổn định.



9.1. Kho bãi và vai trò của kho bãi

9.1.2. Vai trò của kho bãi:

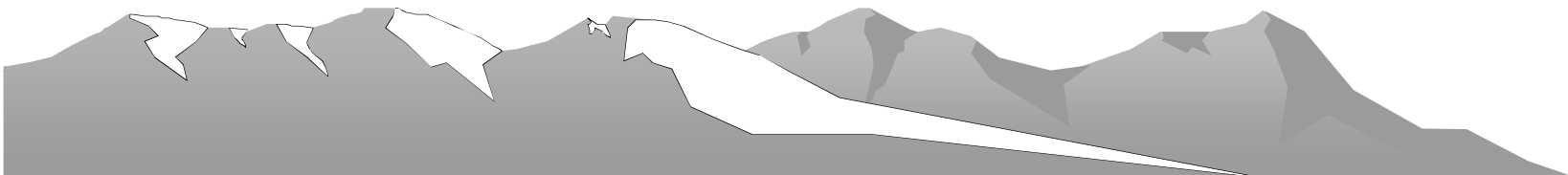
- Hỗ trợ cho chính sách dịch vụ khách hàng của tổ chức.
- Giúp tổ chức có thể đương đầu với những thay đổi của thị trường.
- Giúp vượt qua những khác biệt về không gian và thời gian giữa người sản xuất và người tiêu dùng.
- Giúp thỏa mãn được nhu cầu của khách hàng với chi phí logistics thấp nhất.
- Hỗ trợ cho các chương trình JIT của các nhà cung cấp và của khách hàng.



9.1. Kho bãi và vai trò của kho bãi

9.1.2. Vai trò của kho bãi:

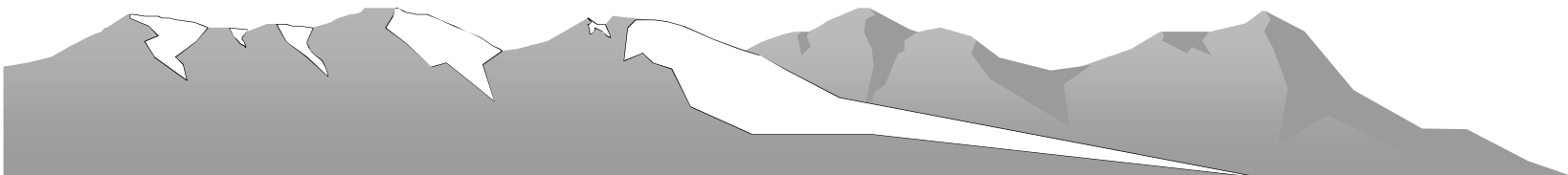
- Cung cấp cho khách hàng những sản phẩm đồng bộ, chứ không phải chỉ là những sản phẩm đơn lẻ, giúp phục vụ tốt những nhu cầu của khách hàng.
- Kho là nơi tập hợp, lưu trữ các phế liệu, phế phẩm, các bộ phận, sản phẩm thừa. Trên cơ sở đó tiến hành phân loại xử lý, tái chế. Kho là một bộ phận quan trọng giúp hoạt động “logistics ngược” thực hiện thành công.



9.2. Chức năng của kho bãi

Nếu xét theo công dụng của kho thì hệ thống kho trong một tổ chức có thể phân thành hai loại:

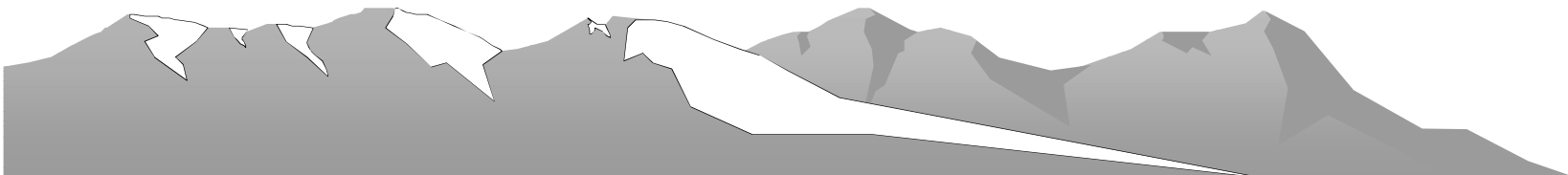
- Kho nguyên, nhiên vật liệu, phụ tùng... để cung ứng các yếu tố đầu vào của sản xuất.
- Kho thành phẩm, giúp tổ chức tiến hành phân phối giải quyết đầu ra.
- **Nhà kho ngày nay càng được sử dụng như một nơi “trung chuyển” hơn là một nơi “giam hàng”.**



9.2. Chức năng của kho bãi

* Các chức năng chính của kho:

- Hỗ trợ cho sản xuất:
- Tổng hợp sản phẩm:
- Gom hàng:
- Tách hàng thành nhiều lô nhỏ:



9.3.Mối liên hệ giữa kho với các bộ phận khác.

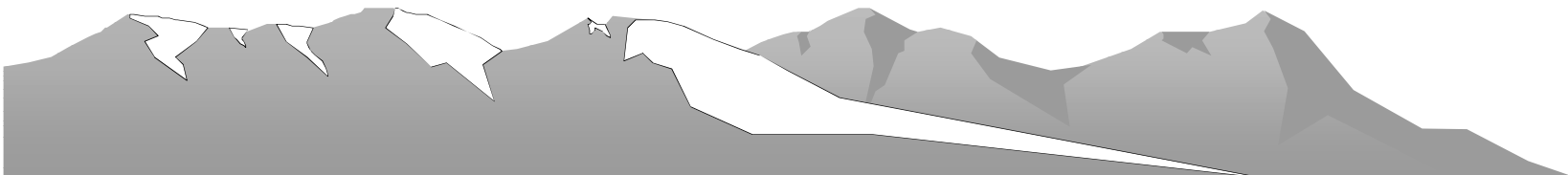
9.3.1. Mối liên hệ giữa kho với vận tải:

Bố trí hệ thống kho hợp lý ➡ tiết kiệm được chi phí vận tải.

9.3.2. Mối liên hệ giữa kho với sản xuất:

Giữa kho, chi phí quản lý kho và chi phí sản xuất có mối quan hệ mật thiết, đòi hỏi phải quan tâm nghiên cứu để tìm ra giải pháp tối ưu.

9.3.3.Mối quan hệ giữa kho với dịch vụ khách hàng: Nhờ có các kho hàng dự trữ DN mới có thể đáp ứng kịp thời nhu cầu của khách hàng.



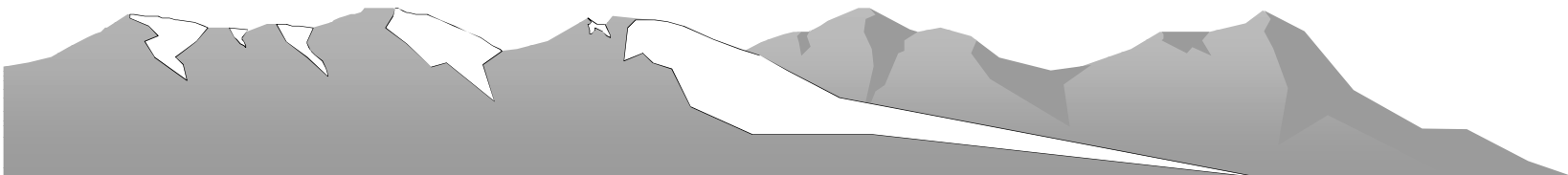
9.3.Mối liên hệ giữa kho với các bộ phận khác.

9.3.4. Mối quan hệ giữa kho và tổng chi phí logistics:

Để duy trì sự tồn tại của kho cần có một khoản chi phí nhất định. Chi phí quản lý kho và chi phí quản lý dự trữ có mối quan hệ chặt chẽ với các khoản chi phí của hoạt động logistics.

Để xây dựng chính sách kho bãi cho một tổ chức cần phải lưu ý các nhân tố:

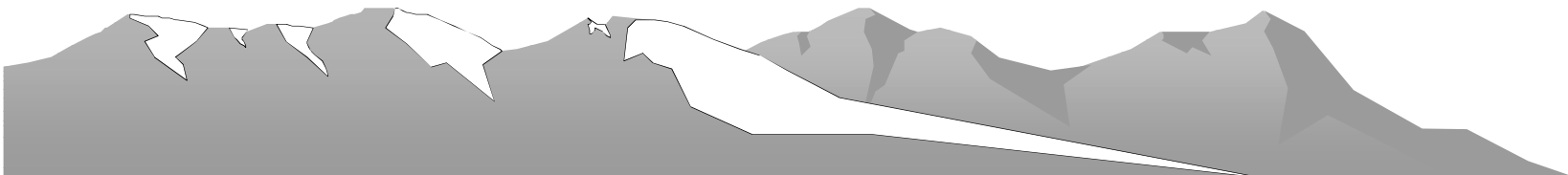
- Ngành nghề hoạt động;
- Triết lý của công ty;
- Nguồn vốn;
- Đặc điểm của sản phẩm;
- Điều kiện kinh tế;
- Khả năng cạnh tranh;
- Tính mùa vụ;
- Sử dụng chương trình JIT;
- Quy trình sản xuất đang sử dụng.



9.4.Các loại kho:

9.4.1.Cross – docking:

- Là dịch vụ kho đa năng phân loại tổng hợp, hoàn thiện hàng hóa cho người tiêu dùng.
- Các kho đa năng được bố trí trong khoảng giữa các nhà sản xuất và nơi tiêu thụ.



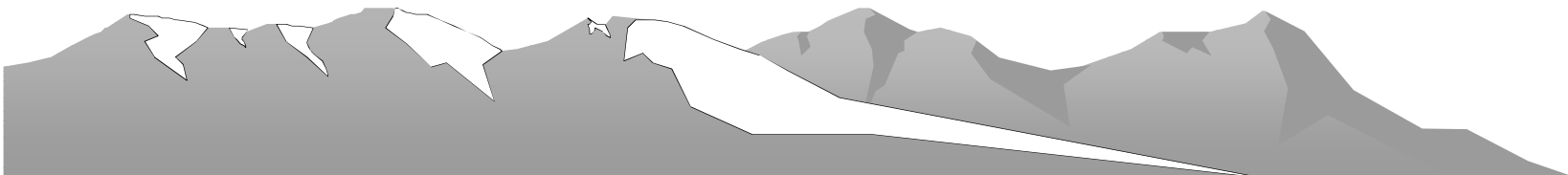
9.4.Các loại kho:

9.4.2.Kho thuê theo hợp đồng:

- Là sự thỏa thuận về lợi ích dài hạn của các bên, các bên sẽ cùng nhau chia sẻ những rủi ro trong những hoạt động chung nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ, năng suất và hiệu quả kinh doanh.

9.4.3. Các loại kho công cộng:

Kho hàng tổng hợp, kho đông lạnh, kho hải quan, kho gửi hàng cá nhân, kho đặc biệt, kho hàng rời, kho hàng lỏng.



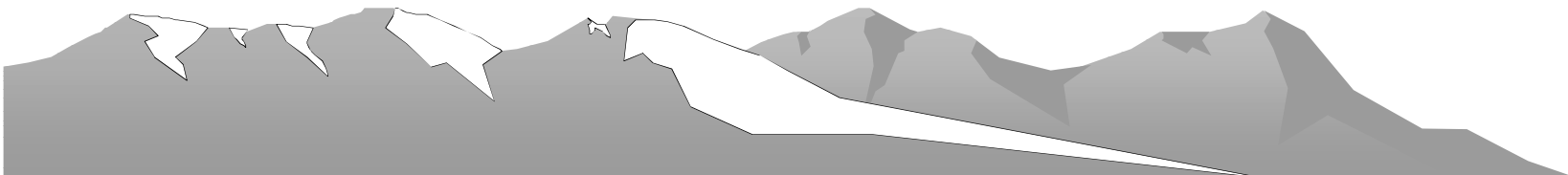
9.4.Các loại kho:

9.4.4. Kho bảo thuế:

- Là kho của chủ hàng dùng để chứa hàng hóa nhập khẩu đã được thông quan nhưng chưa nộp thuế.

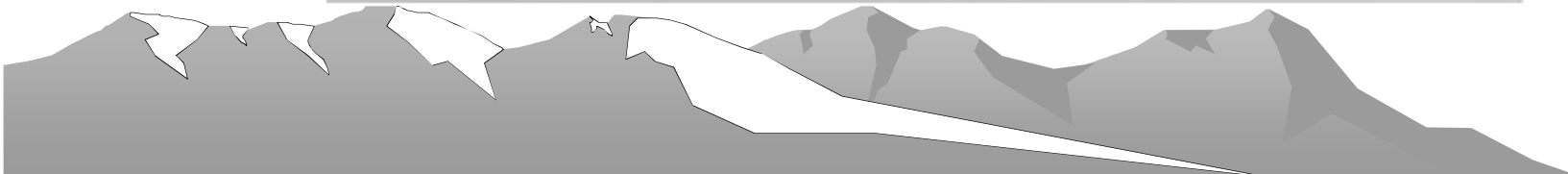
9.4.5. Kho ngoại quan:

- Kho lưu trữ hàng hóa đã làm thủ tục hải quan được gửi để chờ xuất khẩu;
- Hàng hóa từ nước ngoài đưa vào gửi để chờ xuất ra nước ngoài hoặc nhập khẩu vào Việt Nam theo quy định của pháp luật.



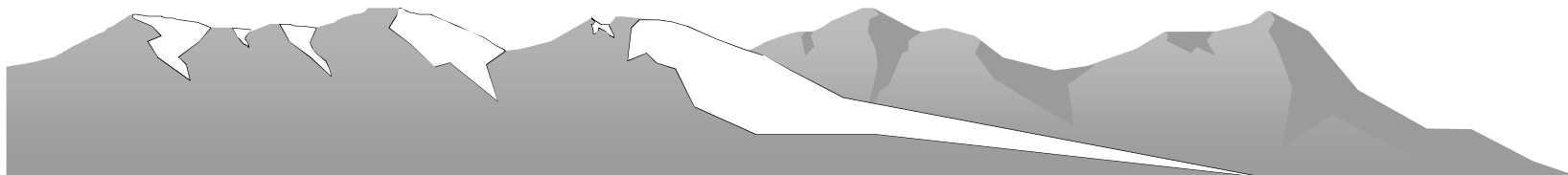
9.5. Giới thiệu hệ thống kho bãi của một số công ty Logistics tại Việt Nam:

9.5.1. Hệ thống các nhà kho của công ty Maersk Logistics Việt Nam:



9.5. Giới thiệu hệ thống kho bãi của một số công ty Logistics tại Việt Nam:

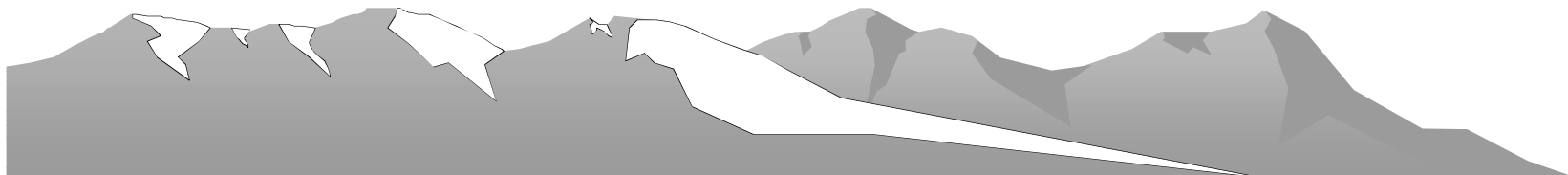
9.5.2. Hệ thống kho bãi của cảng VICT:



9.5. Giới thiệu hệ thống kho bãi của một số công ty Logistics tại Việt Nam:

9.5.2. Hệ thống kho bãi của cảng VICT:

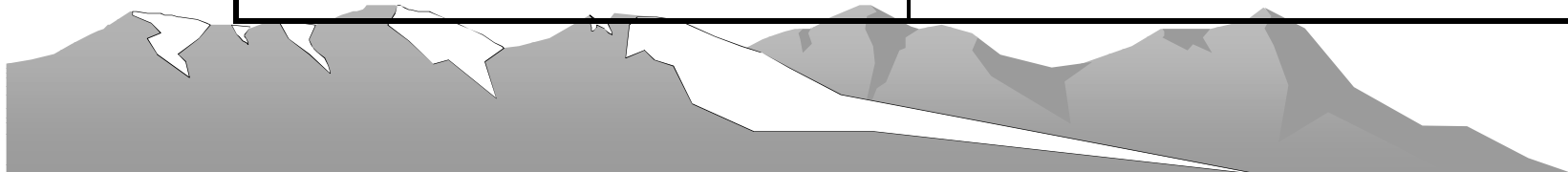
- Hệ thống cảng của VICT được thiết kế theo tiêu chuẩn quốc tế, chuyên dùng để xếp dỡ container.
- Là một trong những cảng hoạt động hiệu quả nhất Việt nam bằng hệ thống quản lý chất lượng, dịch vụ hoàn hảo.
- Cung cấp các dịch vụ về tàu biển, cảng biển, xếp dỡ container, lưu kho bãi, giao nhận hàng hóa và các dịch vụ liên quan khác.



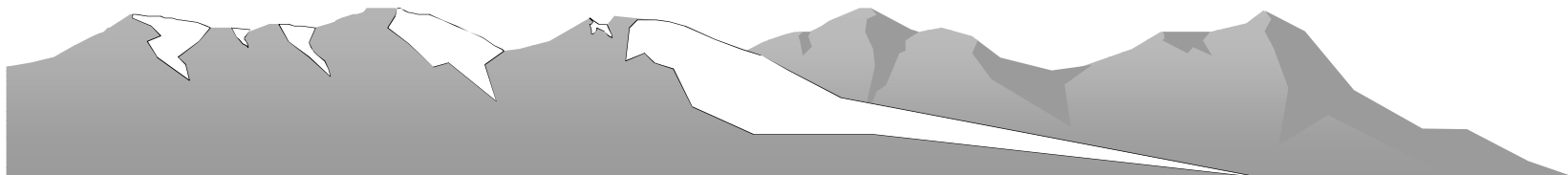
9.5. Giới thiệu hệ thống kho bãi của một số công ty Logistics tại Việt Nam:

9.5.2. Hệ thống kho bãi của cảng VICT

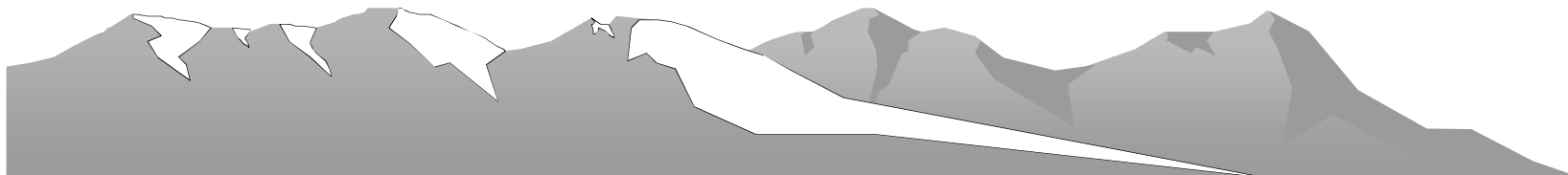
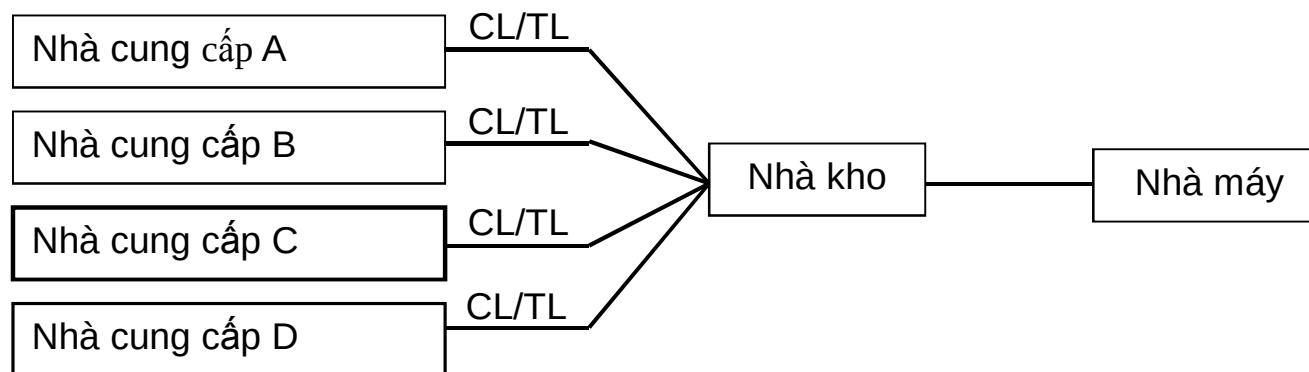
Diện tích cảng (ha)	20
Số lượng cầu tàu	04
Tổng chiều dài bến	678
Độ sâu trước bến	10
Cầu bờ chạy trên ray	07
Cầu khung bánh hơi	20
Xe xếp container đầy	05
Xe nâng container rỗng	04
Xe nâng hàng	06
Xe dầu kéo	24
Romooc	31
Chốt cắm container lạnh	370



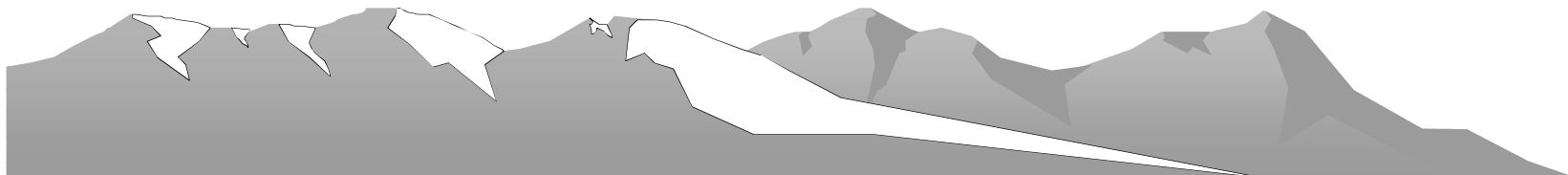
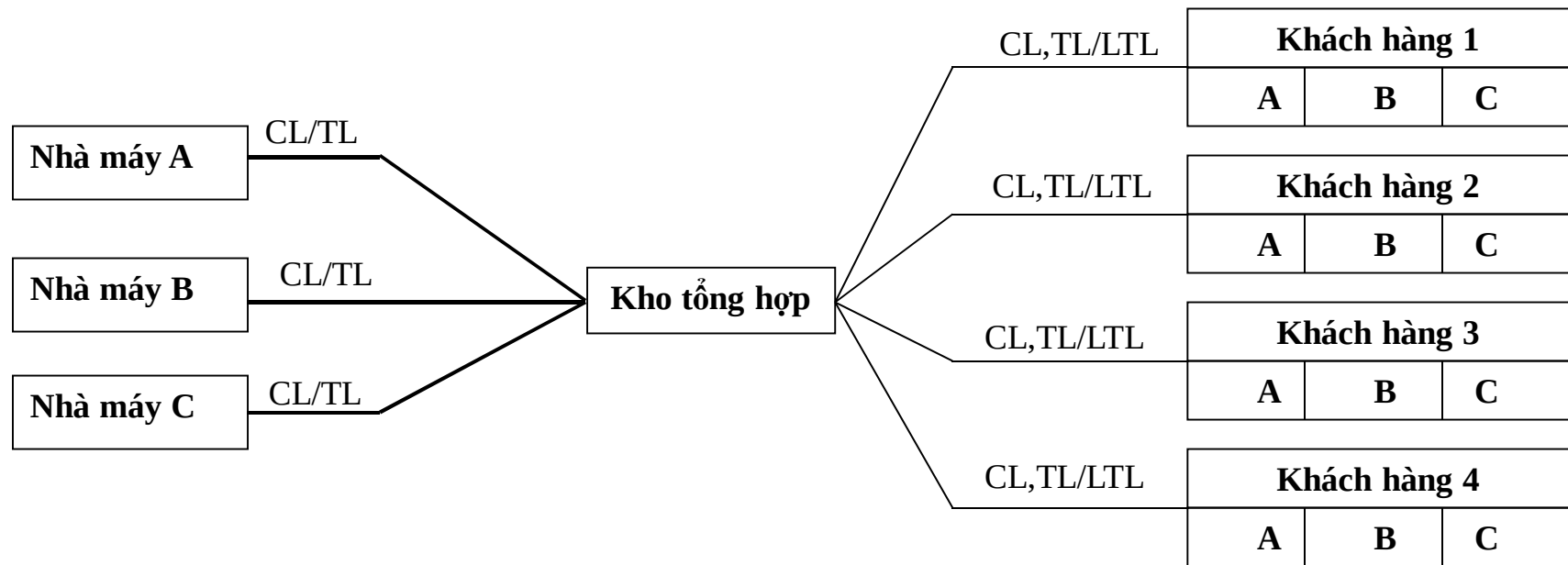
XIN CHÂN THÀNH CẢM ƠN!



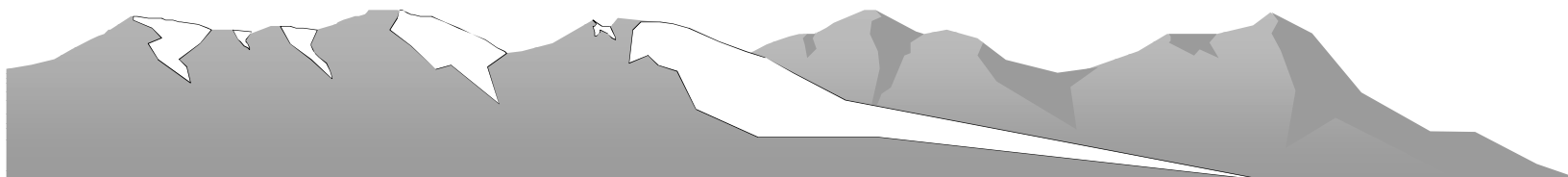
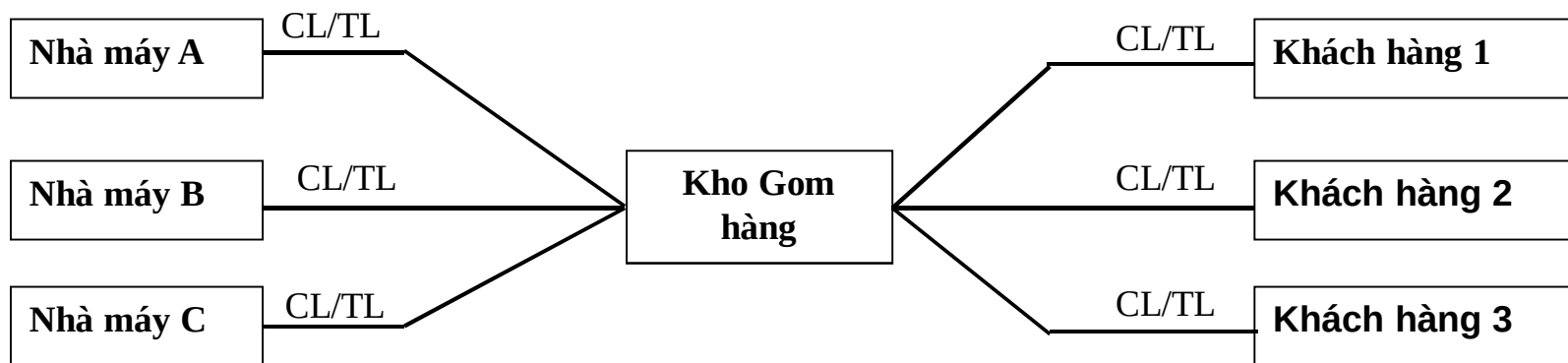
A. Kho hỗ trợ cho sản xuất:



B. Kho Tổng hợp:



C. Kho Gom hàng:



C. Kho Tách hàng:

