

MỤC LỤC

CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ LOGISTICS.....6

1.1.Các vấn đề liên quan về Logistics.....6

 1.1.1.Khái niệm.....6

 1.1.2.Bản chất.....14

 1.1.3.Quá trình ra đời và phát triển của Logistics.....18

 1.1.4.Phân loại Logistics.....19

1.2.Mối quan hệ giữa logistics – dây chuyền cung ứng – quá trình phân phối.....21

1.3.Vai trò của logistics.....25

 1.3.1.Vai trò của logistics đối với nền kinh tế.....25

 1.3.2.Vai trò của logistics đối với các doanh nghiệp.....28

1.4.Xu hướng phát triển của logistics.....31

 1.4.1.Xu hướng phát triển logistics trên thế giới.....31

 1.4.2.Xu hướng phát triển logistics ở Việt Nam.....34

1.5.Quản trị Logistics.....37

 1.5.1.Khái niệm quản trị Logistics.....37

 1.5.2.Nội dung của quản trị logistics.....38

 1.5.3.Chi phí logistics và phân tích tổng chi phí logistics.....43

Bài tập và tình huống.....48

CHƯƠNG 2: HỆ THỐNG THÔNG TIN.....52

2.1. Tầm quan trọng của hệ thống thông tin trong hoạt động logistics.....52

 2.1.1. Khái niệm hệ thống thông tin.....52

 2.1.2. Lợi ích của quản trị hệ thống thông tin logistics.....53

2.2. Những bước cải tiến của hệ thống thông tin trong hoạt động logistic.....53

 2.2.1. Chu trình đặt hàng.....53

 2.2.2. Các hoạt động logistics trong một đơn hàng.....56

 2.2.3. Quá trình đặt hàng cung cấp những thông tin quan trọng cho MIS.....57

2.3. Sử dụng hệ thống thông tin logistics để hỗ trợ sự cạnh tranh.....66

 2.3.1. Hệ thống trao đổi dữ liệu điện tử (EDI – Electronic Data Interchange)...66

 2.3.2. Mã vạch – Bar coding.....71

 2.3.3. Điểm bán hàng POS (point – of – sale).....73

 2.3.4. Đáp ứng nhanh (QR – Quick response) và đáp ứng khách hàng một cách hiệu quả (ECR – Efficient consumer response).....75

2.4. Giới thiệu một số ứng dụng hệ thống thông tin.....77

 2.4.1. Ứng dụng trao đổi dữ liệu điện tử tại Hải quan Indonesia.....77

 2.4.2. Hệ thống thông tin quản lý ở Tân Cảng Sài Gòn.....80

Bài tập.....83

CHƯƠNG 3: DỰ TRỮ.....84

3.1. Khái niệm dự trữ.....84

3.2. Nguyên nhân của hình thành dự trữ.....85

3.3. Phân loại dự trữ.....88

 3.3.1. Theo vị trí của hàng hóa trên dây chuyền cung ứng.....88

 3.3.2. Phân loại theo nguyên nhân hình thành.....90

 3.3.3. Phân loại theo công dụng.....92

 3.3.4. Phân loại theo giới hạn của dự trữ.....92

 3.3.5. Phân loại theo thời hạn dự trữ.....92

 3.3.6. Phân loại theo kỹ thuật phân tích ABC.....93

3.4.Quản trị dự trữ.....95

| | |
|--|------------|
| 3.4.1. Chi phí dự trữ..... | 95 |
| 3.4.2. Các mô hình dự trữ..... | 98 |
| 3.4.2.1. Mô hình đặt hàng tối ưu EOQ..... | 98 |
| 3.4.2.2. Mô hình đặt hàng theo sản xuất (POQ – Production Order Quantity Model)..... | 101 |
| 3.4.2.3. Mô hình dự trữ tối thiểu (BOQ – Back Order Quantity Model)..... | 102 |
| 3.4.2.4. Mô hình khấu trừ theo số lượng (QDM – Quantity Discount Model)..... | 102 |
| Bài tập..... | 104 |
| CHƯƠNG 4: QUẢN TRỊ VẬT TƯ..... | 109 |
| 4.1. Những khái niệm liên quan đến quản trị vật tư..... | 109 |
| 4.1.1. Quản trị cung ứng..... | 109 |
| 4.1.1.1. Mua sắm..... | 109 |
| 4.1.1.2. Thu mua..... | 111 |
| 4.1.2. Quản trị vật tư..... | 113 |
| 4.1.3. Mục đích của quản trị vật tư..... | 116 |
| 4.2. Quy trình nghiệp vụ cung ứng vật tư..... | 117 |
| 4.2.1. Xác định nhu cầu vật tư..... | 118 |
| 4.2.2. Lựa chọn nhà cung cấp..... | 119 |
| 4.2.3. Lập đơn hàng, ký hợp đồng cung ứng..... | 121 |
| 4.2.4. Tổ chức thực hiện đơn đặt hàng/ hợp đồng cung ứng..... | 130 |
| 4.2.5. Nhập kho – bảo quản – cung cấp cho các bộ phận có nhu cầu..... | 141 |
| 4.3. Hệ thống thông tin trong quản trị vật tư..... | 142 |
| 4.3.1. Các hệ thống MRP..... | 142 |
| 4.3.2. Các hệ thống DRP..... | 146 |
| Bài tập..... | 149 |
| CHƯƠNG 5: VẬN TẢI..... | 150 |
| 5.1. Khái niệm..... | 150 |
| 5.2. Vai trò của vận tải..... | 151 |
| 5.2.1. Vai trò đối với nền kinh tế quốc dân..... | 151 |
| 5.2.2. Vai trò đối với Logistics..... | 152 |
| 5.3. Mối liên hệ giữa vận tải và các yếu tố trong hệ thống logistics..... | 153 |
| 5.3.1. Vận tải và Marketing..... | 153 |
| 5.3.2. Vận tải và kho bãi..... | 153 |
| 5.3.3. Vận tải và quản trị..... | 153 |
| 5.3.4. Vận tải và phân phối..... | 154 |
| 5.3.5. Vận tải và vấn đề thời gian..... | 154 |
| 5.4. Các phương thức vận tải..... | 154 |
| 5.4.1. Vận tải đường bộ..... | 154 |
| 5.4.1.1. Vận tải bằng đường sắt..... | 154 |
| 5.4.1.2. Vận tải bằng ô tô..... | 156 |
| 5.4.2. Vận tải đường biển..... | 158 |
| 5.4.3. Vận tải hàng không..... | 160 |
| 5.5. Vận tải đa phương thức..... | 161 |
| 5.5.1. Khái niệm..... | 161 |
| 5.5.2. Lịch sử ra đời và phát triển..... | 162 |
| 5.5.3. Các hình thức vận tải đa phương thức trên thế giới..... | 162 |
| 5.5.3.1. Mô hình vận tải đường biển – vận tải hàng không (Sea/Air)..... | 162 |
| 5.5.3.2. Mô hình vận tải ô tô – vận tải hàng không (Road – Air)..... | 162 |
| 5.5.3.3. Mô hình vận tải đường sắt – vận tải đường ô tô (Rail – Road)..... | 163 |

| | |
|---|------------|
| 5.5.3.4. Mô hình vận tải đường sắt – đường ô tô – đường nội thủy – đường biển (Rail/ Road / Inland Waterway/ Sea) | 163 |
| 5.5.3.5. Mô hình cầu lục địa (land – bridge) | 163 |
| 5.6.1. Lựa chọn điều kiện giao hàng | 165 |
| 5.6.1.1. Điều kiện giao hàng nội địa | 165 |
| 5.6.1.2. Điều kiện thương mại quốc tế (Incoterms): | 165 |
| 5.6.2. Lựa chọn phương thức vận tải | 166 |
| 5.6.3. Lựa chọn hãng vận tải | 166 |
| 5.7. Giao nhận hàng hóa | 167 |
| 5.7.1. Trình tự giao hàng xuất khẩu | 167 |
| 5.7.2. Trình tự nhận hàng nhập khẩu | 170 |
| 5.8. Kiểm tra, kiểm soát quá trình vận chuyển | 172 |
| 5.9. Hàng hóa bị hư hỏng, mất mát trong quá trình vận chuyển và cách giải quyết | 173 |
| 5.9.1. Hàng hóa bị mất trong quá trình vận chuyển..... | 173 |
| 5.9.2. Hàng hóa bị hư hỏng trong quá trình vận chuyển | 174 |
| 5.10. Bốc dỡ hàng hóa, cước phí và các điều khoản thưởng phạt xếp dỡ | 175 |
| 5.10.1. Cảng xếp dỡ..... | 175 |
| 5.10.2. Chi phí xếp dỡ hàng | 175 |
| 5.10.3. Cước phí và thanh toán | 175 |
| 5.10.4. Thông báo sẵn sàng NOR (Notice of Readiness)..... | 176 |
| 5.10.5. Mức xếp dỡ (Loading/ Discharging Rate): | 177 |
| 5.10.6. Thời gian xếp dỡ (Laytime hay Layday) | 177 |
| 5.10.7. Thưởng phạt về xếp dỡ (Demurage/ Despatch money: DEM/DES):..... | 178 |
| 5.10. Vai trò của các công ty/ bộ phận logistics trong vận tải | 178 |
| Bài tập | 180 |
| CHƯƠNG 6: KHO BÃI | 182 |
| 6.1. Kho bãi và vai trò của kho bãi | 182 |
| 6.1.1. Khái niệm | 182 |
| 6.1.2. Vai trò của kho bãi..... | 183 |
| 6.2. Chức năng của kho bãi | 184 |
| 6.2.1. Hỗ trợ sản xuất..... | 184 |
| 6.2.2. Tổng hợp sản phẩm | 185 |
| 6.2.3. Gom hàng | 185 |
| 6.2.4. Tách hàng thành nhiều lô hàng nhỏ..... | 186 |
| 6.3. Mối liên hệ giữa kho với các bộ phận khác | 187 |
| 6.3.1. Mối liên hệ giữa kho và vận tải..... | 187 |
| 6.3.2. Mối liên hệ giữa kho với sản xuất..... | 187 |
| 6.3.3. Mối liên hệ giữa kho với dịch vụ khách hàng..... | 188 |
| 6.3.4. Mối liên hệ giữa kho và tổng chi phí logistics..... | 188 |
| 6.4. Các loại kho | 188 |
| 6.4.1. Cross – docking..... | 189 |
| 6.4.2. Kho thuê theo hợp đồng..... | 190 |
| 6.4.3. Các loại kho công cộng..... | 190 |
| 6.4.4. Kho bảo thuế..... | 191 |
| 6.4.5. Kho ngoại quan..... | 191 |
| 6.5. Địa điểm xây dựng kho hàng hóa | 192 |
| 6.5.1. Mặt vĩ mô..... | 192 |
| 6.5.2. Mặt vi mô..... | 193 |

| | |
|---|------------|
| 6.5.3. Những yêu cầu khi xác định vị trí kho hàng | 194 |
| 6.6. Nghiệp vụ kinh doanh kho hàng | 197 |
| 6.6.1. Nghiệp vụ nhận hàng hóa ở kho | 197 |
| 6.6.1.1. Nhiệm vụ của việc nhận hàng..... | 197 |
| 6.6.1.2. Nguyên tắc nhập hàng ở kho..... | 197 |
| 6.6.1.3. Tổ chức nghiệp vụ nhận hàng ở kho. | 198 |
| 6.6.2. Nghiệp vụ xuất hàng ở kho | 200 |
| 6.6.2.1. Nhiệm vụ của nghiệp vụ xuất hàng..... | 200 |
| 6.6.2.2. Các hình thức giao hàng..... | 200 |
| 6.6.2.3. Nguyên tắc xuất hàng..... | 201 |
| 6.6.2.4. Tổ chức nghiệp vụ xuất hàng. | 202 |
| 6.6.3. Nghiệp vụ bảo quản hàng hóa | 203 |
| 6.6.3.1. Lựa chọn kho và phân bố hàng hóa trong kho..... | 203 |
| 6.6.3.2. Định vị, định lượng hàng hóa trong kho. | 204 |
| 6.6.3.3. Kê lót và chất xếp hàng hóa trong kho..... | 205 |
| 6.6.3.4. Điều hòa nhiệt độ và độ ẩm trong kho. | 209 |
| 6.6.3.5. Thường xuyên kiểm tra chăm sóc hàng hóa và vệ sinh kho. | 211 |
| Bài tập | 213 |

MỤC LỤC HÌNH VÀ BẢNG

Hình 1.1: Chuỗi rộng các sản phẩm.....6

Hình 1.2: Các hoạt động tạo nên các đầu ra.....7

Hình 1.3: Chu trình của cung ứng và nhu cầu.....8

Hình 1.4: Đường đi của Logistics.....8

Hình 1.5: Một dây chuyền cung ứng hiện đại.....22

Hình 1.6: Các thành phần quản trị và.....27

Sơ đồ 1: Cân đối chi phí trong Marketing và Logistics.....29

Hình 1.7: Ảnh hưởng của logistics đến ROA.....31

Hình 1.6: Hoạt động logistics tác động đến chi phí logistics.....43

Hình 1.8: Quan hệ giữa tổng chi phí logistics và số lượng kho hàng.....45

Hình 2.1: Toàn bộ chu trình đặt hàng – trên góc độ khách hàng.....54

Hình 2.2: Chu trình đặt hàng khi có những thay đổi.....55

Hình 2.4: Dòng thông tin theo kiểu truyền thống.....60

Hình 2.5: Dòng thông tin giao dịch điện tử.....61

Hình 2.6: Sơ đồ lập đơn hàng trong hệ thống.....62

Hình 2.7: Sơ đồ hệ thống quản lý vật tư bằng máy tính.....63

Hình 2.8: Dòng chu chuyển thông tin của logistics.....65

Hình 2.3: Đường đi của một đơn hàng.....56

Hình 2.11: phần mềm tạo bar code.....72

Hình 2.12: Ứng dụng của barcode để quản lý kho hàng.....73

Hình 2.9: Cách thức hoạt động của hệ thốngEDI.....68

Hình 2.10: Hoạt động của hệ thống EDI truyền thống và hiện đại.....69

Sơ đồ 2: dòng chu chuyển Logistics.....88

Hình 3.2: Chi phí quản trị dự trữ.....96

Bảng 3.1: Chi phí phát sinh trong hoạt động dự trữ.....97

Hình 3.1: Phân loại dự trữ theo kỹ thuật phân tích ABC.....93

Hình 3.3: Mô hình EOQ.....99

Hình 3.4: Cân bằng chi phí để xác định EOQ.....99

Hình 3.5: Mô hình POQ.....101

Bảng 4.1: So sánh giữa mua sắm và thu mua.....112

Hình 4.1: Mối quan hệ giữa mua hàng – thu mua – quản trị cung ứng – quản trị vật tư.....114

Bảng 4.2: So sánh quan niệm cũ và mới trong quản trị vật tư.....115

Hình 4.2: Mục đích của quản trị vật tư tích hợp.....117

Hình 4.3: Các yếu tố của hệ thống MRP I.....144

Hình 4.4: các yếu tố của hệ thống DRP II.....147

Bảng 5.2: Quyền chỉ định vận tải theo điều kiện cơ sở giao hàng.....166

Hình 6.1: Kho hỗ trợ sản xuất.....184

Hình 6.2: Kho hỗn hợp.....185

Hình 6.3: Kho gom hàng.....186

Hình 6.4: Kho tách hàng.....186

Hình 6.5: Kho cross – Docking.....189

Bảng 6.1: Xếp đống hình lập phương.....207

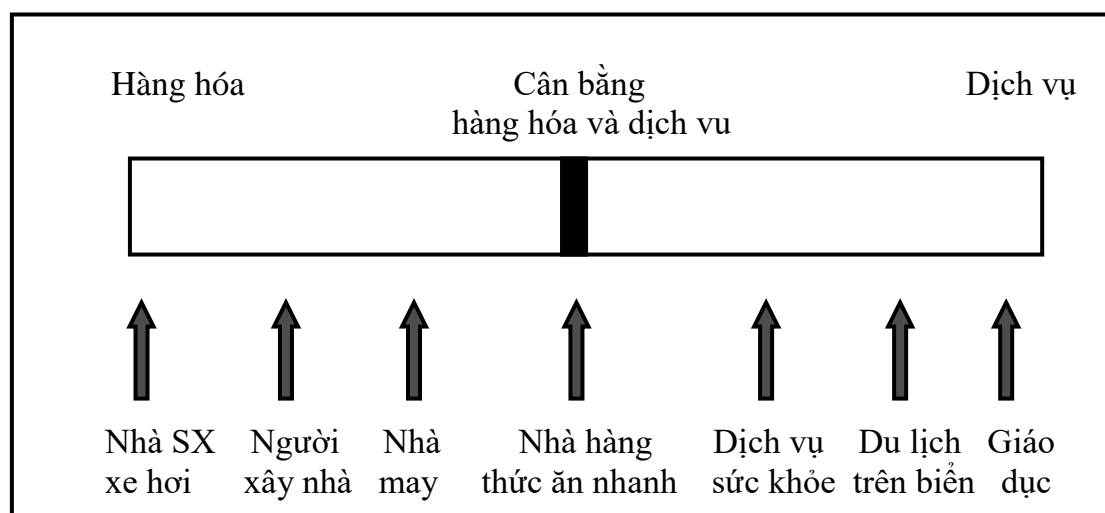
CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ LOGISTICS

1.1. Các vấn đề liên quan về Logistics.

1.1.1. Khái niệm

Theo một cách truyền thống, chúng ta thường mô tả các sản phẩm của các tổ chức, doanh nghiệp đến khách hàng của họ như là hàng hóa hay dịch vụ. Như vậy, những nhà sản xuất như Sony và Guinness làm nên các hàng hóa hữu hình, trong khi AOL và Vodafone cung cấp các dịch vụ vô hình. Sự thật là, theo quan điểm này khá là sai lầm, và mỗi sản phẩm là 1 kiện hàng phức tạp trong đó chứa đựng cả hàng hóa và dịch vụ.

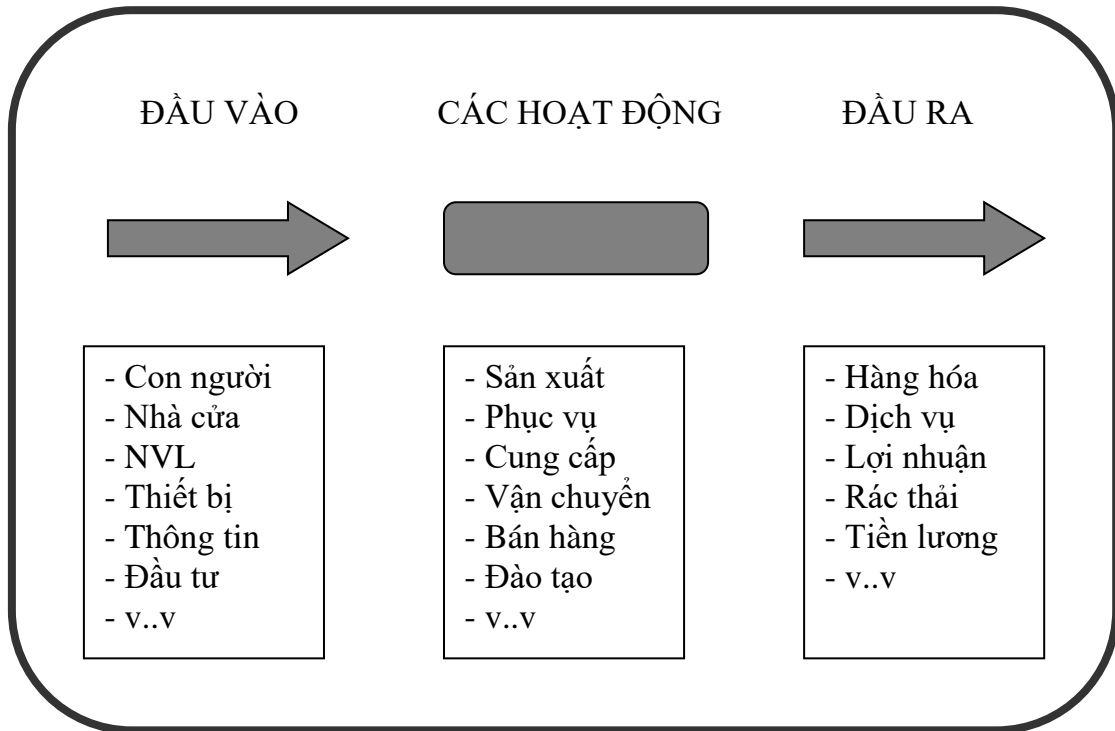
Ví dụ như hãng Ford, sản xuất xe hơi, nhưng họ cũng đưa ra các dịch vụ trong suốt quá trình bảo hành, dịch vụ sau bán hàng, phục hồi và tài chính hoàn chỉnh. Hay là hãng McDonald's cung cấp các hàng hóa kết hợp và dịch vụ khi họ bán thức ăn trong nhà hàng. Một cách chính xác hơn để mô tả sản phẩm như nằm trên một chuỗi rộng được thể hiện ở bảng 1.1:



Hình 1.1: Chuỗi rộng các sản phẩm

Tại 1 điểm kết thúc của chuỗi là những sản phẩm mà chủ yếu là hàng hóa, như là xe ô tô và các dụng cụ trong gia đình; tại điểm kết thúc khác là những sản phẩm mà chủ yếu là dịch vụ, như là bảo hiểm, giáo dục. Ở giữa của chuỗi này là những sản phẩm cân bằng như là nhà hàng và bệnh viện.

Điểm mấu chốt của một tổ chức là những cách thức hoạt động được tạo ra và phân phối các sản phẩm. Những cách thức hoạt động này mang lại sự đa dạng của các nguồn đầu vào và biến đổi chúng thành những đầu ra như mong đợi, được biểu hiện qua hình 1.2:

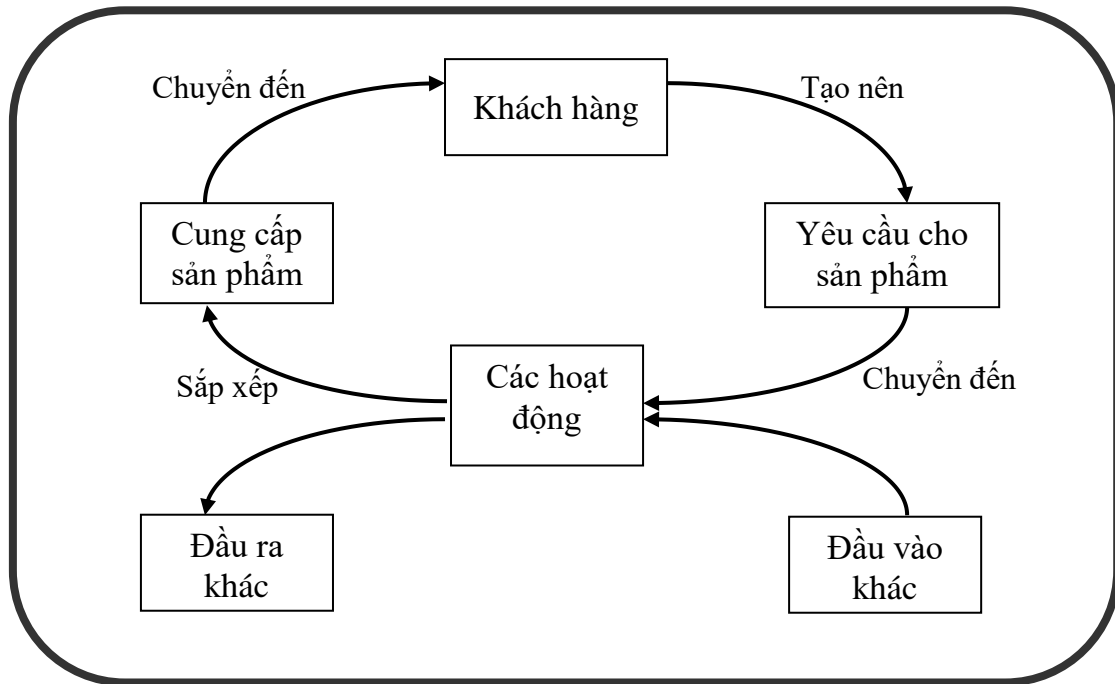


Hình 1.2: Các hoạt động tạo nên các đầu ra

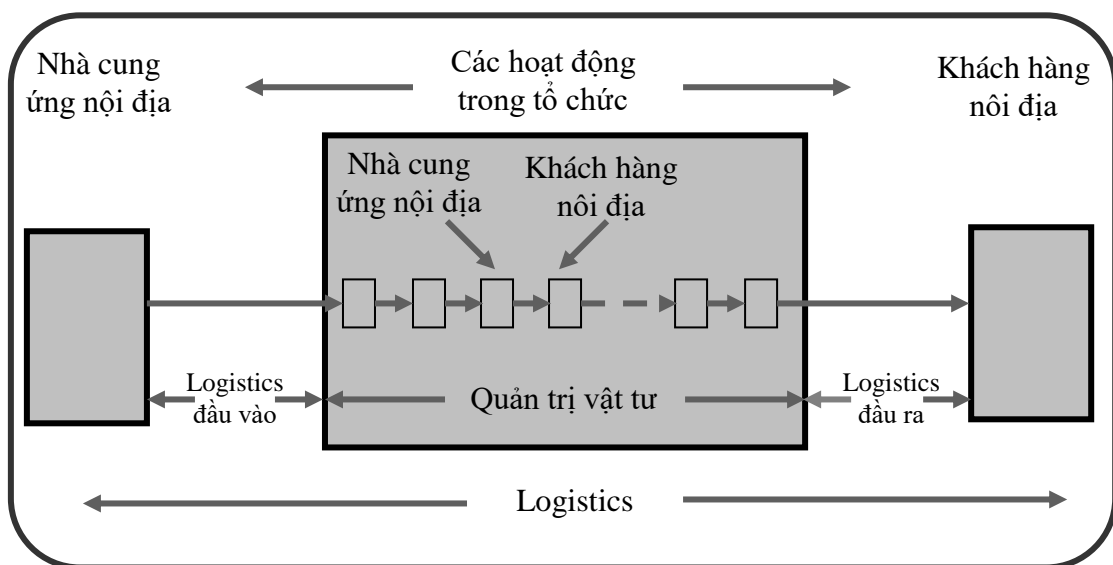
Các đầu vào bao gồm nguyên vật liệu thô, các thành phần, con người, thiết bị, thông tin, tiền và các nguồn khác. Các hoạt động bao gồm việc sản xuất, sự phục vụ, sự vận chuyển, công việc bán hàng, đào tạo,... Những cái chính của đầu ra là hàng hóa và dịch vụ. Một ví dụ, nhà hàng Golden Lion, lấy đầu vào là thức ăn, đầu bếp, nhà bếp, nhân viên phục vụ, và khu vực ăn tối; các hoạt động bao gồm sự chuẩn bị thức ăn, chế biến, và phục vụ; phần chính của đầu ra là buổi tối, dịch vụ, sự hài lòng của khách hàng,...

Những sản phẩm được tạo bởi một tổ chức là được trải nghiệm bởi khách hàng của nó, đưa ra chu trình như ở bảng 1.3. Nó thể hiện những yêu cầu phát sinh của khách hàng, với các hoạt động sử dụng các nguồn để tạo ra sản phẩm làm hài lòng khách hàng. Logistics di chuyển nguyên vật liệu quanh chu trình này. Các hoạt động thường được chia thành nhiều phần liên quan, giống như một

bệnh viện có phòng cấp cứu, phòng mổ,... Vì vậy logistics cũng di chuyển nguyên vật liệu qua nhiều bộ phận khác nhau của tổ chức, lấy từ người cung cấp nội địa và phân phối đến khách hàng nội địa (được thể hiện ở bảng 1.4). Điều này dẫn đến định nghĩa cơ bản.



Hình 1.3: Chu trình của cung ứng và nhu cầu



Hình 1.4: Đường đi của Logistics

Có rất nhiều khái niệm về logistics, và chưa có khái niệm chuẩn về thuật ngữ này:

- Trong lĩnh vực sản xuất thì: Logistics là chuỗi hoạt động nhằm đảm bảo nguyên vật liệu, máy móc, thiết bị, các dịch vụ...cho hoạt động của tổ chức hay của doanh nghiệp được tiến hành liên tục, nhịp nhàng và có hiệu quả; bên cạnh đó còn tham gia vào quá trình phát triển sản phẩm mới. Giờ đây một trong ba hướng phát triển quan trọng của quản trị chuỗi cung ứng là quản trị chuỗi/dây chuyền cung ứng.
- Dưới góc độ quản trị cung ứng: “Logistics là quá trình tối ưu hóa về vị trí, lưu trữ và chu chuyển các nguồn tài nguyên hay là 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. *(Theo tài liệu giảng dạy của World Maritime University, 1999)*

Định nghĩa này cho thấy logistics bao gồm nhiều khái niệm, cho phép các tổ chức có thể vận dụng các nguyên lý, cách nghĩ và hoạt động logistics trong lĩnh vực của mình một cách sáng tạo, linh hoạt và có hiệu quả. Để hiểu chính xác về bản chất và phạm vi ứng dụng của logistics chúng ta hãy xem xét một số khái niệm có liên quan.

Trước hết chúng ta phải xem xét từ **quá trình**. Điều đó cho thấy logistics không phải là hoạt động đơn lẻ (isolated action), mà là một chuỗi các hoạt động liên tục, có liên quan mật thiết với nhau, tác động qua lại lẫn nhau, được thực hiện một cách khoa học và có hệ thống qua các bước nghiên cứu, hoạch định, tổ chức, quản lý, thực hiện, kiểm tra, kiểm soát và hoàn thiện. Do đó, logistics là một quá trình liên quan đến nhiều hoạt động khác nhau trong cùng một tổ chức, từ xây dựng chiến lược đến các hoạt động chi tiết, cụ thể để thực hiện chiến lược. Logistics cũng đồng thời là quá trình bao trùm mọi yếu tố tạo nên sản phẩm cuối cùng.

Logistics không chỉ liên quan đến nguyên nhiên vật liệu mà còn liên quan đến tất cả nguồn tài nguyên, các yếu tố đầu vào cần thiết để tạo nên sản phẩm

hay dịch vụ phù hợp với yêu cầu của người tiêu dùng. Ở đây nguồn tài nguyên không chỉ bao gồm: vật tư, vốn, nhân lực mà còn bao hàm cả dịch vụ, thông tin, bí quyết công nghệ...

Logistics bao trùm cả hai cấp độ hoạch định và tổ chức. Cấp độ thứ nhất là các vấn đề được đặt ra là phải lấy nguyên vật liệu, bán thành phẩm, thành phẩm, dịch vụ... ở đâu?, vào khi nào? Và vận chuyển chúng đi đâu? Do vậy tại đây xuất hiện vấn đề **vị trí**. Đây cũng là điểm khác biệt cơ bản trong khái niệm logistics cổ điển và hiện đại. Cấp độ thứ hai quan tâm đến việc làm thế nào để đưa nguồn tài nguyên hay là các yếu tố đầu vào từ điểm đầu cho đến điểm cuối đây chuyên cung ứng. Từ đây nảy sinh ra vấn đề **vận chuyển và lưu trữ**. Ở Việt nam hiện nay, khi nói đến logistics người ta quá chú tâm vào cấp độ hai – tức là khâu vận chuyển và lưu trữ, mà chưa quan tâm đúng mức đến vấn đề quan trọng nguồn tài nguyên được lấy từ đâu và đưa đi đâu. Chính quan niệm sai lầm này đã làm cho người ta lầm tưởng logistics chỉ là những hoạt động trong ngành giao nhận, vận tải.

Để có thể hiểu thấu đáo bản chất của logistics cần nghiên cứu các câu hỏi cơ bản về logistics mà chúng ta thường gặp trong thực tế.

Nhóm câu hỏi thứ nhất về **vị trí tối ưu**: khi xem xét vị trí nguồn tài nguyên đầu vào, nhà quản trị logistics thường phải trả lời các câu hỏi “Ở đâu?” như:

- + Tìm nguyên vật liệu cần thiết ở đâu?
- + Tìm nguồn cung cấp năng lượng ở đâu?
- + Tìm nguồn cung cấp lao động ở đâu?
- + Tìm nguồn cung cấp máy móc, thiết bị ở đâu?
- + Đặt nhà máy và cơ sở sản xuất ở đâu?
- + Xây dựng các kho hàng và trung tâm phân phối ở đâu?
- + Xác lập chi nhánh của công ty ở đâu?
- + Lựa chọn đối tác sản xuất kinh doanh ở đâu?....

Nhóm câu hỏi thứ hai có liên quan đến **vận chuyển và dự trữ** nguồn tài nguyên đầu vào từ điểm đầu đến điểm cuối đây chuyên cung ứng, các câu hỏi đó thường là:

+ Làm thế nào để chuyển nguồn tài nguyên từ điểm A cho đến điểm B, bằng đường biển, đường không, đường sắt, đường sông hay bằng đa phương thức...?

+ Khi nào thì bắt đầu vận chuyển và thời gian vận chuyển mất bao lâu?

+ Chọn tuyến vận tải và chọn công ty vận tải nào?

+ Dự trữ có cần thiết không? Nếu cần thì dự trữ bao nhiêu?

+ Những loại hàng hóa nào cần vận chuyển đồng bộ? Với số lượng bao nhiêu thì tối ưu?

+ Việc đóng gói, dán nhãn có cần thiết không? Nếu có thì khi nào? Ở đâu? Do ai làm và làm như thế nào?....

Cùng với định nghĩa vừa được nêu và phân tích ở trên, trong thực tế tồn tại một số định nghĩa khác cũng khá phổ biến như:

- Logistics là hệ thống các công việc được thực hiện một cách có kế hoạch nhằm quản lý nguyên vật liệu, dịch vụ, thông tin và dòng chảy của vốn...nó bao gồm cả những hệ thống thông tin ngày một phức tạp có trong môi trường làm việc hiện nay.
- Logistics là sự duy trì, phát triển, phân phối/sắp xếp và thay thế nguồn nhân lực và nguyên vật liệu, thiết bị, máy móc...
- Logistics là quy trình lập kế hoạch, tổ chức thực hiện và kiểm soát quá trình lưu chuyển và dự trữ hàng hóa, dịch vụ...từ điểm xuất phát đầu tiên đến nơi tiêu thụ cuối cùng sao cho hiệu quả và phù hợp với yêu cầu của khách hàng.
- Logistics là khoa học nghiên cứu việc lập kế hoạch, tổ chức và quản lý các hoạt động cung cấp hàng hóa, dịch vụ.
- Logistics là khoa học nghiên cứu việc lập kế hoạch và thực hiện những lợi ích và công dụng của các nguồn tài nguyên cần thiết nhằm giữ vững hoạt động của toàn bộ hệ thống...

Trong đó nổi lên một số khái niệm rất đáng quan tâm:

- Theo tài liệu của Liên hiệp Quốc: Logistics là hoạt động quản lý quá trình lưu chuyển nguyên vật liệu qua các khâu lưu kho, sản xuất ra sản phẩm cho tới tay người tiêu dùng theo yêu cầu của khách hàng.

- Theo hội đồng quản trị Logistics của Mỹ (CLM) thì định nghĩa như sau: *“Quản trị Logistics là quá trình hoạch định, thực hiện và kiểm soát một cách hiệu quả chi phí lưu thông, dự trữ nguyên vật liệu, hàng tồn kho trong quá trình sản xuất sản phẩm cùng dòng thông tin tương ứng từ điểm xuất phát đầu tiên đến điểm tiêu dùng cuối cùng nhằm mục đích đáp ứng yêu cầu của khách hàng”*.
- Điều luật 223 Luật Thương Mại Việt Nam 2005: Dịch vụ logistics là một hoạt động thương mại, theo đó thương nhân tổ chức, thực hiện một hoặc nhiều công việc bao gồm nhận hàng, vận chuyển, lưu kho, lưu bãi, làm thủ tục hải quan, các thủ tục giấy tờ khác, tư vấn khách hàng, đóng gói bao bì, ghi ký mã hiệu, giao hàng hoặc các dịch vụ khác có liên quan đến hàng hóa theo thỏa thuận với khách hàng để hưởng thù lao. Dịch vụ Logistics được phiên âm theo tiếng Việt là dịch vụ Lô-gi-stíc.
- Theo quan điểm 5 đúng: *“Logistics là quá trình cung cấp đúng sản phẩm đến đúng vị trí, vào đúng thời điểm với điều kiện và chi phí phù hợp cho khách hàng tiêu dùng sản phẩm”*.
- Logistics là nghệ thuật tổ chức, thu thập, điều hành một tập hợp các hoạt động dịch vụ, sản xuất và thông tin xảy ra đồng thời, liên quan đến quá trình lưu chuyển nguyên vật liệu từ khâu mua sắm, quá trình lưu kho, sản xuất ra sản phẩm và phân phối tới người tiêu dùng.
- Hiểu theo một cách đơn giản thì: Logistics là việc đem sự vật đến đúng nơi cần đến với chi phí tối ưu và thời gian tối thiểu.

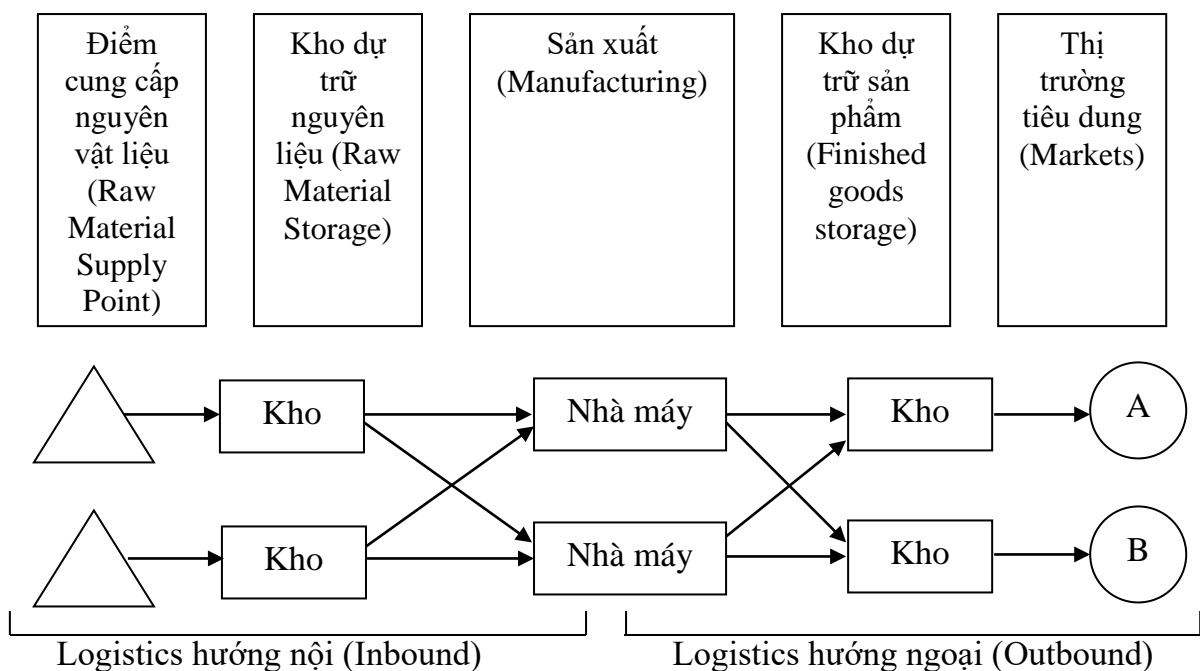
Mặc dù có nhiều điểm khác nhau nhưng các khái niệm về dịch vụ logistics có thể chia làm hai nhóm:

- *Nhóm định nghĩa hẹp*, tiêu biểu với định nghĩa của luật thương mại Việt Nam 2005, xem logistics gần như tương tự với hoạt động giao nhận hàng hóa. Tuy nhiên trong định nghĩa này vẫn là một định nghĩa mang tính mở, thể hiện ở chỗ *“hoặc các dịch vụ khác có liên quan đến hàng hóa”*. Khái niệm logistics trong một số lĩnh vực chuyên ngành cũng được xem là có nghĩa hẹp, bó hẹp trong phạm vi, đối tượng của ngành đó. Theo trường phái định nghĩa này,

bản chất của dịch vụ logistics là việc tập hợp các yếu tố hỗ trợ cho quá trình vận chuyển sản phẩm từ nơi sản xuất tới nơi tiêu thụ. Như vậy, logistics mang nhiều yếu tố vận tải, người cung cấp dịch vụ logistics theo khái niệm này không có nhiều khác biệt so với người cung cấp dịch vụ vận tải đa phương thức (multimodal transport).

- Nhóm định nghĩa thứ hai về dịch vụ logistics là nhóm có phạm vi rộng, miêu tả sự tác động từ giai đoạn tiền sản xuất cho tới khi hàng hóa tới tay người tiêu dùng cuối cùng. Như vậy thì quá trình logistics gắn liền với cả quá trình nhập nguyên nhiên vật liệu làm đầu vào cho quá trình sản xuất, công đoạn sản xuất ra hàng hóa và chu trình đưa hàng hóa vào các kênh lưu thông, phân phối để đến tay người tiêu dùng. Nhóm định nghĩa này làm phân biệt giữa các nhà cung cấp từng dịch vụ đơn lẻ như vận tải, giao nhận, khai thuê hải quan, phân phối, dịch vụ hỗ trợ sản xuất... với một nhà cung cấp dịch vụ logistics chuyên nghiệp – là người sẽ đảm nhận toàn bộ các khâu trong quá trình hình thành và đưa hàng hóa tới tay người tiêu dùng.

Khái niệm logistics theo nghĩa rộng luôn gắn liền với khái niệm chuỗi logistics – khái niệm logistics xây dựng trên cơ sở chu trình thực hiện. Chuỗi logistics có thể được biểu diễn dưới dạng lưu đồ như sau:



1.1.2. Bản chất

Một trong những vấn đề quan trọng đối với nhà sản xuất là làm thế nào để bán hàng hóa, dịch vụ tới tay người tiêu dùng với giá thành thấp nhất nhằm tăng khả năng cạnh tranh của sản phẩm. Giá bán của hàng hóa đến tay người tiêu dùng phải đảm bảo tối thiểu bù đắp các chi phí, có thể biểu đạt dưới dạng công thức như sau:

$$G \geq C1 + C2 + C3 + C4 + C5 \quad (1)$$

Trong đó:

C1: giá thành sản xuất ra hàng hóa. Đây là cơ sở cho việc xác định giá bán tại xưởng (*ex work*).

C2: chi phí hoạt động marketing

C3: chi phí vận tải

C4: chi phí cơ hội vốn cho hàng tồn trữ

C5: chi phí bảo quản hàng hóa

Chúng ta nhận thấy, C1 phụ thuộc vào công nghệ sản xuất. Vì vậy muốn hạ giá thành xuất xưởng của sản phẩm, người ta tập trung vào việc cải tiến công nghệ, bao gồm hợp lý hóa dây chuyền sản xuất nhằm nâng cao năng suất máy móc, thiết bị, lao động, sử dụng hợp lý nguyên vật liệu, năng lượng... Đây là vấn đề quan trọng mà mọi nhà sản xuất phải tính đến.

Chi phí cho hoạt động marketing C2 thường được nhà sản xuất ấn định ở mức độ nhất định nào đó và có thể kiểm soát dễ dàng.

Chi phí vận tải C3 chiếm một tỷ trọng khá lớn – một phần ba cho đến hai phần ba chi phí lưu thông phân phối. mặc dù ngành vận tải đã có những cố gắng giảm chi phí vận tải bằng những phương pháp công nghệ như vận tải hàng hóa bằng container, đóng mới các phương tiện, thiết bị có sức chở lớn, tổ chức vận tải đa phương thức,...nhưng chi phí vận tải vẫn không ngừng tăng lên do giá nhiên liệu ngày một leo thang. Điều này buộc các nhà sản xuất áp dụng nhiều biện pháp góp phần giảm chi phí vận tải. Một trong những giải pháp đó là tăng khả năng sử dụng các trang thiết bị, công cụ và phương tiện vận tải bằng cách thiết kế các sản phẩm, đóng gói bao bì hàng hóa nhằm tăng tỷ trọng chất xếp của hàng hóa (cargo density).

Chi phí cơ hội vốn C4 là suất sinh lời tối thiểu mà công ty kiếm được khi vốn không đầu tư cho hàng tồn trữ mà cho một hoạt động khác. Để đơn giản, ta giả thiết rằng mức sinh lời tối thiểu của vốn là mức lãi suất phải trả khi vay vốn của một tổ chức tài chính, cho nên C4 được xác định như sau:

$$C4 = (q_i k_v)_t [(1 + r)^t - 1] \quad (2)$$

Trong đó:

- q_i : số lượng sản phẩm cho một lần gửi hàng đi
- k_v : định mức vốn cho một đơn vị sản phẩm. Mức vốn này phụ thuộc vào công nghệ sản xuất
- $t = 1/m$: số đơn vị thời gian chịu lãi suất hàng năm của hàng tồn trữ (tháng hoặc năm).
- R : mức lãi suất phải trả cho vốn vay.

Qua công thức (2) ta thấy C4 phụ thuộc vào thị trường vốn (r), công nghệ sản xuất (k_v), và khối lượng vật tư, sản phẩm tồn trữ. Nếu r cố định và k_v cố định thì C4 tỷ lệ thuận với q_i , tức là khi q_i nhỏ bao nhiêu lần thì C4 nhỏ bấy nhiêu lần và ngược lại.

Trước đây, khi thị trường tiêu thụ còn hạn chế, số lượng sản xuất sản phẩm còn ít, mức lãi vay còn thấp, nên các nhà sản xuất ít quan tâm đến chi phí này. Ngày nay, khi thị trường tiêu thụ được mở rộng, số lượng sản phẩm nhiều lên, mức lãi suất vay cao thì chi phí này chiếm một phần đáng kể trong tổng chi phí liên quan đến hàng tồn trữ. Điều này buộc các nhà sản xuất phải có giải pháp thích hợp để giảm chi phí này. Và giải pháp đó chính là giảm khối lượng cho một lượt sản xuất và giao hàng (q_i) xuống.

Chi phí bảo quản hàng hóa C5 bao gồm chi phí thuê kho bãi, bảo quản hàng hóa, đưa hàng hóa ra vào kho, hàng bị hư hỏng, bảo hiểm cho hàng hóa.

$$C5 = q_i \cdot T_{bq} \cdot g_{lk} + q_i \cdot k \cdot g + C_{bh} \quad (3)$$

Trong đó:

- T_{bq} : thời gian bảo quản trong kho của lô hàng q_i
- g_{lk} : chi phí trung bình cho một đơn vị hàng hóa lưu kho một ngày
- k : tỷ lệ tổn thất, hư hỏng hàng lưu kho
- g : giá trị của đơn vị hàng lưu kho

- C_{bh} : chi phí bảo hiểm cho lô hàng lưu kho.

Theo công thức (3) ta thấy chi phí $C5$ có quan hệ với q_i ; nếu q_i nhỏ, thời gian tồn trữ t nhỏ, dẫn đến chi phí này nhỏ, và ngược lại.

Qua đây, chúng ta thấy để giảm giá thành hàng hóa cần phải tổ chức và kiểm soát chặt chẽ chi phí vận tải cũng như những chi phí liên quan đến lượng hàng tồn trữ (chi phí cơ hội vốn của hàng tồn trữ và chi phí bảo quản). Đây là những thành phần cơ bản của logistics. Vậy ta có:

$$C_{log} = C3 + C4 + C5 \quad (4)$$

Và công thức (1) có thể viết lại như sau:

$$G = C1 + C2 + C_{log} \quad (5)$$

Chúng ta thấy rằng: khi giảm q_i thì số lần lưu thông sẽ tăng lên vì khối lượng lưu thông Q trong một khoảng thời gian T nào đó được tính:

$$Q = \sum q_i \quad (6)$$

Như vậy, thay vì lưu thông một lần với khối lượng Q , ta giao hàng làm n lần. Ta có tổng chi phí logistics khi lưu thông khối lượng hàng Q trong thời gian T như sau:

$$\sum C_{ilog} = \sum C3 + \sum C4 + \sum C5 \quad (7)$$

Như phân tích ở trên, bằng cách tăng n ta giảm được q_i thì vẫn có $\sum C4 + \sum C5$ thấp hơn, nhưng lại phát sinh các vấn đề sau:

- Thời gian giao hàng ngắn hơn nên đòi hỏi công tác tổ chức vận tải sao cho đảm bảo, tức là dịch vụ vận tải đa phương thức phải nâng cao. Như vậy có nghĩa là chi phí vận tải sẽ tăng lên.

- Vì giao hàng nhiều đợt nên vấn đề kiểm soát hàng hóa, vật tư trong lưu thông phải chặt chẽ hơn, đòi hỏi phải có hệ thống thông tin nhanh chóng, chính xác. Chính vì vậy mà bất kỳ một hệ thống logistics nào cũng phải có một hệ thống thông tin song hành để kiểm soát kịp thời dòng dịch chuyển hàng hóa.

Qua phân tích ở trên, chúng ta thấy mấu chốt ở đây là khối lượng hàng cung ứng q_i cần phải là bao nhiêu để làm giảm $C_{log} = C3 + C4 + C5$. Đây chính là quan điểm xương sống của logistics hay chính là bản chất của logistics.

Tuy nhiên, để hiểu rõ hơn về bản chất kinh tế của logistics, một số đặc điểm cơ bản đã được đưa ra:

* *Logistics là tổng hợp của các hoạt động của doanh nghiệp trên 3 khía cạnh chính, đó là logistics sinh tồn, logistics hoạt động và logistics hệ thống.*

- Logistics sinh tồn có liên quan đến các nhu cầu cơ bản của cuộc sống. Logistics sinh tồn đúng như tên gọi của nó xuất phát từ bản năng sinh tồn của con người, đáp ứng các nhu cầu thiết yếu của con người: cần gì, cần bao nhiêu, khi nào cần và cần ở đâu. Logistics sinh tồn là bản chất và nền tảng của hoạt động logistics nói chung.

- Logistics hoạt động là bước phát triển mới của logistics sinh tồn và gắn với toàn bộ quá trình và hệ thống sản xuất các sản phẩm của doanh nghiệp. Logistics hoạt động liên quan đến quá trình vận động và lưu kho của nguyên liệu đầu vào vào trong, đi qua và đi ra khỏi doanh nghiệp, thâm nhập vào các kênh phân phối trước khi đi đến tay người tiêu dùng cuối cùng.

- Logistics hệ thống giúp ích cho việc duy trì hệ thống hoạt động. Các yếu tố của logistics hệ thống bao gồm các máy móc thiết bị, nguồn nhân lực, công nghệ, cơ sở hạ tầng nhà xưởng...

Logistics sinh tồn, hoạt động và hệ thống có mối liên hệ chặt chẽ, tạo cơ sở hình thành hệ thống logistics hoàn chỉnh.

* *Logistics hỗ trợ hoạt động của các doanh nghiệp:* Logistics hỗ trợ toàn bộ quá trình hoạt động của doanh nghiệp, ngay cả sản phẩm đã ra khỏi dây chuyền sản xuất của doanh nghiệp và đến tay người tiêu dùng. Một doanh nghiệp có thể kết hợp bất cứ yếu tố nào của logistics với nhau hay tất cả các yếu tố logistics tùy theo yêu cầu của doanh nghiệp mình. Logistics còn hỗ trợ hoạt động doanh nghiệp thông qua quản lý di chuyển và lưu trữ nguyên vật liệu đi vào doanh nghiệp và bán thành phẩm di chuyển trong doanh nghiệp.

* *Logistics là sự phát triển cao, hoàn chỉnh của dịch vụ vận tải giao nhận, vận tải giao nhận gắn liền và nằm trong logistics.* Cùng với quá trình phát triển của mình, logistics đã làm đa dạng hóa khái niệm vận tải giao nhận truyền thống. Từ chỗ chỉ thay mặt khách hàng để thực hiện các khâu rời rạc như thuê tàu, lưu cước, chuẩn bị hàng, đóng gói hàng, tái chế, làm thủ tục thông quan,...cho tới cung cấp dịch vụ trọn gói từ kho đến kho (door – to – door). Từ chỗ đóng vai trò đại lý, người được ủy thác trở thành một chủ thể chính trong

các hoạt động vận tải giao nhận với khách hàng, chịu trách nhiệm trước các nguồn luật điều chỉnh. Ngày nay, để có thể thực hiện được nghiệp vụ của mình, người giao nhận phải quản lý một hệ thống đồng bộ từ giao nhận tới vận tải, cung ứng nguyên vật liệu phục vụ sản xuất kinh doanh, bảo quản hàng hóa trong kho, phân phối hàng hóa đúng nơi, đúng lúc, sử dụng thông tin điện tử để theo dõi, kiểm tra,...Như vậy, người giao nhận vận tải trở thành người cung cấp dịch vụ logistics.

** Logistics là sự phát triển hoàn thiện dịch vụ vận tải đa phương thức:*

Trước đây, hàng hóa đi theo hình thức hàng lẻ từ nước xuất khẩu sang nước nhập khẩu và trải qua nhiều phương tiện vận tải khác nhau, vì vậy xác suất rủi ro mất mát đối với hàng hóa là rất cao, và người gửi hàng phải ký nhiều hợp đồng với nhiều người vận tải khác nhau mà trách nhiệm của họ chỉ giới hạn trong chặng đường hay dịch vụ mà họ đảm nhiệm. Tới những năm 60 – 70 của thế kỷ XX, cách mạng container trong ngành vận tải đã đảm bảo an toàn và độ tin cậy trong vận chuyển hàng hóa, là tiền đề và cơ sở cho sự ra đời và phát triển vận tải đa phương thức. Khi vận tải đa phương thức ra đời, chủ hàng chỉ phải ký một hợp đồng duy nhất với người kinh doanh vận tải đa phương thức (MTO – Multimodal Transport Operator). Người kinh doanh vận tải đa phương thức sẽ chịu trách nhiệm tổ chức thực hiện toàn bộ việc vận chuyển hàng hóa từ khi nhận hàng cho tới khi giao hàng bằng một bộ chứng từ vận tải duy nhất cho dù anh ta không phải là người vận chuyển thực tế. Như vậy người kinh doanh vận tải đa phương thức (MTO) ở đây chính là người cung cấp dịch vụ logistics. Nhưng không phải là nhà vận tải đa phương thức nào cũng là nhà cung cấp dịch vụ logistics thực thụ mà phải dựa trên nhiều tiêu chí khác nhau

1.1.3. Quá trình ra đời và phát triển của Logistics.

- Ban đầu Logistics là một từ chuyên môn trong quân đội, được hiểu với nghĩa “hậu cần” hay là “tiếp cận”. Hậu cần cho chuyển đi, hậu cần cho một hội thảo...

- Sau này, thuật ngữ Logistics được áp dụng trong các lĩnh vực kinh tế, được lan truyền từ châu lục này sang châu lục khác, từ nước này đến nước khác

và nó trở thành Logistics toàn cầu (Global Logistics)

- Theo ESCAP (Economic and social Commission for Asia and Pacific - Ủy ban kinh tế và xã hội Châu Á – Thái Bình Dương) thì Logistics phát triển qua 3 giai đoạn:

+ **Giai đoạn 1: Phân phối vật chất.** Thập niên 70 của thế kỷ 20 thì cung ứng sản phẩm vật chất hay còn gọi là Logistics đầu ra. Các hoạt động bao gồm: vận tải, phân phối, bảo quản hàng hóa, quản lý hàng tồn kho, bao bì đóng gói, phân loại, dán nhãn...

+ **Giai đoạn 2: Hệ thống Logistics.** Thập niên 89, 90 của thế kỷ 20 thì kết hợp cả 2 mặt: đầu vào (cung ứng vật tư), đầu ra (cung ứng sản phẩm) để tiết kiệm chi phí, tăng hiệu quả. Đây gọi là quá trình Logistics.

+ **Giai đoạn 3: Quản trị dây chuyền cung ứng.** Những năm cuối thế kỷ 20, thì đây là một khái niệm mang tính chiến lược quản trị chuỗi nối tiếp các hoạt động từ cung cấp – đến người sản xuất – khách hàng tiêu dùng sản phẩm, cùng với việc lập các chứng từ có liên quan, hệ thống theo dõi kiểm tra, làm tăng thêm giá trị sản phẩm.

- Quan điểm khác thì lại chia Logistics thành 5 giai đoạn:

+ Giai đoạn 1: Logistics tại nơi sản xuất (workplace logistics). Lưu chuyển vật tư, hàng hóa tại nơi sản xuất.

+ Giai đoạn 2: Logistics tại nơi tác nghiệp (facilities logistics), kết hợp các vị trí tác nghiệp.

+ Giai đoạn 3: Logistics trong doanh nghiệp (corporate logistics), kết hợp giữa các nhà sản xuất (Dell, Nike...)

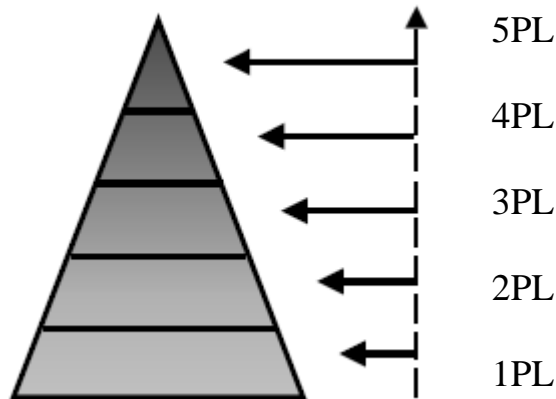
+ Giai đoạn 4: Logistics trong dây chuyền cung ứng (SCL), kết nối từ nhà cung ứng đến người tiêu dùng.

+ Giai đoạn 5: Logistics toàn cầu (global logistics), 3PL, 4PL, 5PL (e – logistics).

1.1.4. Phân loại Logistics

* *Phân loại theo các hình thức logistics*

Hiện nay trên thế giới có các hình thức sau:



- **Logistics bên thứ nhất (1PL – First Party Logistics):** người chủ sở hữu hàng hóa tự mình tổ chức và thực hiện các hoạt động logistics để đáp ứng nhu cầu của bản thân. Theo hình thức này, chủ hàng phải đầu tư vào phương tiện vận tải, kho chứa hàng, hệ thống thông tin, nhân công để quản lý và vận hành hoạt động logistics. 1PL sẽ làm phình to quy mô của doanh nghiệp và thường làm giảm hiệu quả kinh doanh, vì doanh nghiệp không có đủ quy mô để quản lý và vận hành hoạt động Logistics.

- **Logistics bên thứ hai (2PL – Second Party Logistics):** người cung cấp dịch vụ logistics bên thứ hai là người cung cấp dịch vụ cho hoạt động đơn lẻ trong chuỗi hoạt động logistics (vận tải, kho bãi, thủ tục hải quan, thanh toán...) để đáp ứng nhu cầu của chủ hàng, chưa tích hợp hoạt động logistics. Loại hình này bao gồm: các hãng vận tải đường biển, đường bộ, đường hàng không, các công ty kinh doanh kho bãi, khai thuê hải quan, trung gian thanh toán...

- **Logistics bên thứ ba (3PL – Third Party Logistics):** là người thay mặt cho chủ hàng quản lý và thực hiện các dịch vụ logistics cho từng bộ phận chức năng. Ví dụ như: thay mặt cho người gửi hàng thực hiện thủ tục xuất khẩu và cận chuyển nội địa hoặc thay mặt cho người nhập khẩu làm thủ tục thông quan và vận chuyển hàng tới địa điểm đến quy định,...Do đó 3PL bao gồm nhiều dịch vụ khác nhau, kết hợp chặt chẽ việc luân chuyển, tồn trữ hàng hóa, xử lý thông tin,...và có tích hợp vào dây chuyền cung ứng khách hàng.

- **Logistics bên thứ tư (4PL – Fourth Party Logistics):** là người tích hợp – người thứ nhất, gắn kết các nguồn lực, tiềm năng và cơ sở vật chất khoa học kỹ thuật của mình với các tổ chức khác để thiết kế, xây dựng và vận hành

các giải pháp chuỗi logistics, cung cấp giải pháp dây chuyền cung ứng, hoạch định, tư vấn logistics, quản trị vận tải,...4PL hướng đến quản trị cả quá trình logistics, như nhận hàng từ nơi sản xuất, làm thủ tục xuất nhập khẩu, đưa hàng đến nơi tiêu thụ cuối cùng.

- Gần đây, cùng với sự phát triển của Thương mại điện tử, người ta đã nói đến khái niệm **Logistics bên thứ năm (5PL)**. 5PL phát triển nhằm phục vụ cho thương mại điện tử, các nhà cung cấp dịch vụ 5PL là các 3PL và 4PL, đứng ra quản lý toàn chuỗi phân phối trên nền tảng Thương mại điện tử.

** Phân loại theo quá trình*

- **Logistics đầu vào (inbound logistics)** là các hoạt động đảm bảo cung ứng tài nguyên đầu vào (nguyên vật liệu, thông tin, vốn...) một cách tối ưu cả về vị trí, thời gian và chi phí sản xuất.

- **Logistics đầu ra (outbound logistics)** là các hoạt động đảm bảo cung cấp thành phẩm đến người tiêu dùng một cách tối ưu cả về vị trí, thời gian và chi phí nhằm đem lại lợi nhuận tối đa cho doanh nghiệp.

- **Logistics ngược (reverse logistics)** là quá trình thu hồi các phụ phẩm, phế liệu, phế phẩm, các yếu tố ảnh hưởng đến môi trường phát sinh từ quá trình sản xuất, phân phối và tiêu dùng trở về để tái chế hoặc xử lý.

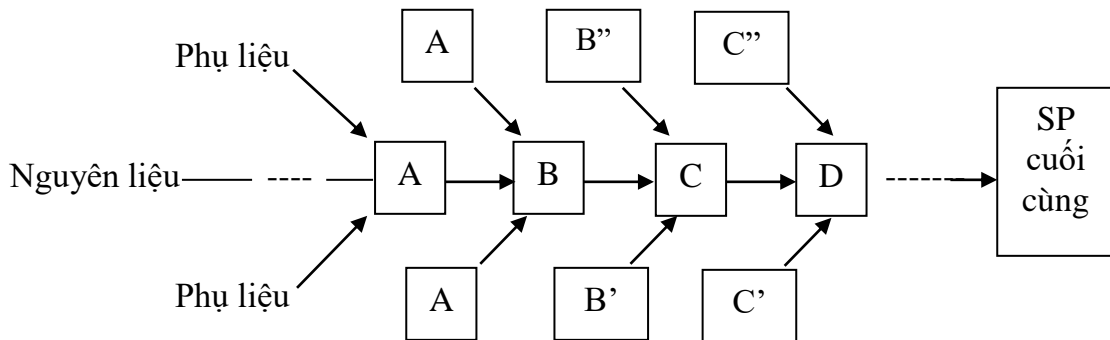
1.2. Mối quan hệ giữa logistics – dây chuyền cung ứng – quá trình phân phối

* Chúng ta đã tìm hiểu về khái niệm của logistics, thì logistics là quá trình tối ưu hóa về vị trí và thời gian, vận chuyển và dự trữ nguồn tài nguyên từ điểm đầu tiên của dây chuyền cung ứng cho đến tay người tiêu dùng cuối cùng, thông qua hàng loạt các hoạt động kinh tế.

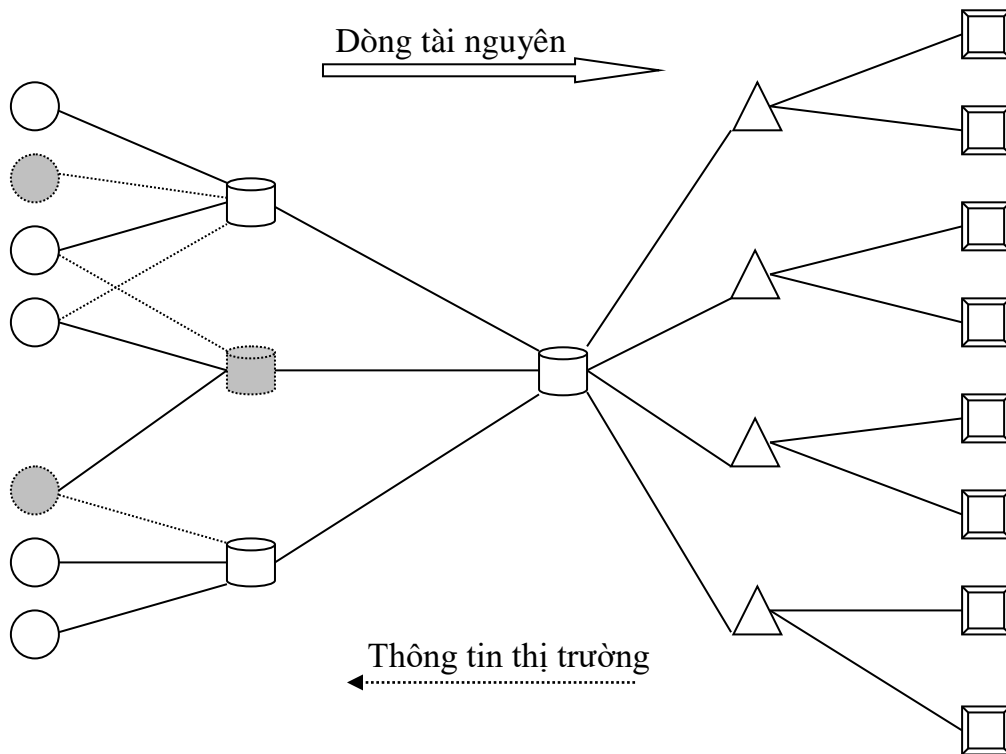
Cũng như đã trình bày thì logistics được hiểu theo nghĩa rộng, nó bao gồm: dịch vụ kinh doanh liên quan đến vận tải (đường biển, đường hàng không...), lưu kho, lưu bãi, sắp xếp hàng hóa sẵn cho quá trình vận tải, bao bì đóng gói, ghi ký mã hiệu...và phân phối đi các nơi theo yêu cầu người ủy thác.

* Cho đến thập niên thập niên 1980, khái niệm Quản trị dây chuyền cung ứng ra đời (SCM – supply chain management)

SCM được định nghĩa: “Một dây chuyền cung ứng là một mạng lưới (có thể lựa chọn) về phương tiện và phân phối để thực hiện các chức năng thu mua nguyên liệu, phụ liệu...chuyển hóa chúng thành sản phẩm trung gian và cuối cùng, rồi phân phối sản phẩm đó đến khách hàng” (Ganeshan và Harrison 95).



Hay nói cách khác thì SCM là khái niệm để chỉ quá trình sản xuất, phân phối và tiêu thụ như một quá trình liên kết, tích hợp, phụ thuộc và ảnh hưởng lẫn nhau từ nhà cung cấp, sản xuất đến người tiêu dùng cuối cùng.



Hình 1.5: Một dây chuyền cung ứng hiện đại

Ghi chú:

- : Tuyến cung cấp
- : Dòng thông tin
- : Nhà cung cấp vật liệu thô
- : Nhà cung cấp thay thế
- : Nhà máy chế biến
- ▒ : Nhà máy lựa chọn
- △ : Trung tâm phân phối
- ◻ : Nhà bán lẻ, khách hàng

Cùng với sự phát triển của sản xuất, của công nghệ thông tin, thì dây chuyền cung ứng ngày càng phức tạp, vai trò của công nghệ thông tin trong quản trị dây chuyền cung ứng ngày càng lớn. ESCAP định nghĩa quản trị dây chuyền cung ứng là tổng hợp những hoạt động của nhiều tổ chức trong dây chuyền cung ứng và phản hồi trở lại những thông tin cần thiết, kịp thời bằng cách sử dụng mạng lưới công nghệ thông tin và truyền thông kỹ thuật số (hình 1.5).

Như vậy, so với khái niệm SCM thì khái niệm logistics theo nghĩa rộng gần như tương đương. Nhưng cần chú ý rằng Logistics nhấn mạnh đến tính tối ưu của quá trình, còn dây chuyền cung ứng chỉ nói đến quá trình. Còn nếu xét riêng từng doanh nghiệp thì logistics là quá trình tối ưu hóa về vị trí và thời gian, lưu chuyển và dự trữ nguồn tài nguyên từ điểm đầu của quá trình cung ứng cho đến tay người tiêu dùng, thông qua hàng loạt các hoạt động kinh tế. Còn quản trị dây chuyền cung ứng gồm cả quá trình logistics bên ngoài doanh nghiệp, bao gồm cả khách hàng và các nhà cung cấp cấp 1, cấp 2, ..., do đó SCM là khái niệm rộng hơn logistics của một doanh nghiệp.

| Logistic | SCM |
|---|---|
| - Nhấn mạnh đến tính tối ưu của quá trình | - Chỉ nói đến quá trình |
| - Xét riêng ở doanh nghiệp: Logistics là quá trình tối ưu hóa về vị trí, thời gian, lưu chuyển và dự trữ NVL. | - Còn SCM gồm cả quá trình logistics ở bên ngoài doanh nghiệp bao gồm cả khách hàng và các nhà cung cấp |

Như vậy, SCM là khái niệm rộng hơn logistics của một doanh nghiệp

Điều này đã được hội đồng quản trị logistics Mỹ đưa ra định nghĩa: *“Logistics là một phần của dây chuyền cung ứng, thực hiện và kiểm soát dòng lưu chuyển, tồn trữ hàng hóa, dịch vụ và thông tin có liên quan một cách hiệu quả từ đầu quá trình sản xuất đến tiêu thụ để đáp ứng yêu cầu khách hàng”*.

* Quá trình phân phối: là khái niệm phản ánh sự di chuyển hàng hóa của một tổ chức hoặc người sản xuất, kinh doanh hay bất kỳ một người nào khác có hàng hóa.

+ Vận chuyển hàng hóa bằng các phương tiện khác nhau

+ Từ nước này sang nước khác, từ chỗ này sang chỗ khác.

Trong đó, có sự phối hợp giữa các hoạt động chức năng khác nhau, nhằm đảm bảo chu chuyển hàng hóa liên tục từ giai đoạn trước sản xuất đến người tiêu dùng.

Vậy, quá trình phân phối và hoạt động logistics có mối quan hệ mật thiết với nhau. Nếu thiếu 1 kế hoạch khoa học và quản lý chặt chẽ thì toàn bộ quá trình chu chuyển hàng hóa, dịch vụ sẽ không thể liên tục được. Chính vì vậy mà người ta đã ví toàn bộ quá trình phân phối là một “băng tải” hàng hóa chuyên động không ngừng dưới sự tổ chức và giám sát của công nghệ logistics. Logistics là một công nghệ quản lý, kiểm soát toàn bộ quá trình phân phối, sản xuất, tiêu thụ một cách đồng bộ, hoạt động logistics theo sát và đẩy mạnh quá trình này bằng các luồng thông tin. Đến lượt mình, những luồng thông tin này cho phép giám sát vận động thực của hàng hóa. Tổ chức dịch vụ logistics đối với toàn bộ quá trình phân phối từ khâu cung ứng đến tiêu thụ phải khớp với nhau và căn cứ vào nhu cầu thực tế hơn là nhu cầu dự đoán. Nó bao hàm một chiến lược triển khai và phát triển như sau:

- Về mặt ngắn hạn, hoạt động vận tải và bảo quản hàng hóa cũng như ra các quyết định đối với sản xuất, cung cấp và phân phối.

- Về trung hạn, là việc thành lập, phối hợp và giám sát các hệ thống quản lý phù hợp.

- Về dài hạn, việc lựa chọn các chính sách về địa điểm sản xuất, mức sản xuất, các điểm bán lẻ.

Dịch vụ logistics có thể được thực hiện nhờ có tiến bộ trong công nghệ tin học (để tập hợp thông tin), hiện đại hóa (đảm bảo tính linh hoạt cho sản xuất), và tiến bộ về thông tin liên lạc cũng như công nghệ xử lý thông tin (để hợp lý hóa hệ thống).

Quá trình logistics là một công nghệ quản lý, kiểm soát toàn bộ quá trình phân phối, sản xuất, tiêu thụ một cách đồng bộ.

1.3. Vai trò của logistics

Logistics là một chức năng kinh tế ảnh hưởng sâu rộng đến toàn xã hội. Ngày nay, người ta luôn mong muốn những dịch vụ hoàn hảo và điều đó sẽ đạt được khi phát triển logistics.

Câu hỏi được đặt ra đó là: làm cách nào để thỏa mãn tối đa nhu cầu của người tiêu dùng với chi phí thấp nhất?

Và điều đó có thể giải quyết được nhờ Logistics!

1.3.1. Vai trò của logistics đối với nền kinh tế.

Đời sống vật chất ngày càng cao thì khách hàng sẽ yêu cầu ngày càng nhiều, sẽ dẫn đến sự gia tăng thị trường hàng hóa, dịch vụ trong nội địa và quốc tế. Hàng loạt sản phẩm và dịch vụ mới được giới thiệu trong thập kỷ vừa qua đang được bán và phân phối đến khách hàng khắp mọi nơi trên thế giới. Để đối đầu với sự mở rộng thị trường và sự gia tăng của nhiều sản phẩm, dịch vụ mới; các công ty đã tăng quy mô và độ tinh xảo. Những hoạt động đa kế hoạch được thay thế bằng những kế hoạch riêng lẻ. Sự phân phối sản phẩm từ điểm đầu đến người tiêu dùng trở thành một cấu thành vô cùng quan trọng của tổng sản lượng nội địa (GDP) của các quốc gia công nghiệp.

+ Là một cấu thành chiếm tỷ lệ đáng kể của GDP, logistics ảnh hưởng đến tỷ lệ lạm phát, tỷ lệ lãi suất, sản lượng, giá cả năng lượng, tỷ số vận hành, và đến các lĩnh vực khác của kinh tế.

+ Sự cải thiện sản lượng quốc gia có thể ảnh hưởng đến các khoản phải chi trả cho hàng hóa, sự cân bằng cán cân thanh toán quốc gia, giá trị tiền mặt, khả năng cạnh tranh trên thị trường quốc tế, lợi nhuận công nghiệp (nhiều sản lượng hàng hóa thì giá cả thấp và phân phối một lượng hàng hóa tương đương).

* Logistics là chuỗi hoạt động liên tục, có liên hệ mật thiết với nhau, tác động qua lại lẫn nhau.

Xét ở góc độ tổng thể ta thấy logistics là mối liên kết kinh tế xuyên suốt gần như toàn bộ quá trình sản xuất, lưu thông và phân phối hàng hóa

Một nghiên cứu cho thấy, riêng hoạt động logistics chiếm 10 - 15% GDP hầu hết ở các quốc gia Châu Âu, Bắc Mỹ và một số nền kinh tế châu Á – Thái Bình Dương (theo *Rushton Oxley & Croucher, 2000*). Như cấu thành đáng kể của GDP, logistics ảnh hưởng đến tỷ lệ lạm phát,... và các lĩnh vực kinh tế khác. Vì vậy, nâng cao hiệu quả hoạt động logistics sẽ góp phần quan trọng nâng cao hiệu quả kinh tế - xã hội.

Nhìn vào hình 1.6 dưới đây ta có thể rút ra được:

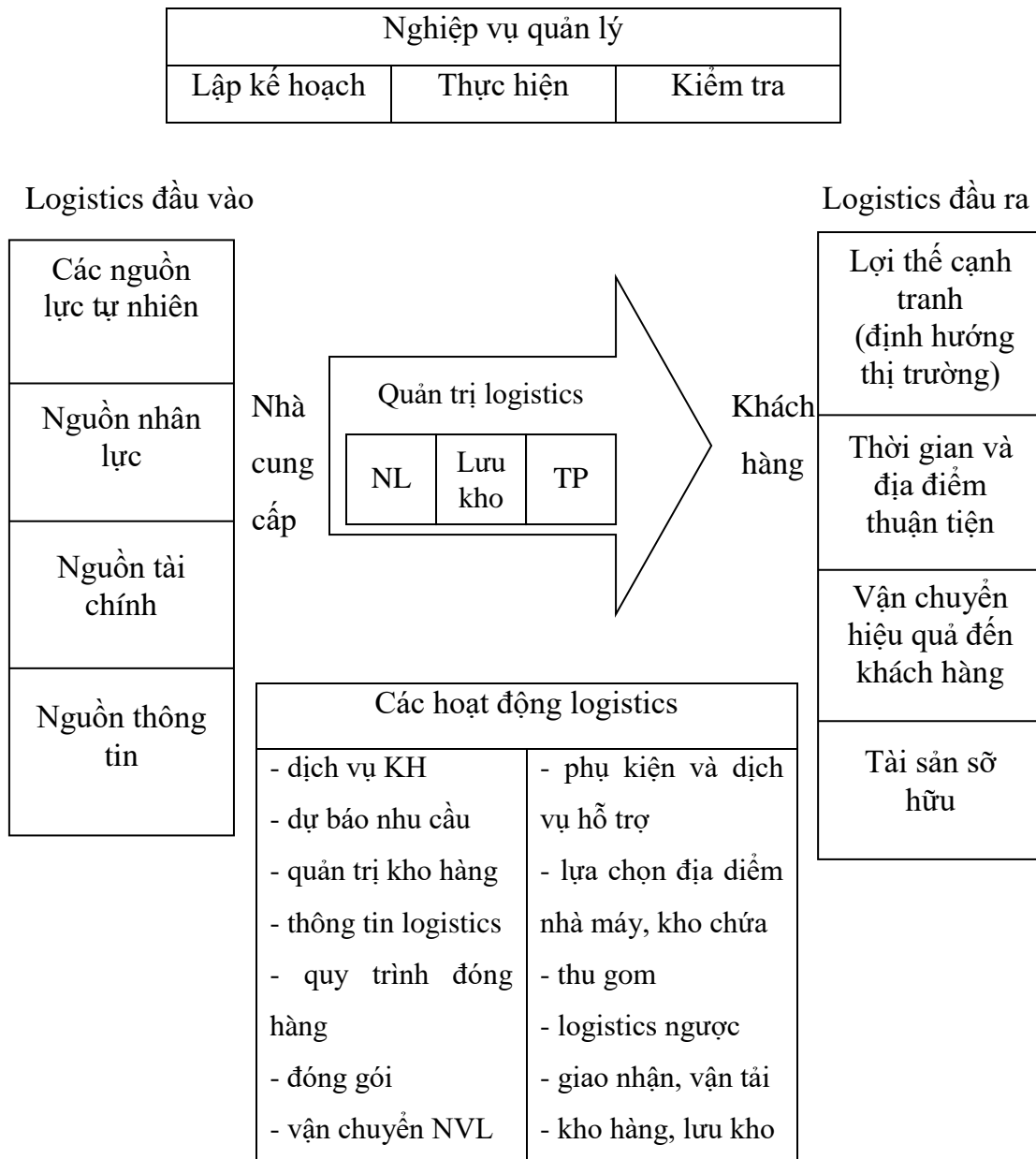
+ Logistics hỗ trợ cho luồng chu chuyển các giao dịch kinh tế. Nền kinh tế chỉ có thể phát triển nhịp nhàng, đồng bộ khi logistics hoạt động liên tục.

+ Hàng loạt các hoạt động kinh tế liên quan diễn ra trong chuỗi logistics, theo đó nguồn tài nguyên được biến thành sản phẩm và điều quan trọng là giá trị được tăng lên cho khách hàng và người sản xuất nhằm thỏa mãn nhu cầu mỗi người. Tức là logistics có vai trò quan trọng trong việc tối ưu hóa chu trình lưu chuyển của sản xuất kinh doanh từ khâu đầu vào của nguyên vật liệu, phụ kiện... tới sản phẩm cuối cùng đến tay khách hàng sử dụng.

+ Làm tăng khả năng hội nhập nền kinh tế. Theo nhà kinh tế học Anh Ullman: “khối lượng hàng hóa lưu chuyển giữa hai nước tỷ lệ thuận với tỷ số tiềm năng kinh tế của hai nước và tỷ lệ nghịch với khoảng cách của hai nước đó”. Khoảng cách ở đây được hiểu là khoảng cách kinh tế. Khoảng cách kinh tế càng được rút ngắn thì lượng hàng hóa tiêu thụ trên thị trường càng lớn. Điều này giải thích vì sao trong khi Thái Lan có khoảng cách đến Mỹ xa hơn Việt Nam nhưng khối lượng kim ngạch xuất nhập khẩu của Thái Lan lại lớn hơn so với Việt Nam. Do vậy, chi phí logistics được giảm đi, điều này có ý nghĩa quan trọng trong việc thúc đẩy xuất khẩu phát triển và tăng trưởng kinh tế quốc gia.

+ Tăng tính cạnh tranh của 1 quốc gia trên trường quốc tế. Theo nghiên cứu của Limao và Venable (2001) cho thấy sự khác biệt trong kết cấu cơ sở hạ tầng (đặc biệt là lĩnh vực giao thông vận tải chiếm 40% trong sự chênh lệch chi

phí đối với các nước tiếp giáp với biển và 60% đối với các nước không tiếp giáp với biển). Hơn nữa, trình độ phát triển và chi phí logistics của một quốc gia còn được xem là một căn cứ quan trọng trong chiến lược đầu tư của các tập đoàn quốc gia.



Hình 1.6: Các thành phần quản trị và hoạt động logistics cơ bản

Quốc gia nào có hệ thống cơ sở hạ tầng đảm bảo, hệ thống cảng biển tốt... sẽ thu hút được đầu tư từ các công ty hay tập đoàn lớn trên thế giới. Sự phát triển vượt bậc của Singapore, Hồng Kông và Trung Quốc là những minh chứng cho việc thu hút đầu tư nước ngoài nhằm tăng trưởng xuất khẩu, tăng GDP thông qua việc phát triển cơ sở hạ tầng và dịch vụ logistics.

1.3.2. Vai trò của logistics đối với các doanh nghiệp

Logistics giúp doanh nghiệp giải quyết cả đầu ra lẫn đầu vào một cách hiệu quả. Nó còn giúp doanh nghiệp tăng khả năng cạnh tranh. Và cũng có nhiều doanh nghiệp gặp khó khăn do không có quyết định đúng đắn trong hoạt động logistics.

** Logistics tạo ra khả năng cạnh tranh*

Logistics hỗ trợ đắc lực cho hoạt động marketing, đặc biệt là Mar-mix. Chính logistics đóng vai trò then chốt trong việc đưa sản phẩm đến đúng nơi cần đến, vào đúng thời điểm thích hợp. Một sản phẩm, dịch vụ chỉ có ý nghĩa và làm thỏa mãn khách hàng khi nó đến được với khách hàng đúng thời gian, đúng địa điểm quy định.

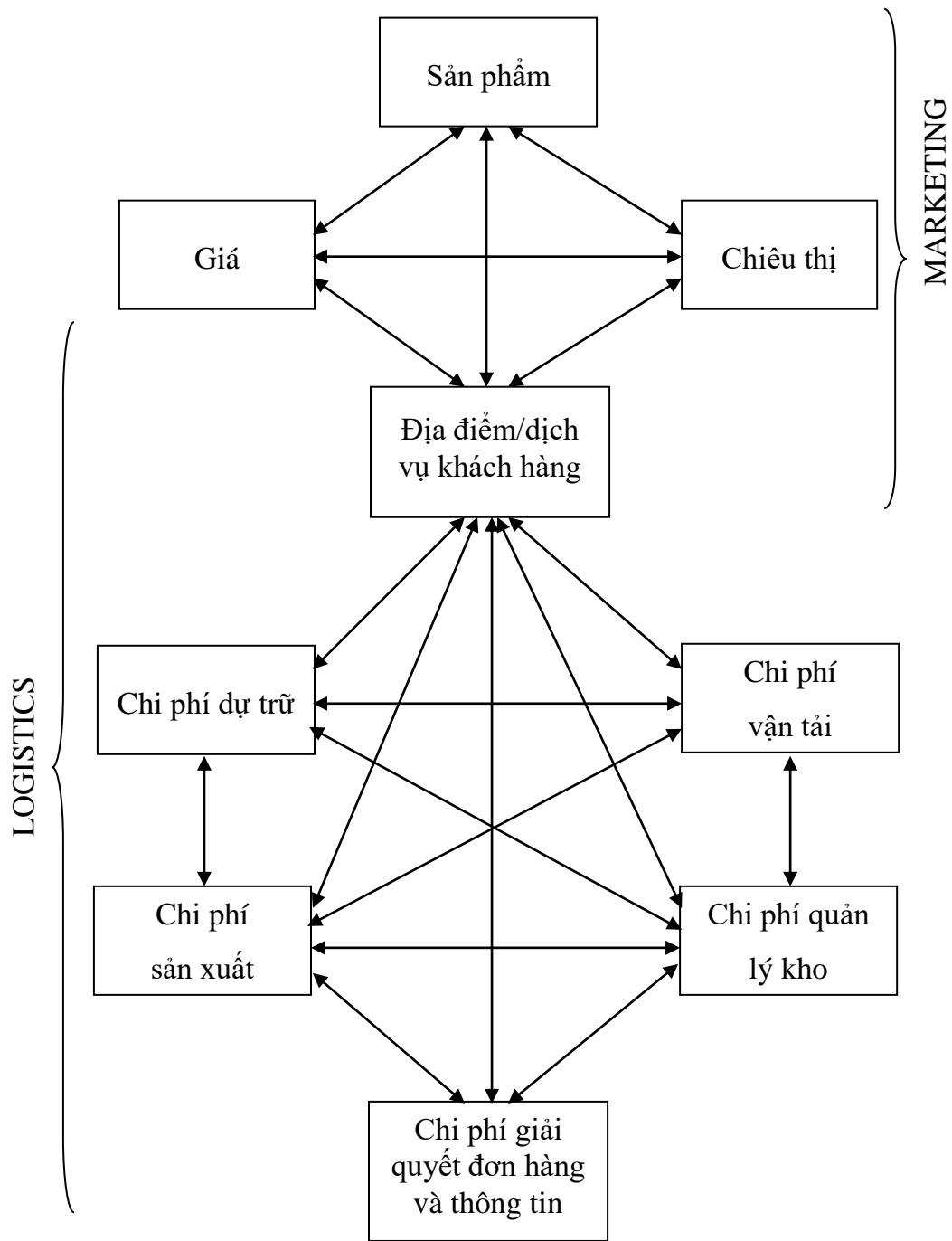
Hoạt động logistics cung cấp địa điểm và thời gian có ích, trong khi Marketing cung cấp tài sản có ích. Logistics cung cấp giá trị gia tăng, bởi vì sự cải tiến về mặt thời gian và địa điểm có ích là mang lại lợi nhuận cho công ty. Logistics càng phân phối nhiều giá trị sản phẩm thì càng thấy được logistics quan trọng trong việc quản trị như thế nào.

Hoạt động logistics muốn thực hiện được thì cần có những chi phí nhất định:

Mục tiêu của Marketing là tối đa hóa lợi nhuận của doanh nghiệp về lâu dài. Còn Logistics là cung cấp hàng hóa, dịch vụ với chi phí thấp nhất.

$$\sum CP_{\text{logistics}} = CP \text{ vận tải} + CP \text{ quản lý kho} + CP \text{ giải quyết đơn hàng \& cung cấp thông tin} + CP \text{ dự trữ} + CP \text{ sản xuất}$$

Do đó phải cân đối tổng chi phí để đưa ra quyết định Logistics đúng đắn



Sơ đồ 1: Cân đối chi phí trong Marketing và Logistics

** Logistics góp phần nâng cao hiệu quả quản lý, giảm thiểu chi phí nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.*

Sở dĩ nâng cao hiệu quả quản lý, tăng năng lực cạnh tranh:

- Doanh nghiệp chủ động chọn nguồn nguyên liệu, công nghệ sản xuất, thiết kế mẫu mã, tìm kiếm thị trường tiêu thụ với nhiều kênh phân phối.
- Doanh nghiệp chủ động lên kế hoạch sản xuất, quản lý hàng tồn kho và giao hàng theo đúng thời gian với tổng chi phí thấp nhất.

Góp phần giảm thiểu chi phí:

- Tiêu chuẩn hóa chứng từ (giấy tờ là chiếm một khoản chi phí không nhỏ trong mậu dịch quốc tế và vận chuyển). Nhưng thông qua dịch vụ logistics, các công ty sẽ đảm nhận việc ký hợp đồng duy nhất sử dụng cho một loại hình vận tải để đưa hàng từ nơi gửi hàng đến nơi nhận hàng cuối cùng.

** Tác động đến tài chính của doanh nghiệp*

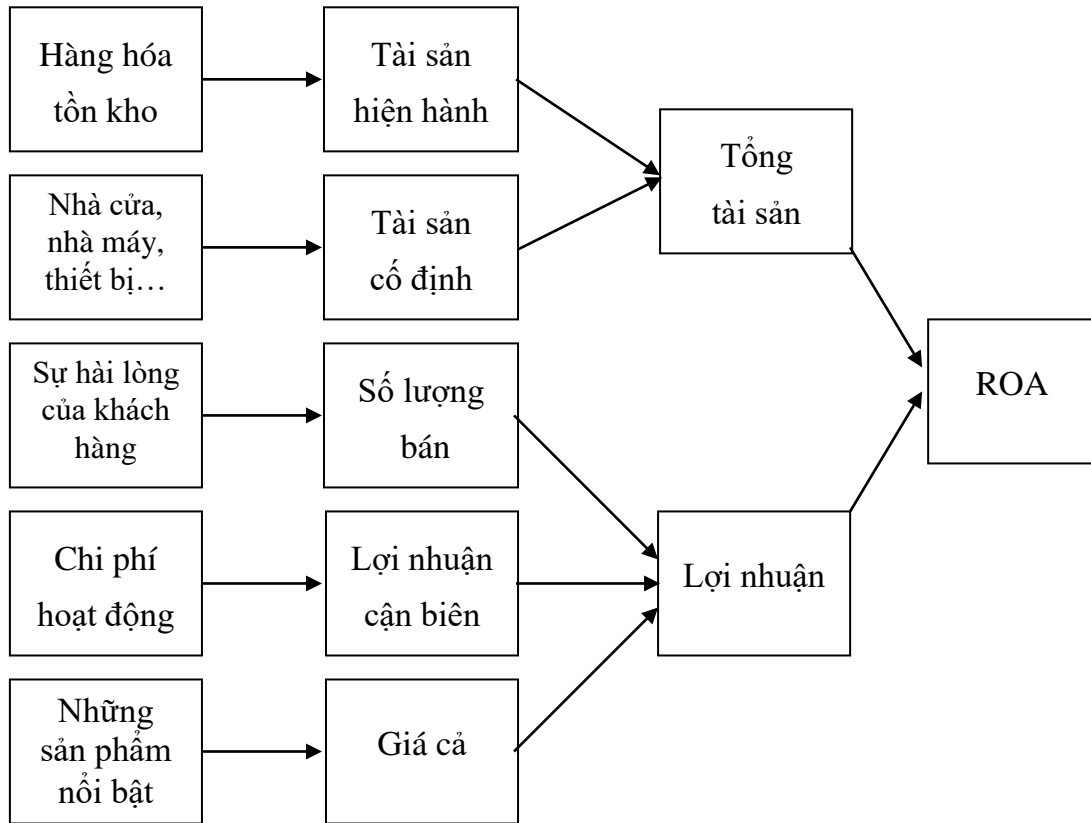
Logistics có một ảnh hưởng đến toàn bộ tình hình tài chính của các tổ chức doanh nghiệp. Chúng ta có thể lấy ví dụ cho nó, nhưng sẽ bắt đầu từ tác động lên hệ số sinh lời trên tổng tài sản (ROA).

Hệ số sinh lời trên tổng tài sản được tính bằng lợi nhuận sau thuế của doanh nghiệp chia cho tổng tài sản. Nó đưa ra một thước đo của các nguồn nguyên liệu sẵn có được sử dụng, nhìn chung, giá trị cao hơn, tình hình doanh nghiệp tốt hơn. Tất cả các tài sản được mô tả là tài sản hiện hành (tiền mặt, tiền thiếu phải thu, hàng tồn kho,...) hoặc tài sản cố định (đất đai, nhà cửa, bất động sản, nhà máy, thiết bị dụng cụ, ...). Cải tiến dòng chu chuyển nguyên vật liệu làm giảm hàng hóa tồn kho. Điều này rõ ràng sẽ làm giảm tài sản hiện hành, nhưng cũng có thể đồng ý rằng làm giảm tài sản cố định và tăng lợi nhuận, thể hiện ở hình 1.7.

+ Tài sản hiện hành: hiệu quả logistics càng cao thì tài sản hiện hành (gồm cả mức độ hàng hóa tồn kho) càng giảm.

+ Tài sản cố định: tài sản cố định bao gồm nhà cửa, xí nghiệp và thiết bị máy móc. Logistics là nghiêng về những nguồn nguyên liệu, và các kho hàng, đội tàu vận chuyển, các thiết bị đóng gói và các điều kiện cần thiết khác để di chuyển nguyên liệu trong suốt chuỗi cung ứng.

+ Số lượng bán: bằng cách làm ra sản phẩm càng ngày càng hấp dẫn, hay sản phẩm luôn sẵn sàng để đáp ứng, logistics có thể làm gia tăng lượng bán và chiếm thị phần cao hơn.



Hình 1.7: Ảnh hưởng của logistics đến ROA

+ Lợi nhuận cận biên: logistics càng có hiệu quả thì mang lại chi phí hoạt động càng thấp, và điều này lần lượt dẫn đến lợi nhuận cận biên cao hơn.

+ Giá cả: Logistics có thể cải thiện giá trị của sản phẩm – làm nên sự sẵn sàng, mang lại sự phân phối nhanh hơn hay rút ngắn thời gian. Các sản phẩm càng hấp dẫn hơn có thể đạt được giá cả cao hơn.

Như các bạn thấy, hai điểm đầu tiên làm cho tổng tài sản thấp hơn, trong khi 3 điểm sau làm gia tăng lợi nhuận. Tất cả những điều này tác dụng làm tăng ROA, và do vậy ảnh hưởng các thước đo khác của quá trình thực hiện, như là chia sẻ giá, hệ số đầu tư, vay mượn,...

1.4. Xu hướng phát triển của logistics

1.4.1. Xu hướng phát triển logistics trên thế giới

Các nguồn tài nguyên trên trái đất là hữu hạn, nhưng ước muốn của con người lại vô cùng. Chính vì vậy, Logistics đã ra đời để giúp con người sử dụng các nguồn lực (nhân lực, vật lực, tài lực) một cách tối ưu, để có thể đáp ứng nhu

cầu ngày càng cao của bản thân và xã hội một cách tốt nhất. Thời kỳ trước đây, do bị ngăn trở bởi khoảng cách địa lý và điều kiện truyền thông chưa cho phép, nên người ta chỉ có thể áp dụng Logistics trong phạm vi hẹp: công ty, ngành, địa phương, quốc gia. Còn giờ đây, nhân loại đang bước vào nền kinh tế tri thức, không bao lâu nữa, mạng điện tử sẽ cho phép con người vượt qua các trở ngại về thời gian và không gian, tạo điều kiện cho Logistics toàn cầu ra đời và phát triển.

Vài thập kỷ gần đây, Logistics đã phát triển nhanh chóng và mang lại những kết quả rất tốt ở nhiều nước trên thế giới, như Hà Lan, Thụy Điển, Đan Mạch, Mỹ,... Trong những năm cuối thế kỷ 20, đầu thế kỷ 21, thuật ngữ Logistics được nhắc đến nhiều ở các nước Đông Á, Đông Nam Á và đặc biệt phát triển ở Singapore.

Xu thế mới của thời đại sẽ dẫn đến bước phát triển tất yếu của logistics - logistics toàn cầu. Vì các tập đoàn, công ty đặt trụ sở và phục vụ cho nhiều thị trường ở các nước khác nhau, nên phải thiết lập hệ thống logistics toàn cầu để cung cấp sản phẩm, dịch vụ theo yêu cầu của khách hàng. Các hệ thống logistics ở các quốc gia khác nhau có thể không hoàn toàn giống nhau, nhưng tất cả các hệ thống logistics đều có điểm chung là sự kết hợp khéo léo, khoa học, chuyên nghiệp chuỗi các hoạt động: marketing, sản xuất, tài chính, thu mua, dự trữ, phân phối... để đạt được mục đích phục vụ khách hàng tối đa với chi phí tối thiểu.

Toàn cầu hóa nền kinh tế càng sâu rộng thì cạnh tranh càng gay gắt trong mọi lĩnh vực. Và logistics cũng không phải là một lĩnh vực ngoại lệ. Ngày càng có nhiều nhà cung cấp dịch vụ logistics ra đời, cạnh tranh quyết liệt với nhau. Bên cạnh những nhà sản xuất gặt hái được những thành quả to lớn trong hoạt động kinh doanh nhờ khai thác tốt hệ thống logistics của chính mình như: Procter & Gamble, Sun Microsystems,... thì tất cả các công ty vận tải, giao nhận cũng nhanh chóng nắm lấy thời cơ phát triển và trở thành những nhà cung cấp dịch vụ logistics hàng đầu thế giới có hệ thống logistics toàn cầu như: TNT, DHL, Maersk Logisitcs, NYK Logistics, APL Logistics,...

Sử dụng các nhà cung cấp là một xu hướng khá thịnh hành vì họ không chỉ đơn thuần là những nhà vận tải đa phương thức mà còn cung cấp các dịch vụ khác: quản lý kho hàng, bảo quản kho hàng, thực hiện các đơn đặt hàng, tạo

thêm giá trị gia tăng cho hàng hóa bằng việc lắp ráp, kiểm tra chất lượng, đóng gói, bao bì, ghi ký mã hiệu... họ còn có thể là những nhà tư vấn đáng tin cậy cho một số vấn đề: hợp lý hóa dây chuyền vận tải, thiết kế mạng lưới phân phối mới và mạng lưới phân phối ngược, quản lý các trung tâm đóng hàng hỗn hợp...

Có 3 xu hướng chính:

- Thứ nhất, ứng dụng công nghệ thông tin, thương mại điện tử ngày càng phổ biến và sâu rộng trong lĩnh vực logistics.

- Thứ hai, phương pháp quản lý logistics kéo ngày càng phát triển mạnh mẽ và dần thay thế cho phương pháp đẩy theo truyền thống.

- + Phương pháp đẩy là phương pháp tổ chức sản xuất theo dự báo nhu cầu thị trường. Phương pháp này tạo ra hàng tồn kho và đẩy hàng ra thị trường để đáp ứng nhu cầu thực tế. Ưu điểm của phương pháp này là đơn giản, có nhiều thời gian để sản xuất, hạ giá thành sản phẩm. Nhưng bên cạnh đó hạn chế của phương pháp này là: tạo ra khối lượng hàng tồn kho lớn, chu kỳ sản xuất dài, chi phí dự trữ cao, có những trường hợp hàng dự trữ bán không được do dự báo cầu không chính xác. Phương pháp này đòi hỏi phải có vốn lưu động lớn, vòng quay chậm.

- + Phương pháp kéo là hoặc định sản xuất dựa trên nhu cầu và đơn hàng thực tế. Các công ty không sản xuất sản phẩm trước mà trì hoãn đến khi nhận được đơn hàng mới tiến hành sản xuất. Ưu điểm của nó là: giảm thiểu khối lượng và chi phí tồn kho, rút ngắn chu trình sản xuất, nhờ vậy mà giảm vốn lưu động và phản ứng nhanh, hiệu quả hơn với những thay đổi của thị trường. Nhưng nó lại đòi hỏi phải có khả năng phản ứng nhanh trước những yêu cầu của thị trường, tổ chức linh hoạt, phải quản lý tốt hệ thống thông tin, quy trình sản xuất được quản lý chặt chẽ hơn, đáp ứng đúng tiến độ và thời gian giao hàng...

- Thứ ba là, thuê dịch vụ Logistics từ các công ty Logistics chuyên nghiệp ngày càng phổ biến. Toàn cầu hoá nền kinh tế càng sâu rộng thì tính cạnh tranh lại càng gay gắt trong mọi lĩnh vực của cuộc sống. Trong lĩnh vực Logistics cũng vậy, để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng, thì ngày càng có nhiều nhà cung cấp dịch vụ Logistics ra đời và cạnh tranh quyết liệt với nhau. Để đáp ứng nhu cầu cung ứng nguyên vật liệu, phân phối sản phẩm người

ta luôn phải cân nhắc: Tự làm hay đi mua dịch vụ? và Mua của ai? Do đó, bên cạnh những hãng sản xuất có uy tín đã gặt hái được những thành quả to lớn trong hoạt động kinh doanh nhờ khai thác tốt hệ thống Logistics của chính mình, như: Hawlett - Packerd, Spokane Company, Ladner Buiding Products, Favoured Blend Coffee Company, Sun Microsystems, SKF, Procter & Gamble... thì tất cả các công ty vận tải, giao nhận cũng nhanh chóng chớp thời cơ phát triển và trở thành những nhà cung cấp dịch vụ Logistics hàng đầu thế giới với hệ thống Logistics toàn cầu như: TNT, DHL, Maersk Logistics, NYK Logistics, APL Logistics, MOL Logistics, Kuehne & Nagel, Schenker, Birkart, Ikea,... Để tối ưu hoá, tăng sức cạnh tranh của các doanh nghiệp, nếu như trước đây, các chủ sở hữu hàng hóa lớn thường tự mình đứng ra tổ chức và thực hiện các hoạt động Logistics để đáp ứng nhu cầu của bản thân, thì giờ đây việc đi thuê các dịch vụ Logistics ở bên ngoài ngày càng trở nên phổ biến.

1.4.2. Xu hướng phát triển logistics ở Việt Nam

Đối với Việt Nam hiện nay thì Logistics vẫn còn khá mới mẻ, mặc dù ngành này đã và đang rất phát triển trên thế giới. Nhìn chung, các dịch vụ logistics được thực hiện ở các công ty giao nhận.

Hiện tại, trên cả nước có khoảng 800-900 doanh nghiệp kinh doanh trong lĩnh vực logistics. Trong đó, VIFFAS có 97 hội viên (77 hội viên chính thức và 20 hội viên liên kết). Thời gian hoạt động trung bình của các doanh nghiệp là 5 năm với vốn đăng ký trung bình khoảng 1,5 tỷ đồng/doanh nghiệp. Tuy nhiên, các doanh nghiệp logistics tại Việt Nam hiện chỉ đáp ứng được 1/4 nhu cầu thị trường logistics, và mới chỉ dừng lại ở việc cung cấp dịch vụ cho một số công đoạn của chuỗi dịch vụ khổng lồ này. Ngành công nghiệp logistics của Việt Nam hiện vẫn đang ở thời kỳ phôi thai, phần lớn của hệ thống logistics chưa được thực hiện ở một cách thức thống nhất.

Hệ thống cơ sở hạ tầng giao thông của VN bao gồm trên 17.000 km đường nhựa, hơn 3.200 km đường sắt, 42.000 km đường thủy, 266 cảng biển và 20 sân bay. Tuy nhiên chất lượng của hệ thống này là không đồng đều, có những chỗ chưa đảm bảo về mặt kỹ thuật. Hiện tại, chỉ có khoảng 20 cảng biển có thể tham gia việc vận tải hàng hoá quốc tế, các cảng đang trong quá trình container

hóa nhưng chỉ có thể tiếp nhận các đội tàu nhỏ và chưa được trang bị các thiết bị xếp dỡ container hiện đại, còn thiếu kinh nghiệm trong điều hành xếp dỡ container.

Đường hàng không hiện nay cũng không đủ phương tiện chở hàng (máy bay) cho việc vận chuyển vào mùa cao điểm. Chỉ có sân bay Tân Sơn Nhất là đón được các máy bay chở hàng quốc tế. Các sân bay quốc tế như Tân Sơn Nhất, Nội Bài, Đà Nẵng vẫn chưa có nhà ga hàng hóa, khu vực hoạt động cho đại lý logistics thực hiện gom hàng và khai quan như các nước trong khu vực đang làm. Khả năng bảo trì và phát triển đường bộ còn thấp, đường không được thiết kế để vận chuyển container, các đội xe tải chuyên dùng hiện đang cũ kỹ, năng lực vận tải đường sắt không được vận dụng hiệu quả do chưa được hiện đại hóa. Theo số liệu của Tổng cục Thống kê, lượng hàng hoá vận chuyển đường sắt chiếm khoảng 15% tổng lượng hàng hoá lưu thông. Tuy nhiên, đường sắt Việt Nam vẫn đang đồng thời sử dụng 2 loại khổ ray khác nhau (1.000 và 1.435 mm) với tải trọng thấp. Chuyến tàu nhanh nhất chạy tuyến Hà Nội - TP Hồ Chí Minh (1.630 km) hiện vẫn cần đến 32 tiếng đồng hồ. Và khá nhiều tuyến đường liên tỉnh, liên huyện đang ở tình trạng xuống cấp nghiêm trọng.

Theo dự báo, trong tương lai không xa, dịch vụ giao nhận kho vận (logistics) sẽ trở thành một ngành kinh tế quan trọng tại Việt Nam, đóng góp tới 15% GDP cả nước. Đặc biệt, trong 10 năm tới, khi kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam có thể đạt mức 200 tỉ USD/năm thì nhu cầu sử dụng dịch vụ logistics lại càng lớn. Dự báo, đến năm 2010, hàng container qua cảng biển Việt Nam sẽ đạt từ 3,6-4,2 triệu TEU. Con số này đến năm 2020 chắc chắn sẽ lên đến 7,7 triệu TEU.

Song hành cùng sự phát triển kinh tế là tăng trưởng trong hoạt động xuất nhập khẩu, do đó, ngành logistics lại thêm nhiều cơ hội phát triển. Theo dự báo của Bộ Thương Mại, trong 10 năm tới kim ngạch xuất nhập khẩu của cả nước sẽ đạt tới 200 tỷ USD. Điều đó cho thấy tiềm năng phát triển dịch vụ logistics Việt Nam còn khá lớn.

Những năm gần đây, vận tải biển VN đang có những bước phát triển vượt đáng kể. Hiện 90% hàng hóa XNK được vận chuyển bằng đường biển. Đặc biệt,

lĩnh vực vận chuyên container luôn đạt tốc độ tăng trưởng 2 chữ số trong những năm gần đây. Tuy vậy, điều này lại dẫn đến hệ lụy là Việt Nam đang rất cần các cảng nước sâu để có thể thoả mãn được nhu cầu xuất nhập khẩu ngày càng tăng. Tổng khối lượng hàng qua các cảng biển Việt Nam hiện nay vào khoảng 181 triệu tấn/năm (năm 2007), tốc độ tăng trưởng hàng năm trong vòng 10 năm tới theo dự đoán là 20 - 25%. Hiện chính phủ Việt Nam và các nhà đầu tư quốc tế đang triển khai một loạt dự án xây dựng các cụm cảng nước sâu như ở khu vực Cái Mép - Thị Vải ở phía Nam cũng như Hải Phòng ở phía Bắc. Các dự án này đang phần đầu hoàn thành vào năm 2009.

Việc dịch chuyển cơ sở sản xuất của nhiều DN nước ngoài từ nơi khác đến Việt Nam đã tạo ra cơ hội rất lớn trong việc xây dựng một mạng lưới giao nhận kho vận hoạt động hiệu quả.

Khó khăn cũng không nhỏ

Hạn định 2009 mở cửa lĩnh vực logistic không còn xa. Theo cam kết gia nhập WTO, Việt Nam sẽ cho phép các công ty dịch vụ hàng hải, logistics 100% vốn nước ngoài hoạt động bình đẳng tại Việt Nam. Điều này đặt Doanh nghiệp Việt Nam trước thách thức cạnh tranh gay gắt trên sân nhà. Áp lực cạnh tranh rất lớn từ việc hội nhập quốc tế, sự lớn mạnh không ngừng của thị trường cũng như những đòi hỏi ngày càng tăng từ phía khách hàng cũng đang đặt ra những thách thức không nhỏ cho các Doanh nghiệp logistics.

Bên cạnh đó, một trong những khó khăn không nhỏ cho ngành logistics của Việt Nam là nguồn nhân lực đang thiếu một cách trầm trọng. Theo ước tính của VIFFAS, nếu chỉ tính các nhân viên trong các công ty hội viên (khoảng 140) thì tổng số khoảng 4000 người. Đây là lực lượng chuyên nghiệp, ngoài ra ước tính khoảng 4000-5000 người thực hiện bán chuyên nghiệp. Nguồn nhân lực được đào tạo từ nhiều nguồn khác nhau. Từ trước tới nay, các trường đại học, cao đẳng chuyên ngành ngoại thương, hàng hải, giao thông vận tải cũng chỉ đào tạo chung các kiến thức cơ bản về nghiệp vụ ngoại thương, vận tải. Sách giáo khoa, tài liệu tham khảo về loại hình dịch vụ này cũng chưa nhiều. Ngay cả như các chuyên gia được đào tạo chuyên nghiệp trong lĩnh vực này vẫn còn quá ít so với yêu cầu phát triển.

* Xét về mức độ phát triển có thể chia các công ty giao nhận Việt Nam thành 4 cấp độ:

- Cấp độ 1: Các đại lý giao nhận truyền thống, chỉ cung cấp các dịch vụ do khách hàng yêu cầu như: vận chuyển hàng hóa bằng đường bộ, thay mặt chủ hàng làm thủ tục hải quan, làm các chứng từ lưu kho lưu bãi, giao nhận. Ở cấp độ này thì gần 80% các công ty giao nhận Việt Nam phải thuê lại kho và dịch vụ vận tải.

- Cấp độ 2: Các đại lý giao nhận đóng vai trò người gom hàng và cấp vận đơn nhà. Các công ty này phải có đại lý độc quyền tại các cảng lớn để thực hiện việc đóng hàng hay rút hàng xuất nhập khẩu. Hiện nay chỉ có khoảng 10% các tổ chức giao nhận Việt Nam có khả năng cung cấp dịch vụ này.

- Cấp độ 3: Đại lý giao nhận đóng vai trò là nhà vận tải đa phương thức (MTO). Khái niệm MTO được định nghĩa là sự kết hợp từ 2 phương tiện vận tải trở lên. MTO ra đời đáp ứng dịch vụ giao nhận door-to-door chứ không chỉ là từ cảng đến cảng nữa. Trong vai trò này các công ty đã phối hợp với các công ty nước ngoài tại các cảng dỡ hàng bằng một hợp đồng phụ để sắp xếp vận tải hàng hóa đến điểm cuối cùng theo vận đơn. Có đến 50% các đại lý giao nhận ở Việt Nam hoạt động như đại lý MTO kết nối với mạng lưới đại lý khắp các nước trên thế giới.

- Cấp độ 4: Đại lý giao nhận trở thành nhà cung cấp dịch vụ logistics. Đây là một kết quả tất yếu của quá trình hội nhập.

1.5. Quản trị Logistics

1.5.1. Khái niệm quản trị Logistics

Quản trị logistics là quá trình hoạch định, thực hiện kiểm soát có hiệu lực, hiệu quả việc chu chuyển và dự trữ hàng hóa, dịch vụ... và những thông tin có liên quan, từ điểm đầu cho đến điểm cuối cùng với mục tiêu thỏa mãn nhu cầu khách hàng.

Chúng ta có thể tiếp cận logistics từ trực dọc và trực ngang.

* Trực dọc:

- Vận tải

- Marketing
- Phân phối
- Quản trị
- Các yếu tố khác
- * Theo trục ngang:
 - Mua sắm nguyên vật liệu (quản trị vật tư)
 - Dịch vụ khách hàng
 - Hệ thống thông tin
 - Quản lý hoạt động dự trữ
 - Dịch vụ vận tải
 - Hoạt động kho bãi

Xuyên suốt bài giảng này tiếp cận logistics theo trục ngang.

1.5.2. Nội dung của quản trị logistics.

* *Dịch vụ khách hàng*: trong điều kiện cạnh tranh như hiện nay, khi thị trường ngày càng được mở rộng, các lựa chọn khi mua bất kỳ một sản phẩm nào đó cũng rất phong phú. Các sản phẩm đưa ra thị trường gần như tương đương nhau về giá, chất lượng, đặc điểm thì sự khác biệt về dịch vụ khách hàng là công cụ cạnh tranh sắc bén nhất. Dịch vụ khách hàng có vai trò đặc biệt quan trọng, nếu thực hiện tốt, chúng không chỉ giúp doanh nghiệp giữ chân khách hàng cũ mà còn lôi kéo được khách hàng mới. Đây là điểm mấu chốt giúp các doanh nghiệp thành công và đứng vững trên thị trường.

Trong quá trình hoạt động logistics, dịch vụ khách hàng chính là đầu ra, là thước đo chất lượng của toàn bộ hệ thống. Do đó muốn phát triển logistics phải có sự quan tâm thích đáng đến dịch vụ khách hàng.

Đứng trên góc độ quản trị logistics thì dịch vụ khách hàng được định nghĩa như sau: theo nghĩa rộng, dịch vụ khách hàng là thước đo 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. Nó bao gồm các hoạt động có liên quan đến việc giải quyết đơn hàng (phân loại, kiểm tra, gom hoặc tách lô hàng, bao bì đóng gói...), vận tải (tổ chức vận tải theo hình thức door – to – door, giao nhận hàng hóa tận nơi theo yêu cầu), và các dịch vụ hậu mãi...

Một số dịch vụ logistics đang được áp dụng tại Việt Nam:

- Quản trị dây chuyền cung ứng (Supply Chain Management): đây là dịch vụ cốt lõi của một nhà cung cấp logistics. Quá trình thực hiện dịch vụ quản trị dây chuyền cung ứng gồm các hoạt động : lập kế hoạch, thực hiện và quản lý dòng chảy hàng hóa và thông tin từ nơi đặt đơn hàng, thông qua sản xuất, vận chuyển, kho bãi, phân phối đến tay khách hàng cuối cùng. Dịch vụ này thường có các bước sau:

+ **Nhận booking từ các doanh nghiệp, nhà máy xuất khẩu hàng hóa**, ở đây gọi là các vendors; thông thường mỗi nhà cung cấp dịch vụ logistics sẽ có một mẫu (form) riêng cho các vendors điền thông tin book hàng. Về cơ bản, những người book hàng cần cung cấp các thông tin về đơn hàng (PO number), số lượng, thể tích (cbm), số khối hàng và một số thông tin đặc biệt...

+ **Lập kế hoạch đóng và vận chuyển hàng hóa**: tùy theo số lượng đặt hàng – hàng lẻ (LCL) hay hàng nguyên container (FCL) mà nhân viên của các nhà cung cấp dịch vụ logistics sẽ lên kế hoạch đóng hàng sẽ gồm các thông tin cơ bản, như: loại hàng, số đơn hàng, cách thức đặt hàng, loại container, và quan trọng nhất là một số lựa chọn về lịch tàu của các hãng tàu khác nhau. Kế hoạch đóng hàng được gửi cho khách hàng, phòng logistics của khách hàng có điều kiện kiểm tra tình hình kho bãi, tiêu thụ, nhu cầu mà lựa chọn lịch tàu có ngày đến phù hợp.

+ **Tiến hành nhận hàng và đóng hàng thực tế tại kho**: đến ngày giao hàng các vendors sẽ giao hàng vào kho để gom hàng lẻ hoặc sẽ tiến hành đóng hàng vào container và giao ra cảng, làm thủ tục hải quan cần thiết. Nhiệm vụ của các nhà cung cấp dịch vụ logistics là phải cử nhân viên giám sát chặt chẽ quá trình này, vì bất cứ sai sót nào cũng có thể dẫn đến trì trệ hàng hóa ở nơi đến, gây thiệt hại nghiêm trọng.

+ **Phát hành chứng từ vận tải cần thiết**: sau khi hàng hóa đã lên tàu an toàn, nhà cung cấp dịch vụ logistics sẽ tiến hành phát hành một số chứng từ vận tải cần thiết, như: FCR (Forwarder Cargo Receipt) hoặc House Bill of lading để người bán hoàn thành thủ tục các chứng từ thương mại khác như CO hay visa.

+ **Quản lý đơn hàng chặt chẽ đến cấp độ SKU (stock keeping unit):** bằng hệ thống thông tin riêng nối mạng giữa nhà cung cấp dịch vụ logistics và người mua – nhà nhập khẩu, các đại lý logistics tại Việt Nam có thể giúp các vendors – người bán kiểm tra độ chính xác của đơn hàng. Ví dụ như số lượng đặt mua hàng, mã hàng...

- Dịch vụ vận tải và gom hàng:

+ Dịch vụ giao nhận là dịch vụ giám sát vận tải đa phương thức hàng nguyên container từ nước xuất khẩu đến nước nhập khẩu. Đã có một số nhà cung cấp dịch vụ logistics vận tải trọn gói hiện nay như: Maersk logistics, APL logistics,...dịch vụ này giúp cho khách hàng chỉ cần liên lạc ký hợp đồng với một đối tác duy nhất và hoàn toàn yên tâm chờ nhận hàng, thay vì phải cử nhân viên giám sát từng khâu.

+ Dịch vụ gom hàng là dịch vụ vận chuyển hàng lẻ. Nhà cung cấp dịch vụ logistics sẽ nhận hàng từ nhiều người bán - nhà sản xuất khác nhau. Sau đó sẽ gom lại đóng trong container, chuyển tải qua cảng trung chuyển, thường là ở Taiwan, Singapore... Tại cảng trung chuyển, hàng hóa từ các nước khác nhau sẽ được dỡ ra và đóng lại theo nơi đến. Tại các nước nhập khẩu, đại lý của các nhà cung cấp dịch vụ logistics sẽ nhận nguyên container, tiến hành dỡ hàng, làm thủ tục hải quan và giao hàng rời đến khách hàng - nhà nhập khẩu. Dịch vụ này giúp tiết kiệm được chi phí vận chuyển cho khách hàng khi có một lượng hàng nhỏ xuất khẩu.

- Dịch vụ kho bãi - phân phối: nhằm hỗ trợ khách hàng quản lý hàng tồn kho, giảm chi phí điều hành và tăng được các chu kỳ đơn hàng.

* Dịch vụ kho bãi bao gồm cá hoạt động sau:

+ **Nhận hàng, kiểm hàng, xếp hàng vào kho:** những nhà cung cấp logistics sẽ chịu trách nhiệm nhận hàng từ các vendors, kiểm tra về số lượng, mã hàng, tình trạng bao bì như thế nào? Hàng được giao phải xếp đúng qui cách như qui định của khách hàng.

+ **Xử lý đối với hàng hỏng:** một số hàng hóa khi giao nhận do lỗi sản xuất hay vận chuyển bị ướt hay rách thùng, shipping mark viết sai, nhân viên kho phải kết hợp với các nhân viên nghiệp vụ để giúp khách hàng sửa chữa sai

sốt,...Đối với những trường hợp nghiêm trọng, có thể chụp hình gửi cho khách hàng xem và quyết định.

+ **Dán nhãn hàng hóa:** một số khách hàng yêu cầu nhà cung cấp in nhãn và tiến hành dán nhãn hàng hóa.

+ **Scanning:** Để đáp ứng nhu cầu của những khách hàng lớn, một số nhà cung cấp dịch vụ logistics hiện nay đã trang bị máy scan ngay tại kho để scan hàng hóa, giúp kiểm tra nhiều lần số lượng, chủng loại, phát hiện nhanh sai sót.

+ **Lập và lưu trữ hồ sơ hàng hóa:** để dễ dàng truy nhập, đối chiếu khi cần.

* *Dịch vụ phân phối:* là dịch vụ lập kế hoạch và chuyên chở hàng hóa từ kho đến tận nơi khách hàng chỉ định.

- Các dịch vụ đặc thù tạo giá trị gia tăng: dịch vụ trucking, làm thủ tục hải quan, làm thủ tục mua bảo hiểm hàng hóa, tư vấn hướng dẫn, GOH.

+ Dịch vụ trucking: vận chuyển đường bộ bằng xe tải, nhà cung cấp dịch vụ sẽ đem xe tải đến tận kho nhà sản xuất để thu gom hàng hóa chuyên chở đến kho của nhà cung cấp dịch vụ logistics để thực hiện công tác gom hàng.

+ Làm thủ tục hải quan: nhà cung cấp dịch vụ logistics có thể thực hiện thêm dịch vụ làm thủ tục hải quan cho hàng xuất nhập khẩu. Điều này giúp cho hàng hóa được lưu thông chủ động hơn do người chuyên chở là người nắm rõ thông tin thời gian hàng đến để tiến hành làm thủ tục giấy tờ cần thiết nhanh chóng, kịp thời.

+ Làm thủ tục mua bảo hiểm hàng hóa: nhà cung cấp dịch vụ đứng ra làm đại lý mua bảo hiểm giúp khách hàng.

+ Tư vấn hướng dẫn: làm các chứng từ khai quan cần thiết. Trong trường hợp nhà sản xuất mới sản xuất hàng lần đầu cho một khách hàng quen thuộc của nhà cung cấp dịch vụ logistics, nhà sản xuất có thể chưa quen về một số chứng từ đặc thù, ví dụ: hàng may mặc xuất khẩu đi Mỹ thường đòi hỏi một số chứng từ như Wearing Apparel Sheet.

+ GOH – Garment on Hangers: đây là một dịch vụ khác đặc thù mà hiện nay một số kho của nhà cung cấp dịch vụ lớn ở Việt Nam đã thực hiện. Hàng

GOH thường là hàng may mặc cao cấp có giá trị cao nên đòi hỏi quy trình đóng hàng chặt chẽ. Để cho quần áo không bị gấp trong quá trình vận chuyển do đóng gói, hàng hóa phải được treo trên thanh ngang trong container.

* *Hệ thống thông tin trong quản trị logistics*: muốn quản trị logistics thành công trước hết phải quản lý hệ thống thông tin phức tạp trong quá trình này. Hệ thống thông tin bao gồm thông tin trong nội bộ từng tổ chức (doanh nghiệp, nhà cung cấp, khách hàng của doanh nghiệp), thông tin trong từng bộ phận chức năng (logistics, kỹ thuật, kế toán, tài chính, marketing, sản xuất...), thông tin ở từng khâu trong dây chuyền cung ứng (kho tàng, bến bãi, vận tải...) và sự kết nối thông tin giữa các tổ chức, các bộ phận, công đoạn nêu trên.

* *Quản trị dự trữ*: dự trữ nguyên vật liệu, sản phẩm, hàng hóa là một nội dung quan trọng của hoạt động logistics. Nhờ có dự trữ mà logistics mới có thể diễn ra liên tục nhịp nhàng. Dự trữ là sự đầu tư vốn lớn, rất tốn kém và có liên quan mật thiết đến dịch vụ khách hàng. Nếu quản lý dự trữ tốt thì công ty sẽ có thể đẩy nhanh vòng quay vốn, sớm thu hồi vốn đầu tư, có điều kiện phục vụ khách hàng tốt, kinh doanh hiệu quả. Ngược lại, nếu quản lý dự trữ kém sẽ làm cho lượng tồn kho lớn, quay vòng vốn chậm, vốn ứ đọng, lợi nhuận suy giảm, hoạt động kém hiệu quả.

* *Quản trị vật tư*: nếu như dịch vụ khách hàng là đầu ra của logistics thì quản trị vật tư là đầu vào của logistics. Mặc dù không trực tiếp tác động đến khách hàng nhưng quản trị vật tư có vai trò quyết định đối với toàn bộ hoạt động logistics. Bởi vì nếu không có nguyên vật liệu tốt, trang thiết bị máy móc tốt... thì không thể cho ra sản phẩm đạt tiêu chuẩn chất lượng để đáp ứng nhu cầu khách hàng.

* *Vận tải*: Nguyên vật liệu, hàng hóa... chỉ có thể đi từ nơi sản xuất đến nơi tiêu dùng nhờ các phương tiện vận tải. Vì vậy vận tải đóng vai trò rất quan trọng trong hoạt động logistics. Để chuyên chở hàng hóa, người bán, người mua hoặc người cung cấp dịch vụ logistics có thể chọn một trong những phương thức vận tải sau: đường biển, đường bộ, đường sông, đường sắt, đường hàng không hoặc kết hợp hai hay nhiều phương thức lại với nhau, được gọi là vận tải đa

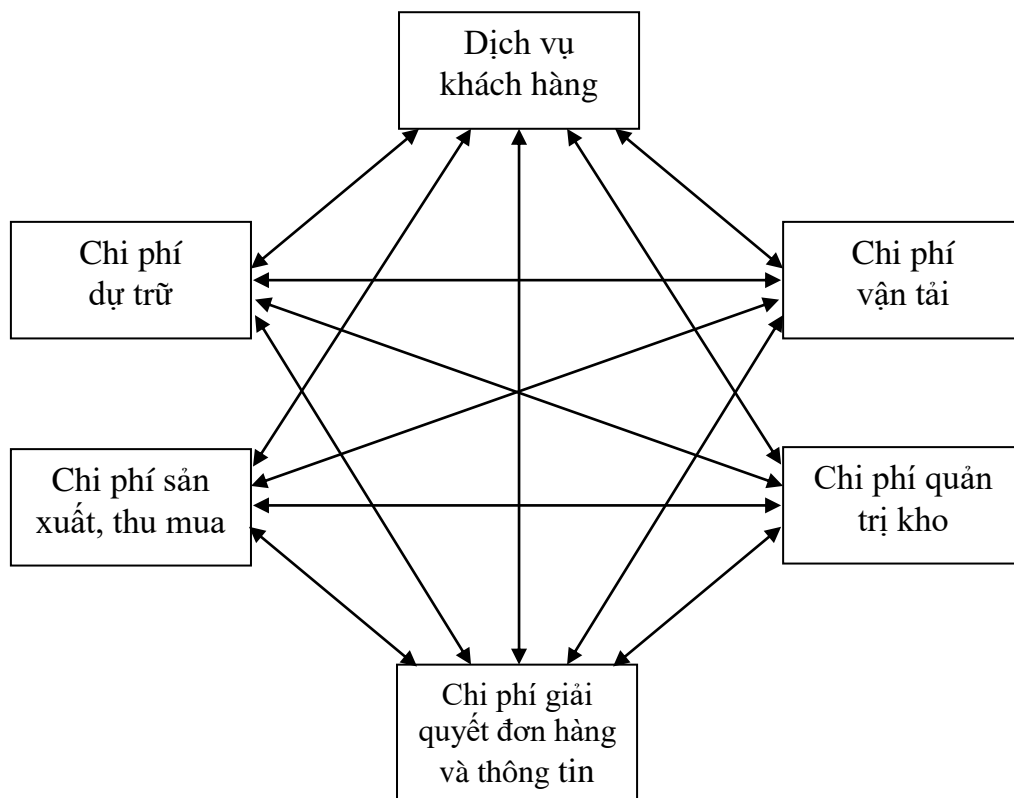
phương thức. Mỗi phương thức vận tải có ưu nhược điểm riêng nên muốn kinh doanh logistics cần phải hiểu và nắm được những đặc điểm riêng đó.

* *Kho bãi*: là nơi cất giữ nguyên vật liệu, bán thành phẩm, thành phẩm trong suốt quá trình chu chuyển từ điểm đầu cho 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 các hàng hóa được lưu kho.

1.5.3. Chi phí logistics và phân tích tổng chi phí logistics

Chi phí logistics được hình thành từ chi phí của các hoạt động trong quá trình logistics: có 6 loại chi phí chủ yếu tham gia vào quá trình này:

- Chi phí dịch vụ khách hàng
- Chi phí vận tải
- Chi phí kho bãi
- Chi phí giải quyết đơn hàng và hệ thống thông tin
- Chi phí sản xuất, thu mua
- Chi phí dự trữ



Hình 1.6: Hoạt động logistics tác động đến chi phí logistics

* *Chi phí dịch vụ khách hàng*: bao gồm các chi phí để hoàn tất những yêu cầu của đơn đặt hàng (chi phí phân loại, kiểm tra bao bì đóng gói, dán nhãn...), chi phí để cung cấp dịch vụ, phụ tùng, chi phí dịch vụ khách hàng liên quan mật thiết với các khoản chi phí vận tải, chi phí dự trữ và chi phí cho công nghệ thông tin.

* *Chi phí giải quyết đơn hàng và trao đổi thông tin*: để hỗ trợ dịch vụ khách hàng và kiểm soát chi phí một cách hiệu quả cần bỏ ra một khoản chi phí không nhỏ để trao đổi thông tin với khách hàng và các bộ phận có liên quan để giải quyết đơn đặt hàng, thiết lập các kênh phân phối, dự báo nhu cầu thị trường.

* *Chi phí vận tải*: đây là một trong những khoản chi phí lớn nhất trong chi phí logistics. Chi phí vận tải chịu sự ảnh hưởng của nhiều yếu tố như: loại hàng hóa, quy mô sản xuất, tuyến đường... chi phí vận tải của một đơn vị hàng hóa tỷ lệ nghịch với khối lượng vận tải và tỷ lệ thuận với quãng đường vận chuyển. Vận tải có ảnh hưởng lớn đến dịch vụ khách hàng nhờ tính tin cậy, độ chính xác về thời gian, tính linh hoạt về vị trí, khả năng cung cấp dịch vụ từ cửa đến cửa, khả năng giải quyết và bồi thường những tổn thất, mất mát do vận tải gây ra và khả năng cung cấp các dịch vụ khác ngoài các dịch vụ vận tải.

* *Chi phí sản xuất thu mua*: bao gồm rất nhiều khoản chi phí nhỏ khác: xây dựng cơ sở, lắp đặt máy móc thiết bị, tìm nhà cung cấp nguyên vật liệu, mua và tiếp nhận nguyên vật liệu...

* *Chi phí dự trữ*: chi phí dự trữ tăng giảm tùy theo số lượng hàng dự trữ nhiều hay ít.

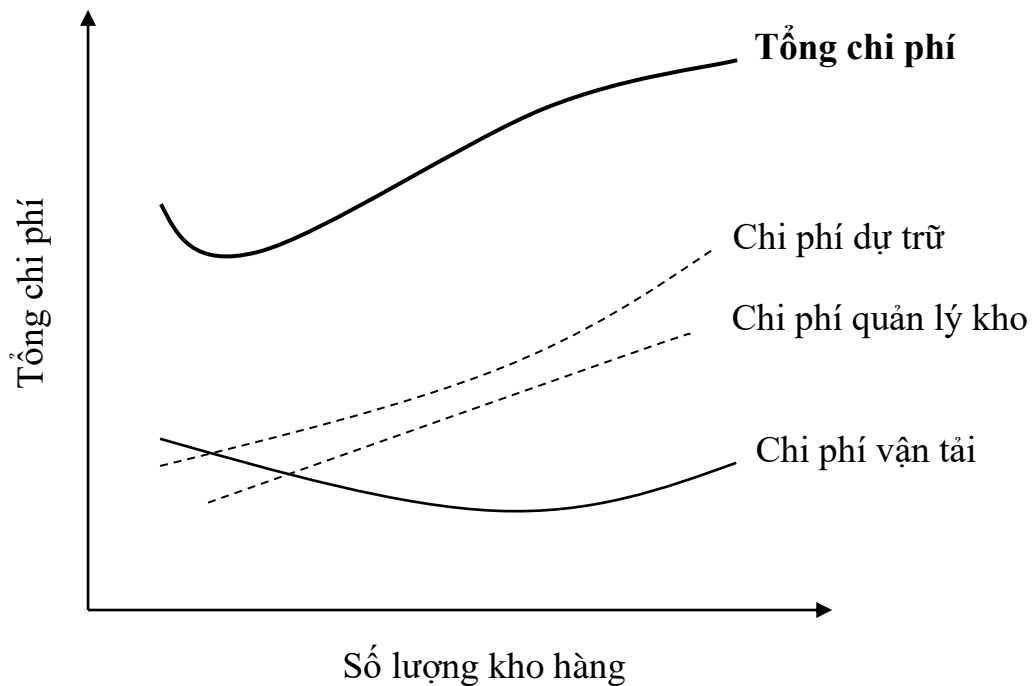
* *Chi phí quản lý kho*: nhằm đảm bảo cho các nghiệp vụ kho được diễn ra suôn sẻ. Chi phí kho tỷ lệ thuận với khối lượng kho hàng nhưng số lượng kho hàng lại có ảnh hưởng đến dịch vụ khách hàng, đến doanh thu của công ty. Chính vì vậy cần phải tính toán kỹ để cân bằng giữa chi phí quản lý kho, chi phí dự trữ, chi phí vận tải với khoản doanh thu có thể bị tăng giảm tương ứng với quyết định số lượng kho cần có trong hệ thống logistics.

Tổng doanh thu tăng hay giảm chính xác bao nhiêu và liên quan đến số lượng kho cụ thể như thế nào là một bài toán khó và không thể có đáp số chung cho mọi doanh nghiệp mà nghiên cứu với số liệu cụ thể, trong hoàn cảnh cụ thể

của từng công ty. Nhưng tồn tại quy luật chung: số kho hàng nhiều thì khả năng đáp ứng các dịch vụ khách hàng tốt, làm cho doanh thu tăng và ngược lại.

Trong hình 1.8 cho thấy:

- Chi phí dự trữ tăng tỷ lệ thuận với số lượng kho hàng, khi số kho hàng tăng, mà mỗi kho đều dự trữ hàng hóa, tất yếu dẫn đến chi phí dự trữ tăng.



Hình 1.8: Quan hệ giữa tổng chi phí logistics và số lượng kho hàng

- Chi phí quản lý kho cũng tăng khi tăng số kho vì cần có các chi phí thuê mặt bằng, xây dựng kho, trang thiết bị trong kho và công nhân quản lý kho.
- Mối quan hệ giữa chi phí vận tải và số lượng kho khá phức tạp. Khi số lượng kho được giới hạn ở một mức độ nhất định thì khi số lượng kho tăng chi phí vận tải sẽ giảm (tương quan nghịch), nhưng khi số kho quá nhiều (vượt quá ranh giới xác định) thì sẽ biến thành tương quan thuận (số kho tăng thì chi phí vận tải sẽ tăng theo).

Với những phân tích ở trên thì khi số kho tăng thì tổng chi phí logistics sẽ tăng theo. Nhưng cần nhấn mạnh rằng logistics là quá trình tối ưu hóa các hoạt

động trong toàn bộ hệ thống nhằm thỏa mãn nhu cầu của người tiêu dùng một cách tốt nhất, nên không thể giải quyết các vấn đề một cách đơn giản là làm giảm số lượng kho để giảm tổng chi phí logistics. Cần luôn nhớ rằng, dịch vụ khách hàng là sợi chỉ đỏ xuyên suốt toàn bộ hệ thống logistics, nếu vì giảm kho mà làm mất khách hàng thì điều đó không thể được. Chính vì vậy mà phải xem xét theo quan điểm toàn hệ thống.

Ví dụ:

Trường hợp của Hewlett – Packard (HP)

Là một trong những nhà cung cấp hàng đầu thế giới về máy in, đặc biệt là loại mực in và in laser, **Hewlett Packard (HP)** đã đầu tư hơn 3 tỷ đô la Mỹ vào hàng tồn kho trên toàn thế giới. HP có phân nhánh ở Vancouver (Canada) và Washington (Mỹ) thực hiện sản xuất và phân phối máy in DeskJet Plus cho toàn thế giới. Công ty có trung tâm phân phối nằm ở bắc Mỹ, châu Âu và châu Á. HP đã phải đối mặt với vấn đề máy in tồn kho ở mức cao, tương đương với 7 tuần sản xuất, khi Công ty muốn duy trì dịch vụ khách hàng ở mức 98% tại Châu Âu. Số dĩ lượng máy in tồn kho cao là do mỗi nước có yêu cầu riêng về ổ cắm, bộ chuyển đổi và sách hướng dẫn với ngôn ngữ phù hợp. Chính vì vậy, lúc đầu, HP đã phân hóa sản phẩm để đáp ứng nhu cầu của thị trường từng nước và việc phân hóa này được thực hiện tại cơ sở ở Vancouver nhưng việc này lại khiến HP phải chịu chi phí tồn kho rất cao. Bộ phận quản lý tại Vancouver đã tiến hành xem xét nhiều phương án để giảm lượng hàng tồn kho trong khi vẫn duy trì được mức dịch vụ khách hàng đã định. Lúc đầu, họ định cải thiện hệ thống logistic bằng cách tập trung vào 1 khâu là giảm sự biến động trong giao hàng. Họ cân nhắc việc sử dụng các phương thức vận chuyển hàng nhanh hơn, như vận chuyển bằng đường hàng không, để giảm hàng tồn kho đang lưu chuyển và giảm hàng tồn kho dự phòng khi thời gian giao hàng chậm. Tuy nhiên, phương án này tỏ ra quá tốn kém. Sau đó, HP đã tìm ra một giải pháp mới tốt hơn hẳn khi xem xét một cách hệ thống chuỗi logistic. Công ty đã quyết định chỉ phân loại nguồn điện và sách hướng dẫn của máy in khi đã nhận được đơn đặt hàng chính thức. Điều này cho phép H giảm được lượng hàng tồn kho xuống còn 5 tuần trong khi vẫn duy trì dịch vụ khách hàng ở mức 98%, từ đó, tiết kiệm được hơn 30 triệu

USD mỗi năm. Bên cạnh đó, chi phí vận tải cũng giảm vài triệu USD do máy in được vận chuyển chung với khối lượng lớn thay vì đóng gói riêng để vận chuyển tới từng nước. Chính nhờ việc xem xét toàn bộ hệ thống và nắm được mối tương quan giữa các hoạt động mà Công ty đã có thể đưa ra giải pháp logistic có tính đột biến này.

Bài tập và tình huống

Câu hỏi

1. Logistics liên quan đến nỗ lực về Marketing như thế nào? Đừng quên thảo luận về dịch vụ khách hàng, sự hài lòng của khách hàng, sự hòa hợp của những nỗ lực, và chi phí và thực hiện đầu ra.

2. Những lợi ích khác nhau và Logistics ảnh hưởng trực tiếp hay gián tiếp đến mỗi lợi ích như thế nào?

3. Tại sao Logistics nhận được nhiều sự chú ý như một chức yếu tố lược của tổ chức?

4. Chứng minh Logistics là công cụ hữu hiệu giúp các doanh nghiệp nâng cao khả năng cạnh tranh? Cho ví dụ?

5. Tại sao phải phân tích tổng thể các chi phí Logistics, mà không nên phân tích riêng lẻ từng chi phí?

6. Tìm hiểu và trình bày một số dịch vụ logistics trong các công ty hoạt động logistics tại Việt Nam mà anh chị biết?

Hãy thảo luận điểm thách thức đối với Logistics hiện nay? Xác định khu vực lớn nhất có cơ hội phát triển Logistics mà bạn thấy, và giải thích tại sao bạn chọn khu vực đó?

Tình huống

Wal-Mart

Vào năm 1962 Sam Walton đã mở 1 cửa hàng bán giá rẻ ở Rogers, Arizona. Ông đã lôi cuốn những khách hàng với sự kết hợp giá thấp, một chuỗi rộng hàng hóa và các dịch vụ một cách thân thiện. Sam đã gọi cửa hàng của mình là Wal-Mart, và đã thành công khi mà ông đã nhanh chóng mở ra nhiều chi nhánh. Vào năm 1983 ông ấy đã mở câu lạc bộ cửa hàng cho nhiều thành viên tham gia, và vào năm 1988 một trung tâm mua sắm đầu tiên bán hàng tạp hóa. Khoảng năm 1991, WM đã trở thành tập đoàn bán lẻ dẫn đầu tại USA, và đã bắt đầu mở rộng trên thế giới. Nó đã di chuyển đến Mexico, Puerto Rico và Canada, và đến tận cả Nam Mỹ, Châu Á và Châu Âu. Hầu hết nó mở rộng bằng cách là mua các công ty tại địa phương đó như là ASDA ở Anh. Wal-Mart cũng luôn

luôn giữ ấn tượng như nhau ở mọi nơi về giá thấp, một chuỗi sản phẩm rộng và các dịch vụ thân thiện. Quang cảnh được mô tả trước mỗi cửa hàng, nơi mà các nhân viên đón chào khách hàng và mời chào một cách đặc biệt và quảng cáo. Vào năm 2000 WM đã là tập đoàn bán lẻ lớn nhất thế giới với 4000 cửa hàng, phục vụ 100 triệu khách hàng một tuần, lao động 1,2 triệu nhân viên – hay là ‘các đối tác’ – một doanh thu hàng năm với 175 tỷ đôla Mỹ và lợi nhuận là 6 tỷ đôla Mỹ một năm. Bạn có thể tưởng tượng kích cỡ của Logistics tại WM. Tại lục địa USA họ có 85000 nhà cung cấp gửi 1,5 tỷ \$ nguyên vật liệu đáng giá một tuần đến 62 trung tâm phân phối chính, và đến 1800 cửa hàng WM, 800 trung tâm mua sắm, 460 SAM’s club và 13 siêu thị lân cận. Một phần lớn chi phí hoạt động của WM phụ thuộc vào hiệu quả của logistics. Khi dự trữ quá chặt, một thay đổi nhỏ trong thực hiện logistics và chi phí dường như là có tác dụng đến lợi nhuận. Điều này lý giải tại sao WM sử dụng công nghệ năng suất cao nhất và hệ thống phân phối công phu. Thành công của họ có thể được đánh giá bởi sự tiếp tục mở rộng, với doanh thu bán hàng hàng năm lên đến 20% trong quý đầu năm 2000

Nguồn : Wal-Mart reports and website at
www.walmartstores.com

Bài tập về ROA

J.Mitchell hiện tại bán hàng 10triệu £ một năm, với mức độ hàng tồn kho là 25% số bán. Chi phí cho việc lưu kho là 20% giá trị hàng hóa. Chi phí hoạt động (bao gồm cả chi phí hàng tồn kho) là 7.5 triệu pound một năm và trị giá các tài sản khác là 20 triệu pound. Tính ROA? Nếu muốn mức độ hàng tồn kho giảm xuống 20% của tổng lượng bán, bằng cách nào để thay đổi ?

Trả lời:

a) *Vị trí hiện tại là:*

$$\begin{aligned} \text{Chi phí hàng tồn kho} &= \text{tổng giá trị hàng tồn kho} * \text{chi phí lưu kho} \\ &= 10 \text{ triệu} * 0,25 * 0,2 = 0.5 \text{ triệu/năm} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Tổng chi phí} &= \text{Chi phí hoạt động} + \text{chi phí hàng tồn kho} \\ &= 7,5 \text{ triệu} * 0,5 \text{ triệu} = 8 \text{ triệu/năm} \end{aligned}$$

$$\text{Lợi nhuận} = \text{giá trị hàng bán} - \text{tổng chi phí}$$

$$= 10 \text{ triệu} - 8 \text{ triệu} = 2 \text{ triệu/năm}$$

Tổng tài sản = tổng các tài sản khác + hàng tồn kho

$$= 20 \text{ triệu} + (10 \text{ triệu} * 0,25) = 22,5 \text{ triệu}$$

ROA = lợi nhuận / tổng tài sản

$$= 2 \text{ triệu} / 22,5 \text{ triệu} = 0,089 \text{ hay là } 8,9\%$$

b) *Nếu hàng hóa tồn kho giảm xuống 20% của lượng bán, ta có:*

Chi phí hàng tồn kho = 10 triệu * 0,2 * 0,2 = 0,4 triệu/năm

Tổng chi phí = 7,5 triệu + 0,4 triệu = 7,9 triệu/năm

Lợi nhuận = 10 triệu - 7,9 triệu = 2,1 triệu/năm

Tổng tài sản = 20 triệu + (10 triệu * 0,2) = 22 triệu

ROA = 2,1 triệu / 22 triệu = 0,095 hay 9,5 %

Giảm hàng tồn kho làm cho chi phí hoạt động thấp hơn, lợi nhuận cao hơn và tăng đáng kể ROA

Tình huống

Ace Dairies đưa ra dịch vụ phân phối sữa tại nhà, sản phẩm từ bơ sữa và chuỗi các hàng hóa liên quan. Roger Smitheram đã duy trì sản phẩm từ bơ sữa trong 12 năm qua. Sản phẩm của ông ta là sự kết hợp các hàng hóa với nhau (các hàng hóa mà ông ta phân phối) và dịch vụ (sự phân phối và liên kết các công việc cho khách hàng). Phần chính của các hoạt động là hệ thống thông tin chứa đựng đầy đủ các chi tiết của 500 khách hàng của Rogers, bao gồm các đơn đặt hàng thường xuyên, các đơn đặt hàng đặc biệt, nơi phân phối, họ thanh toán bằng cách nào,... Mỗi ngày hệ thống đó tính toán gần như số lượng bán của tất cả các sản phẩm trong vài giây. Roger cộng một số dư của sự an toàn, cho phép có thể có sự biến đổi và di chuyển theo lệnh của ông đến Unigate Dairy ở Totnes Devon (khoảng 150km). Kho hàng ở Unigate thực hiện vai trò của 1 nhà bán buôn cho những người bán sữa ở xứ Wales và miền tây nam nước Anh. Buổi tối sau đó, nó phân phối đến kho chứa hàng ở Camborne, và sau đó thì hàng hóa của Roger phải mất 10km đến một cửa hàng lạnh ở Hayle. Vào 5h30 sáng hôm sau Roger thu thập đơn đặt hàng từ cửa hàng lạnh của ông và bắt đầu phân phối đến khách hàng. Như thường lệ hoạt động này diễn ra cho đến 1h30 mỗi buổi

chiều, nhưng vào mỗi ngày thứ sáu, ông ấy mất thời gian nhiều hơn để thu tiền và thường kết thúc sau 5h chiều. Có một vài vấn đề đặc biệt đương đầu trước mắt Ace Dairies. Ví dụ, có một vài biến đổi trong nhu cầu hàng ngày, vì vậy Roger mang theo hàng hóa dư ra. Ông ấy không thể mang theo quá nhiều, vì sản phẩm dairy có thời hạn ngắn và bất kỳ sản phẩm nào không phân phối nhanh thì phải ném đi. Roger nhắm vào việc giữ những đơn vị đến 2% lượng bán. Cũng có nhiều vấn đề duy trì dịch vụ hàng ngày nghi lễ, hoặc khi Unigate có khó khăn với những người phân phối của họ. Có lẽ sự lo lắng chủ yếu của Roger là duy trì việc buôn bán của ông ấy trong một thời kỳ dài. Nhu cầu của những người phân phát sữa đến ngưỡng cửa đang xuống dốc, vì mọi người mua sữa nhiều hơn tại những siêu thị. Số người phân phát sữa tại Hayle cũng giảm từ 10 năm 1987 xuống 3 năm 2001. Hầu hết những khách hàng của Roger tồn tại với ông trong khoảng 1 vài năm, nhưng ông phát hiện ra những khách hàng mới bằng cuộc vận động, phát tờ rơi, những lời mời chào đặc biệt, mang đến 1 chuỗi các sản phẩm khác,...

Câu hỏi

1. Mô tả chuỗi cung ứng sữa
2. Ace Dairies phù hợp ở đâu? Những hoạt động đặc biệt từ Logistics ở Ace Dairies?
3. Vấn đề chính mà Ace Dairies gặp phải trong quá trình Logistics là gì?

Nguồn: Roger Smitheram and internal reports

CHƯƠNG 2: HỆ THỐNG THÔNG TIN

2.1. Tầm quan trọng của hệ thống thông tin trong hoạt động logistics.

2.1.1. Khái niệm hệ thống thông tin.

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

- 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 điệp 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 kỳ quan trọng, vì thiếu thông tin nên có thể xảy ra những việc chông chéo nhau. Ví dụ như: A và B cùng ở trong một thành phố. A đang rất cần một loại thiết bị chuyên dụng. Sau một thời gian tìm kiếm vất vả, A mới mua được thiết bị từ châu lục khác đưa về. Và trong một dịp tình cờ thì A mới biết B có đúng thiết bị mình cần. Mà trong khi đó giá của B đưa ra chỉ bằng một nửa giá so với A đã bỏ ra. Như vậy để chứng tỏ thấy rằng, thiếu thông tin thì cả hai cùng chịu thiệt thòi.

Chính vì thế mà khi logistics phát triển toàn cầu thì hệ thống thông tin có vai trò đặc biệt quan trọng. Thông tin chính xác, kịp thời là nền tảng đảm bảo sự thành công của logistics. Hệ thống thông tin hiện đại cũng là dấu hiệu quan trọng để phân biệt một công ty logistics với một công ty giao nhận truyền thống.

Hệ thống thông tin bao gồm

- 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...
- 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...
- Thông tin trong từng khâu của dây chuyền cung ứng: dịch vụ khách

hàng, kho tàng, bến bãi, vận tải...

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

Trong hệ thống thông tin phức tạp này thì xử lý đơn hàng của khách hàng là khâu trung tâm.

2.1.2. Lợi ích của quản trị hệ thống thông tin logistics.

- Quản trị hệ thống thông tin logistics là cần thiết để chuẩn bị cho việc quản trị với kiến thức để tìm kiếm thị trường mới; để làm thay đổi việc thiết kế bao bì đóng gói, để chọn quyền, hợp đồng, hoặc là người chuyên chở riêng; để thiết lập cấp độ dịch vụ khách hàng sinh lời; để chọn giữa nhà kho công cộng và riêng; để xác định số nhà kho và quy mô đặt hàng, có thể được tự động. Để tạo ra những quyết định chiến lược, việc quản trị cần phải biết chi phí và thu nhập sẽ thay đổi như thế nào?

- Một khi việc quản trị đã có một quy định, nó phải định giá sự thực hiện các thủ tục cơ bản để xác định liệu hệ thống đó hoạt động có hạn chế hay không? Ở cấp độ thích hợp với lợi nhuận kỳ vọng ban đầu không?

2.2. Những bước cải tiến của hệ thống thông tin trong hoạt động logistic.

2.2.1. Chu trình đặt hàng

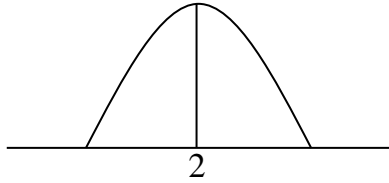
Chu trình đặt hàng bắt đầu từ khi khách hàng bắt đầu đặt hàng cho đến khi kết thúc – tức là khi sản phẩm được giao tận tay khách hàng, được khách hàng chấp nhận nhập kho.

Một chu trình đặt hàng chuẩn bao gồm:

- 1) Chuẩn bị đơn hàng và chuyển đi
- 2) Đơn hàng được chấp nhận và lưu vào hệ thống (ghi sổ...)
- 3) Quán trình giải quyết đơn hàng
- 4) Lựa chọn, đóng gói...Chuẩn bị hàng hóa theo yêu cầu của khách hàng
- 5) Vận chuyển hàng hóa
- 6) Giao nhận hàng và bốc dỡ

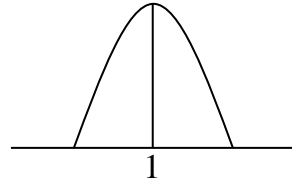
Giả sử khi việc đặt hàng được thực hiện bằng tay, thì chu trình đặt hàng cần một khoảng thời gian.

1. Khách hàng chuẩn
đơn hàng bị và gửi đi



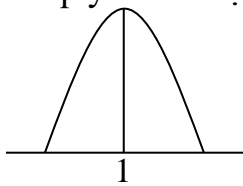
Thời gian dao động 1 – 3 ngày

2. Nhà cung cấp
nhận đơn hàng



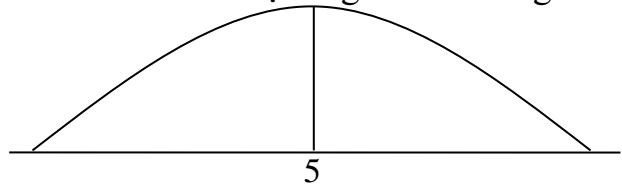
Thời gian dao động 0,5 – 1,5 ngày

3. Giải quyết đơn đặt hàng



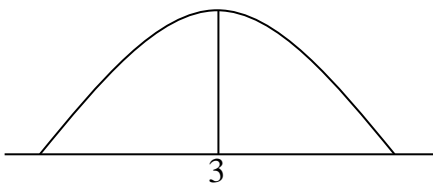
Thời gian dao động 0,5 – 1,5 ngày

4. Chuẩn bị hàng hóa và đóng



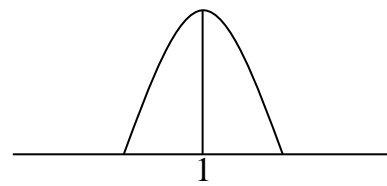
Thời gian dao động 1 – 9 ngày

5. Vận chuyển hàng hóa



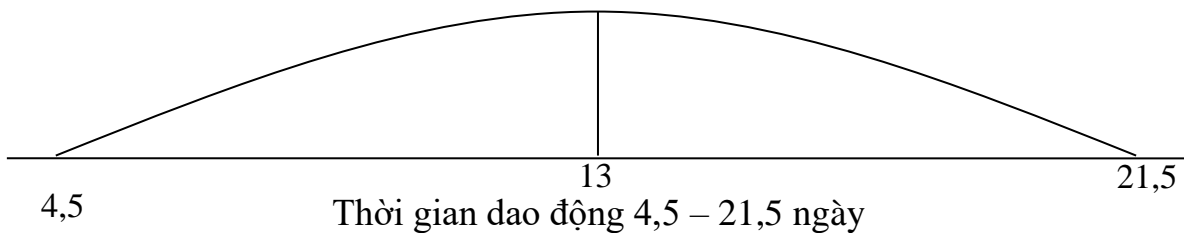
Thời gian dao động 0,5 – 1,5 ngày

6. Giao hàng cho khách



Thời gian dao động 0,5 – 1,5 ngày

Tổng cộng

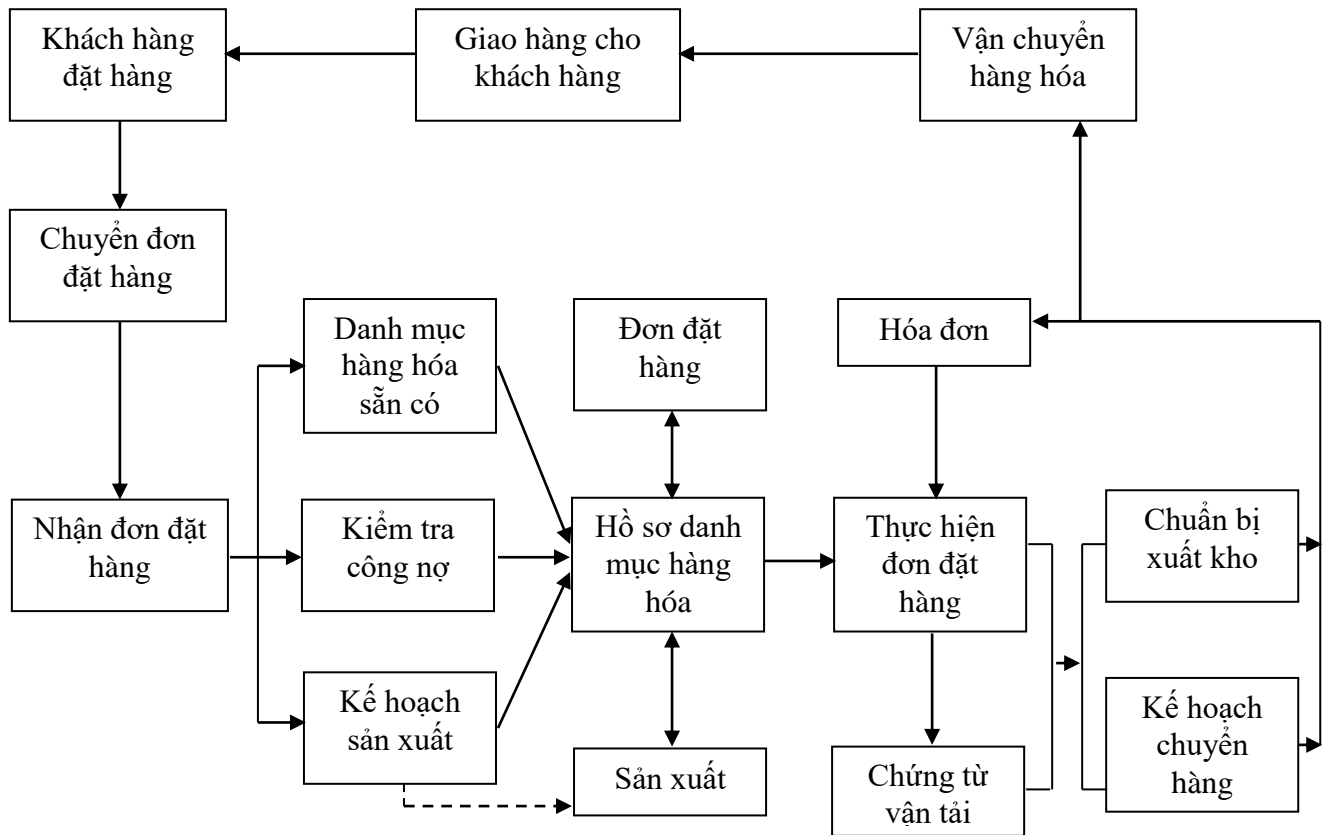


Thời gian dao động 4,5 – 21,5 ngày

Hình 2.2: Chu trình đặt hàng khi có những thay đổi

2.2.2. Các hoạt động logistics trong một đơn hàng

* Chúng ta xem xét đường đi thông tin trong quá trình của một đơn hàng



Hình 2.3: Đường đi của một đơn hàng

- > Thông tin trực tiếp
- - - - -> Thông tin gián tiếp

Chu trình đặt hàng khởi đầu nhiều hoạt động logistics:

- 1) Xác định cách thức chuyên chở, hãng vận tải và bốc hàng.
- 2) Phân chia hàng hóa tồn kho và chuẩn bị bảng kê khai chọn lọc và đóng gói.
- 3) Thực hiện việc chọn lọc và đóng gói tại kho hàng.
- 4) Cập nhật các danh mục hàng hóa tồn kho, trừ ra những hàng hóa được lựa chọn thực tế.
- 5) Tự động in bảng kê khai bổ sung

6) Chuẩn bị tài liệu vận chuyển bằng đường biển (hóa đơn bốc hàng nếu sử dụng hãng tàu chung).

7) Vận chuyển bằng sản phẩm đến khách hàng.

2.2.3. Quá trình đặt hàng cung cấp những thông tin quan trọng cho MIS.

Quá trình đặt hàng là một trong những khâu cung cấp thông tin quan trọng và cần thiết cho hệ thống quản trị thông tin.

Những đơn hàng được lưu trữ trong máy tính bao gồm: mức độ bảo quản hàng hóa tồn kho và báo cáo tình trạng sản xuất, báo cáo tài chính và đặc biệt là báo cáo quản trị.

Quá trình đặt hàng cần phải có dòng thông tin từ bộ phận này đến bộ phận khác, cũng giống như sự tham khảo hoặc truy cập nhiều dữ liệu như: tình trạng thẻ tín dụng của khách hàng, hàng hóa sẵn có, kế hoạch vận chuyển. Hệ thống thông tin có thể được tự động hóa hoặc là làm bằng tay. Phụ thuộc vào sự tinh vi của hệ thống đặt hàng và ban quản trị hệ thống thông tin (MIS); chất lượng và tốc độ của dòng thông tin sẽ biến đổi, ảnh hưởng đến khả năng sản xuất để đạt được sự hợp nhất vận chuyển và mức độ tồn kho thấp nhất có thể.

Đường đi của một đơn hàng phải qua nhiều khâu và xử lý nhiều thông tin liên quan. Vì vậy, cách thức truyền thông tin và xử lý thông tin có ảnh hưởng lớn đến toàn bộ chu trình đặt hàng.

Có nhiều cách để trao đổi thông tin, thực hiện đơn đặt hàng:

- Thực hiện bằng tay
- Sử dụng điện thoại
- Truyền tin điện tử

Đặc trưng của các hình thức này

Cách thực hiện đơn giản nhất là đơn hàng được lập bằng cách viết tay, hoặc đánh máy rồi gửi cho nhà cung cấp, bằng cách gửi đường bưu điện. Cách này có ưu điểm là chi phí thực hiện thấp, nhưng hạn chế của nó là tốc độ chậm, độ chính xác thấp và lỗi dễ xảy ra thường xuyên. Bởi vì thời gian để hoàn thành các hoạt động đa dạng là khá dài và biến đổi, thông tin bị trì hoãn xảy ra thường xuyên và sẽ dẫn đến hiệu quả cũng thấp, hạn chế khả năng của một doanh nghiệp một cách nghiêm trọng trong việc thực hiện quản trị logistics hợp nhất,

đặc biệt là giảm chi phí trong khi duy trì và cải thiện dịch vụ khách hàng. Một vài lỗi phổ biến khi thực hiện bằng tay bao gồm: không có khả năng phát hiện ra lỗi định giá, không truy cập được thông tin tín dụng khách hàng, hoặc là xác định hàng tồn kho sẵn có. Kết quả tiêu cực có thể xảy ra là: hóa đơn bị lỗi, việc thanh toán bị trì hoãn, loại bỏ đơn hàng không thích hợp vì thông tin hàng hóa tồn kho không đúng. Như vậy sẽ bỏ lỡ đơn hàng, và chi phí cao hơn cộng thêm giảm khả năng lợi nhuận của việc sản xuất.

Bước tiến sau cách thực hiện bằng tay là sử dụng điện thoại, fax... Phương pháp này giúp rút ngắn được thời gian đặt hàng một cách đáng kể. Ở cả 2 phương pháp vừa nêu trên, khi nhận được đơn hàng, bộ phận thông tin sẽ tiến hành ghi sổ và triển khai các bước tiếp sau đó, nhìn chung cũng làm cho tốc độ chậm đi.

Bảng 2.1: So sánh các cách thực hiện trao đổi thông tin để đặt hàng

| Các đặc trưng | Thực hiện bằng tay | Sử dụng điện thoại | Truyền tin điện tử trực tuyến |
|------------------------------------|---------------------------|---------------------------|--------------------------------------|
| Tốc độ | Chậm | Trung bình | Nhanh |
| Chi phí thực hiện / duy trì | Thấp | Trung bình | Đầu tư cao, chi phí hoạt động thấp |
| Hiệu quả | Thấp | Tốt | Rất tốt |
| Độ chính xác | Thấp | Trung bình | Cao |

Đến khi máy tính ra đời, phát triển và nối mạng, thì đã tạo ra cuộc cách mạng trong việc thực hiện đơn đặt hàng và tạo điều kiện cho logistics ra đời và phát triển.

Máy tính gồm hàng ngàn mạch chuyển (switch) nối với nhau qua các dây dẫn - đường dẫn tín hiệu. Trước khi transistor xuất hiện, linh kiện mạch chuyển căn bản là các bóng đèn chân không. Đến khi transistor bán dẫn ra đời, bóng đèn chân không hầu như bị loại bỏ khỏi máy tính. Với sự phát triển nhanh chóng của công nghệ và kỹ thuật, ngày nay người ta có thể tạo ra nhiều mạch chuyển, hiện nay lên đến hàng triệu, trong các thành phần số gọi là mạch tích hợp (Integrated

Circuit – IC). IC còn được gọi là chip, đó là các mảnh silicon nhỏ tích hợp các thành phần mạch vào đó.

Vào cuối những năm 1960 và suốt các năm 1970, 1980 kỹ thuật chế tạo các mạch chuyển bán dẫn thay đổi nhanh chóng. Nhiều công ty đã có thể sản xuất nhiều thiết bị chỉ trên một con chip. Các thiết bị có ít linh kiện sử dụng kỹ thuật tích hợp nhỏ (SSI - Small Scale Integration) các thiết bị gồm vài trăm linh kiện kỹ thuật tích hợp chung (MST – Medium Scale integration). Hiện nay các nhà chế tạo có thể sản xuất mạch xử lý gồm hàng triệu Transistor trên một chip. Các chip có trên một ngàn mạch chuyển dung kỹ thuật tích hợp lớn (LSI – Large Scale Integration) và hàng trăm ngàn mạch chuyển dùng kỹ thuật tích hợp rất lớn (VLSI – Very Large Scale Integration).

Nhờ những bước tiến trên đây mà đã biến máy tính thành những bộ não thông minh đặc biệt, một công cụ không thể thiếu trong mọi lĩnh vực của cuộc sống.

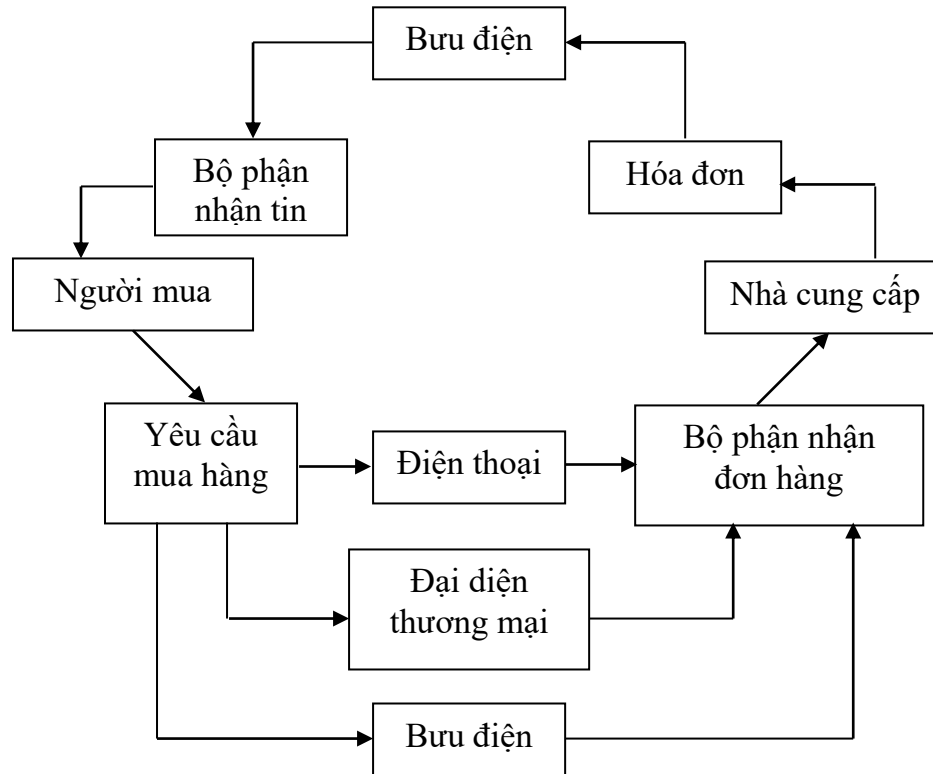
Trong lĩnh vực logistics, máy tính càng khẳng định vị trí quan trọng của mình. Một chuyên gia logistics đã phát biểu: “Máy tính thực sự là một ngăn chứa hồ sơ khổng lồ, máy tính có khả năng tính toán cực nhanh và khi được liên kết với một máy in, máy tính sẽ giúp soạn thảo những văn bản, đơn hàng...nhanh chóng, chính xác. Máy tính lưu trữ các dữ liệu cơ bản của toàn bộ hoạt động logistics trong bộ nhớ, xử lý các số liệu theo yêu cầu và phục vụ đắc lực cho quá trình quản lý vật tư, hàng hóa”.

Nhờ có máy tính mà số lượng hồ sơ khổng lồ được ghi lại và xử lý. Nhờ vậy mà giải phóng các nhân viên khỏi những công việc giấy tờ, tập trung vào các công việc mang tính chiến lược, sáng tạo. Máy vi tính xử lý số liệu, tổng hợp nhu cầu nhanh chóng, chính xác. Nó xác định được đúng lượng hàng tồn kho tại bất kỳ thời điểm nào. Dựa trên những thông tin chính xác và nhanh chóng như vậy mà các cán bộ logistics có thể đưa ra quyết định kịp thời, đúng đắn. Không những thế, máy tính còn giúp việc dự báo nhu cầu trong tương lai một cách chính xác, nhẹ nhàng. Tự động hóa giúp người quản lý hợp hệ thống logistics và cho phép chúng giảm chi phí trong suốt việc giảm lượng hàng tồn kho và tỷ lệ

cước phí chuyên chở. Giao tiếp bằng mạng là một trong những nhân tố quan trọng để đạt được tổng chi phí logistics thấp nhất.

** Bước cải tiến của dòng thông tin*

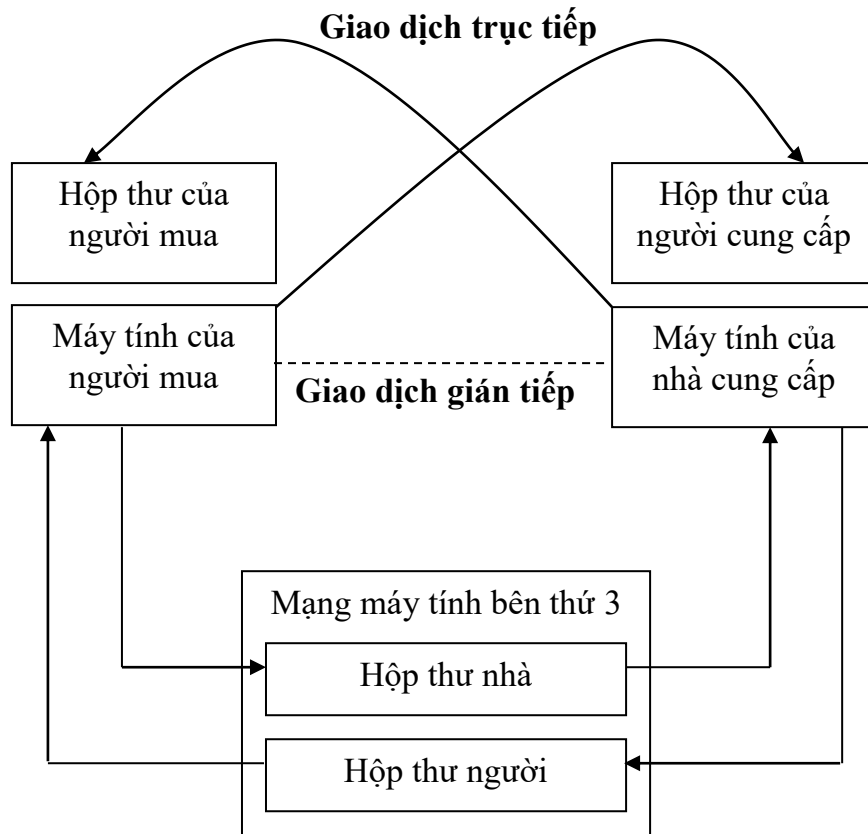
Có 2 kiểu dòng thông tin cơ bản: dòng thông tin theo kiểu giao dịch truyền thống và dòng thông tin theo kiểu giao dịch điện tử.



Hình 2.4: Dòng thông tin theo kiểu truyền thống

Dòng thông tin theo kiểu truyền thống chỉ áp dụng khi mà quy mô sản xuất còn nhỏ, nhu cầu ít, quy trình này không quá phức tạp và có thể thực hiện bằng tay.

Nhưng khi sản xuất phát triển, lượng hàng hóa cung cấp nhiều về số lượng, phức tạp về chủng loại, rộng về đại bàn và đòi hỏi chặt chẽ về thời gian, số hồ sơ, chứng từ như: hóa đơn, báo cáo hàng tồn kho, phiếu yêu cầu, báo cáo cấp trên...rất nhiều, thì việc xử lý bằng tay sao cho chính xác, kịp thời không phải là khả thi, phải có sự giúp sức của máy tính. Chính vì vậy dòng thông tin theo kiểu giao dịch điện tử được ứng dụng.



Hình 2.5: Dòng thông tin giao dịch điện tử

Máy tính không chỉ giúp nâng cao chất lượng và hiệu quả ở tất cả các khâu:

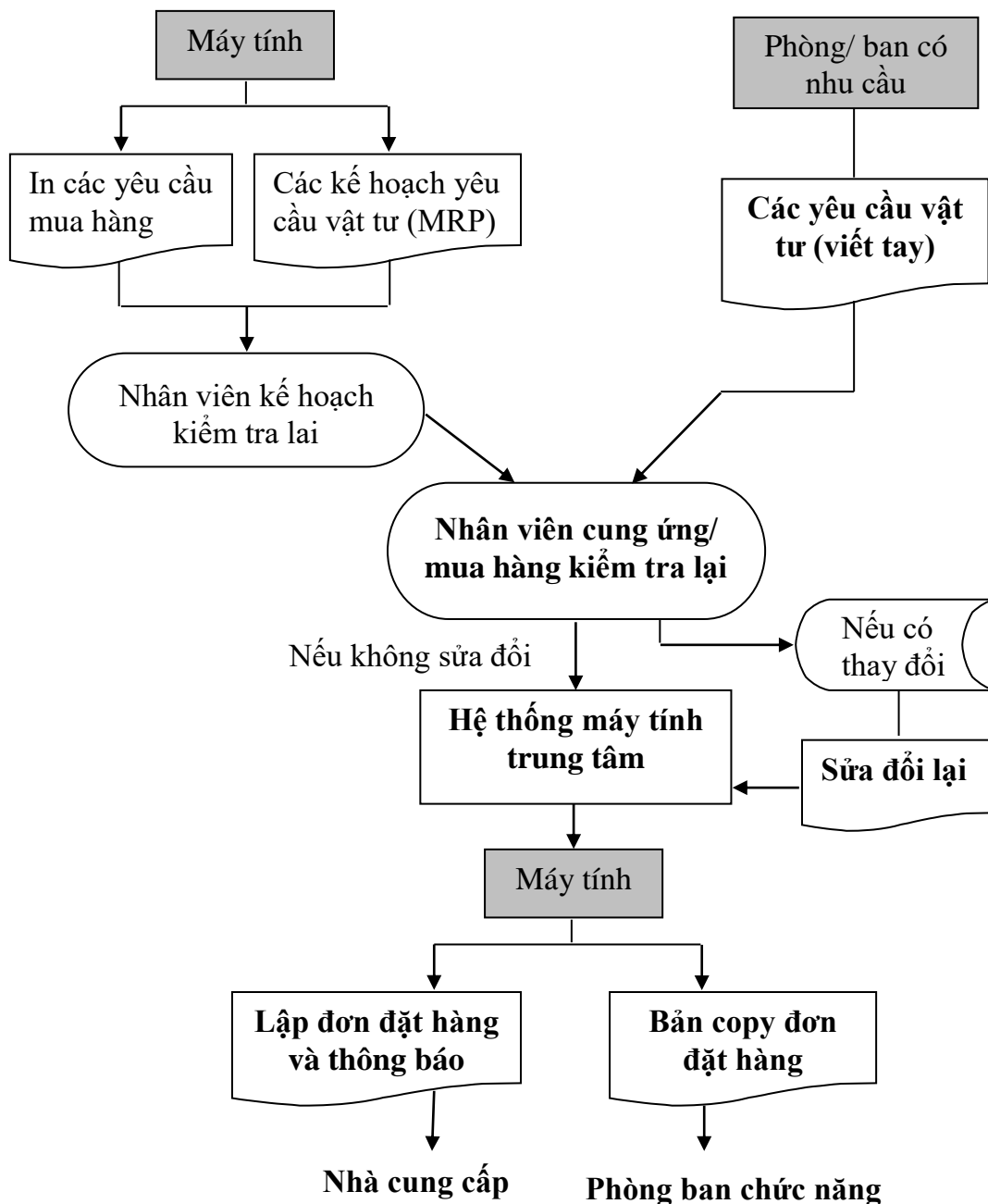
- Quản lý xuất, nhập, tồn kho vật tư
- Tự động lập yêu cầu vật tư (khi tồn kho đến điểm tới hạn)
- Lập đơn hàng và kiểm tra đơn đặt hàng
- Theo dõi, xúc tiến việc thực hiện các đơn hàng
- Lưu trữ các đơn hàng đã thực hiện
- Sử dụng trong việc phân tích tình hình thực hiện các đơn đặt hàng
- Lập các báo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

Trong các khâu quản lý vật tư và lập đơn hàng, máy tính đóng vai trò rất quan trọng. Cụ thể trong cá hệ thống quản lý vật tư điều hành bằng tay thì các hồ sơ của công ty/phòng logistics được lưu trữ dưới các hình thức sổ sách, thẻ kho, thẻ khách hàng..., các hồ sơ, báo cáo lập bằng tay nên chậm, trình bày không đồng nhất và đôi khi thiếu chính xác. Còn trong hệ thống quản lý vật tư bằng máy tính, thì các dữ liệu được lưu trữ trong máy hay tạo thành các tập tin, rất

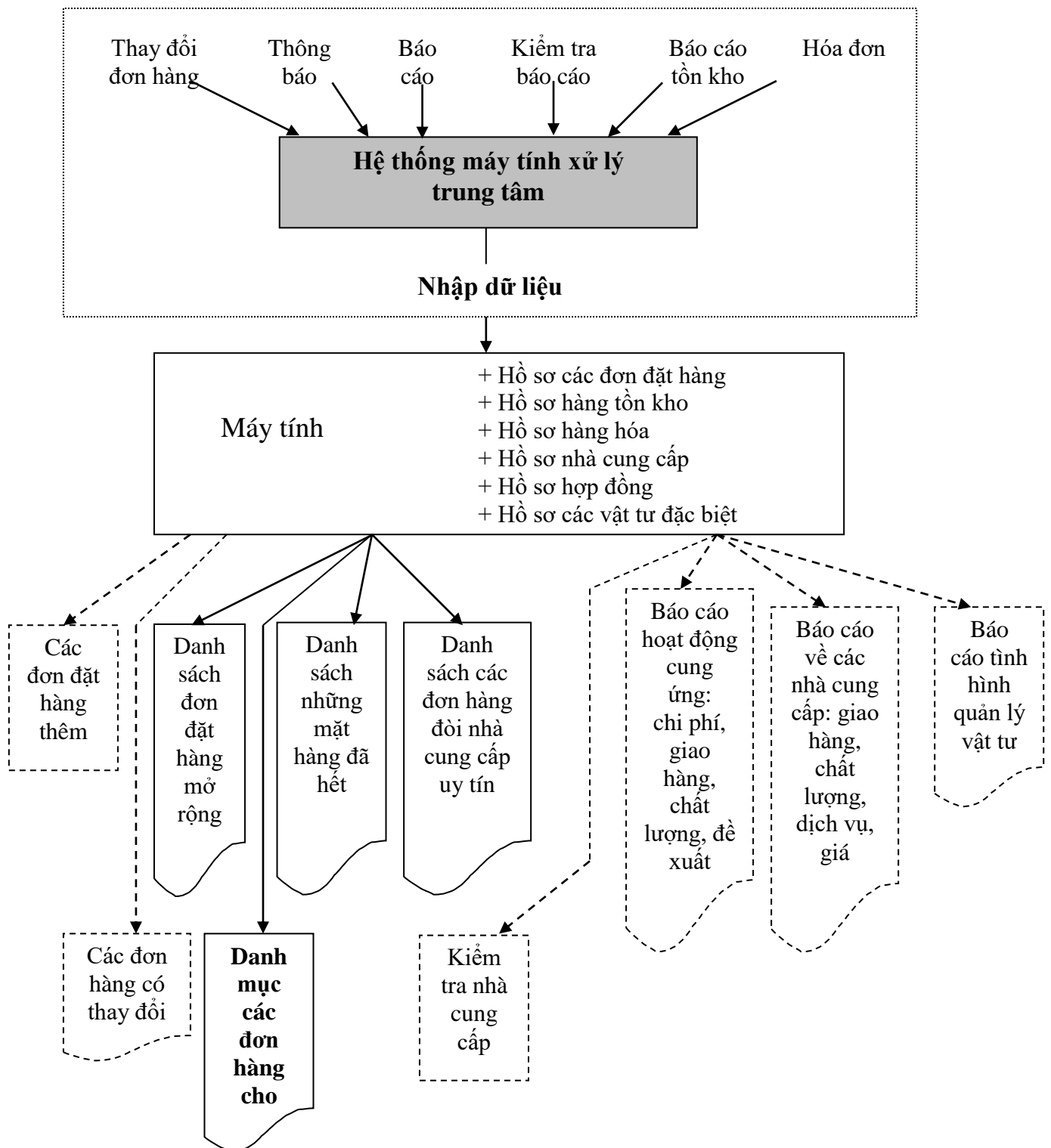
tiện lợi cho việc truy cập, nhờ vào bộ xử lý trung tâm. Trên cơ sở đó lập được báo cáo nhanh chóng, chính xác, theo mẫu thống nhất. Ở các công ty khác nhau thì hoạt động quản lý dữ liệu trong máy tính khác nhau, nhưng nhìn chung thì có thể diễn ra theo các sơ đồ sau:

Các vật tư quản lý bằng máy tính

Các vật tư không quản lý bằng máy tính



Hình 2.6: Sơ đồ lập đơn hàng trong hệ thống quản lý vật tư bằng máy tính



Hình 2.7: Sơ đồ hệ thống quản lý vật tư bằng máy tính

* *Thiết kế hệ thống thông tin*

- Sự hiểu biết về khách hàng là bước đầu tiên trong hệ thống thiết kế. Kế hoạch của quản trị thông tin Logistics cần phải bắt đầu với việc khảo sát nhu cầu và xác định mức chuẩn của việc thực hiện cho việc đáp ứng nhu cầu.

- Tiếp theo, nhu cầu khách hàng phải được phù hợp với khả năng hiện tại của công ty và các hoạt động hiện tại phải được khảo sát để nhận biết khu vực sẽ yêu cầu kiểm tra.

- Nguồn số liệu: số liệu cho quản trị hệ thống thông tin logistics có thể lấy từ nhiều nguồn khác nhau. Hầu hết các nguồn số liệu cơ bản phổ biến là hệ thống đơn đặt hàng, những báo cáo của công ty, số liệu công nghiệp và số liệu quản trị.

+ Hệ thống đơn đặt hàng là khả năng cung cấp số liệu về vị trí (nơi ở) của khách hàng, các khoản (món hàng) được yêu cầu, doanh thu từ khách hàng và hàng hóa, số bán hàng mẫu, kích cỡ và người bán hàng.

+ Báo cáo của công ty thường cung cấp các thông tin về sản xuất, chi phí logistics, chi phí vốn, các nguồn của công ty và các lượng tiền phải trả trên các khoản như: bảo hiểm, thuế, số không còn dùng nữa và thiệt hại.

- Khả năng của một hệ thống thông tin điện toán hóa.

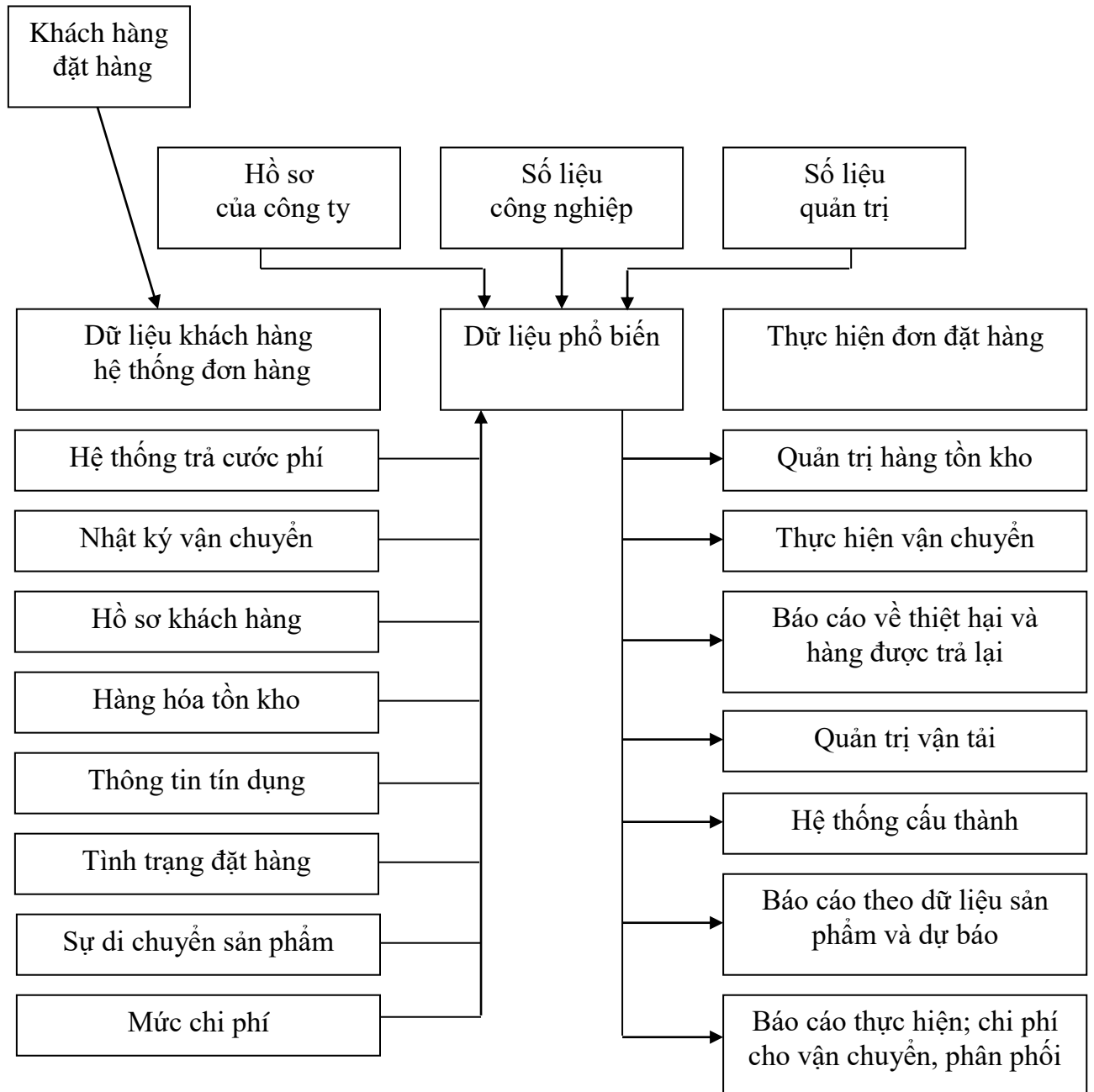
Số liệu công nghiệp có thể thu được từ hoạt động thương mại và các tổ chức chuyên nghiệp. Các công ty như: AC Nielsen bán các thống kê của các đối thủ và những thông tin liên quan về thị phần. Các bài báo chuyên nghiệp và các công bố thương mại là những số liệu rất hữu ích. Họ có thể báo cáo từ nghiên cứu của các dự án và các cuộc khảo sát.

Quản trị cũng cung cấp các kho dữ liệu trên điện hóa với các đầu vào hữu ích. Các đầu vào này có thể gồm: sự phản ứng lại của đối thủ, xu hướng bán hàng, chính sách của chính phủ, khả năng cung ứng, và khả năng thành công của việc thay thế chiến lược.

Thông thường kho dữ liệu chứa đựng các dữ liệu điện toán hóa như hệ thống trả cước phí, nhật ký vận chuyển, tình trạng hàng tồn kho, mở đơn đặt hàng, hủy đơn đặt hàng và các mức phí chuẩn của các hoạt động logistics, cũng giống như marketing và sản xuất. Hệ thống thông tin điện toán hóa có khả năng là dữ liệu phục hồi, dữ liệu thứ cấp, dữ liệu phân tích và các báo cáo phát sinh.

+ Các dữ liệu phục hồi: là khả năng của các dữ liệu được lấy lại, như: tỷ lệ cước phí, mức chi phí nhà kho hay tình trạng hiện tại của các khách

hàng đặt hàng. Cơ bản, những số liệu này vẫn còn là các bảng số liệu thô. Việc ghi lại bằng điện toán cho phép truy cập nhanh thông tin và thuận lợi.



Hình 2.8: Dòng chu chuyển thông tin của logistics

+ Các dữ liệu thứ cấp (được chế biến) là khả năng chuyển các dữ liệu thành các bảng có ích hơn bởi sự liên quan đơn giản và các biến đổi phức

tạp. Ví dụ số liệu thứ cấp bao gồm sự chuẩn bị của cấu trúc bốc dỡ hàng hóa vào kho, chuẩn bị các vận đơn và in các đơn mua hàng.

+ Các dữ liệu phân tích: Phân tích số liệu chỉ ra việc lấy số liệu từ các đơn đặt hàng và cung cấp cho việc quản trị với thông tin về chiến lược và các quy định hữu ích. Một số thuật toán và mô hình thông kê là có giá trị để trợ giúp cho việc quản trị của các công ty, bao gồm các chương trình tuyến tính và các mô hình ước tính.

+ Đặc điểm cuối cùng của hệ thống thông tin là các báo cáo phát sinh. Loại báo cáo này có thể bắt nguồn từ hệ thống quản trị thông tin logistics bao gồm: thực hiện đơn hàng; báo cáo quản trị hàng tồn kho; báo cáo thực hiện vận chuyển; báo cáo thiệt hại; báo cáo quản trị vận chuyển;...có thể chứa đựng các kết quả từ các mô hình toán và thống kê và báo cáo chi phí cho logistics.

2.3. Sử dụng hệ thống thông tin logistics để hỗ trợ sự cạnh tranh

Khách hàng càng ngày càng đòi hỏi cao hơn. Họ muốn thời gian phân phối thích hợp, chu trình đặt hàng cũng phải thích hợp,...Để đáp ứng được những yêu cầu đó, cần thiết phải thực hiện hệ thống thông tin logistics tích hợp hỗ trợ bởi các con số kỹ thuật như mã vạch (Bar – coding), EDI (Electronic Data Interchange) - hệ thống trao đổi dữ liệu điện tử, POS (point of sale) - sự thu nhập thông tin và truyền tin, và EFT (Electronic funds transfer) - chuyển tiền bằng điện tử. Mã vạch và POS có thể kết nối để hỗ trợ sự trả lời nhanh chóng hoặc trả lời khách hàng có hiệu quả (ERC – efficiency response consumer), có thể tái tạo lại tổng thời gian chu trình đặt hàng.

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

Hệ thống trao đổi dữ liệu điện tử là hệ thống trao đổi dữ liệu từ máy tính qua máy tính trong cùng một bộ phận với nhau.

Trao đổi dữ liệu điện tử (Electronic Data Interchange - EDI) là việc trao đổi các dữ liệu dưới dạng có cấu trúc (*structured form - có cấu trúc nghĩa là các thông tin trao đổi được với các đối tác thỏa thuận với nhau tuân thủ theo một khuôn dạng nào đó*) từ máy tính điện tử này sang máy tính điện tử khác, giữa các công ty hoặc đơn vị đã thỏa thuận buôn bán với nhau, tự động hóa hoàn toàn

không cần có sự can thiệp của con người. Theo Ủy ban liên hợp quốc về luật thương mại quốc tế (UNCITRAL), việc trao đổi dữ liệu điện tử được định nghĩa như sau:

“Trao đổi dữ liệu điện tử (EDI) là việc chuyển giao thông tin từ máy tính điện tử này sang máy tính điện tử khác bằng phương tiện điện tử, có sử dụng một tiêu chuẩn đã được thỏa thuận để cấu trúc thông tin”.

Hệ thống này cho phép gửi và nhận dữ liệu với tốc độ nhanh nhất, với độ chính xác cao. EDI có thể rút ngắn đáng kể khoảng thời gian từ lúc bắt đầu giao dịch cho đến khi thanh toán kết thúc, bằng cách gửi đi những thông tin cần thiết và tránh được sự trùng lặp trong cả quá trình giao dịch. Tuy nhiên đây là hệ thống khá phức tạp, chi phí đầu tư cao, nhưng ngược lại nó mang lại lợi ích không thể phủ nhận:

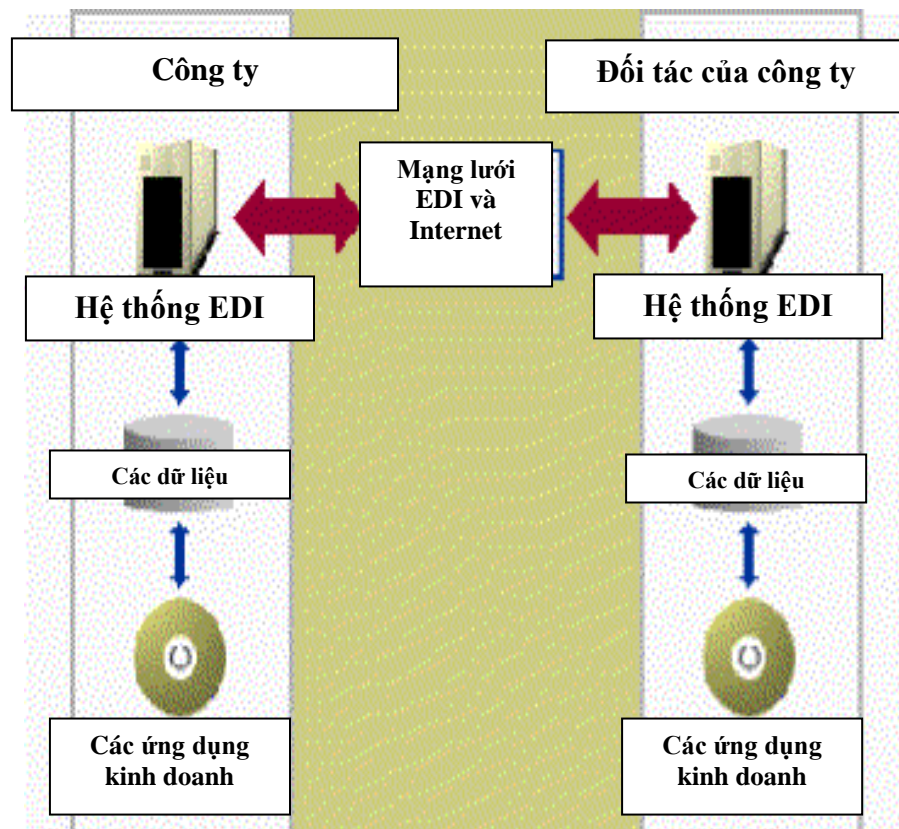
- Giảm được khoảng 60% - 70% thời gian để lập, lưu trữ hồ sơ, chuyển đến địa điểm cần thiết và các công việc có liên quan.
- Giảm thiểu được những sai sót so với việc thao tác bằng tay.
- Giảm được 80% chi phí chuyên đơn đặt hàng và giải quyết các công việc có liên quan.
- Phản hồi thông tin nhanh chóng.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

Máy tính và hệ thống EDI không chỉ 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 như: quản lý tình hình xuất, nhập, tồn kho vật tư; tự động lập yêu cầu vật tư; lập đơn đặt hàng và kiểm tra đơn đặt hàng; theo dõi, xúc tiến thực hiện các đơn hàng; lưu trữ các đơn hàng đã thực hiện; phân tích tình hình thực hiện các đơn hàng; lập các báo cáo theo yêu cầu...

EDI hoạt động ra sao?

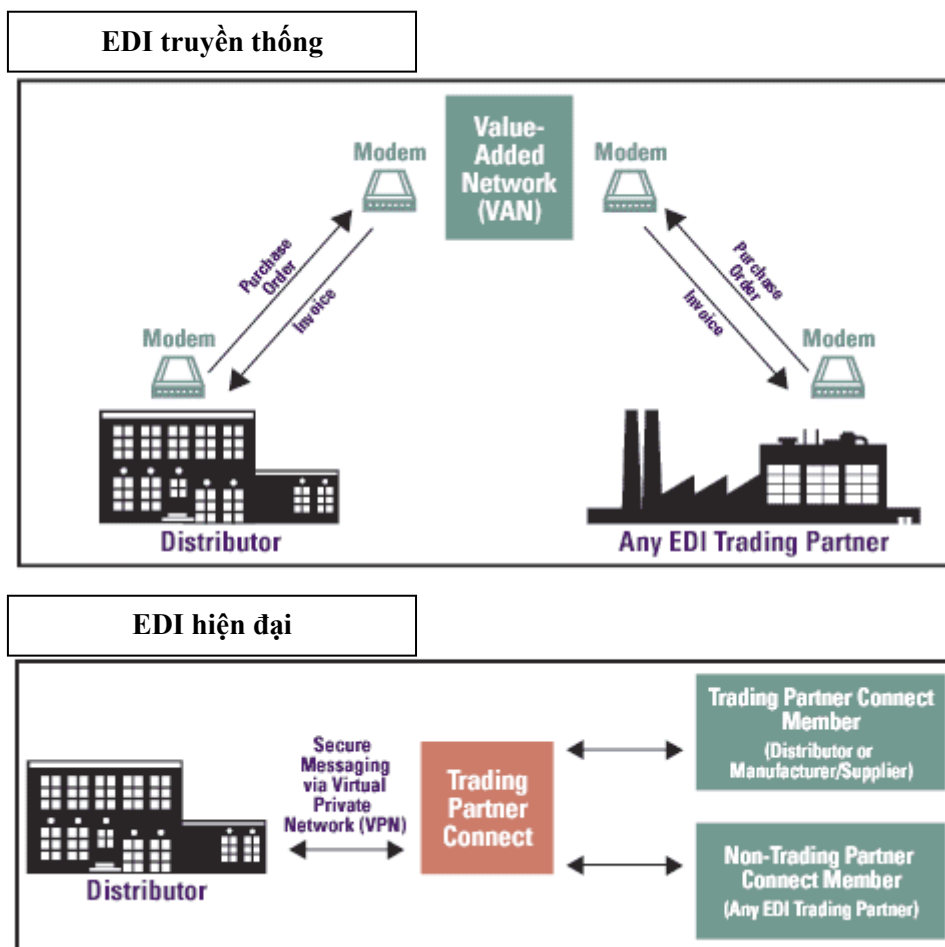
Khi giao dịch được thực hiện bằng EDI, hệ thống máy tính của công ty bạn sẽ hoạt động như một kho dự trữ các dữ liệu cần thiết để hỗ trợ các giao dịch đó. Khi được sử dụng, EDI rút thông tin từ những ứng dụng của công ty và

truyền tải các chứng từ giao dịch phi giấy tờ dưới dạng máy tính đọc được qua đường dây điện thoại hoặc các thiết bị viễn thông khác.



Hình 2.9: Cách thức hoạt động của hệ thống EDI

Ở đầu nhận, dữ liệu có thể nhập trực tiếp vào hệ thống máy tính của đối tác, được tự động xử lý với các ứng dụng nội bộ tại nơi nhận. Toàn bộ quá trình này diễn ra trong vài phút mà không cần phải gõ lại thông tin và tránh cho các bên những phiền toái về giấy tờ đi kèm với việc xử lý văn bản bằng tay. Sử dụng EDI qua đó sẽ giúp tăng giá trị khoản đầu tư của công ty bạn cho việc ứng dụng phần mềm giao dịch. Hơn nữa việc tạo, gửi và nhận các chứng từ giao dịch EDI có thể được tự động hoá và tích hợp với những ứng dụng máy tính hiện hành trong nội bộ công ty.



Hình 2.10: Hoạt động của hệ thống EDI truyền thống và hiện đại

Tại sao các công ty nên sử dụng EDI trong giao dịch thương mại?

Khi sử dụng EDI, các phần mềm ứng dụng của công ty bạn có thể gửi chứng từ giao dịch trực tiếp đến hệ thống máy tính của đối tác mà không cần sự can thiệp của con người. EDI giúp giảm thiểu công sức của nhân viên và hạn chế những chậm trễ hay lỗi thường đi kèm với việc xử lý chứng từ bằng tay. Bằng cách đơn giản hoá và tinh giảm các quy trình giao dịch, EDI có thể giúp công ty bạn kiểm soát được chi phí, tăng tính hiệu quả và cải thiện trình độ phục vụ khách hàng.

Dưới đây là một ví dụ cho thấy hiệu quả của việc dùng EDI trong thực tế kinh doanh của một công ty bán lẻ để tăng tốc độ xử lý và giảm lỗi so với các công việc thực hiện qua giấy tờ truyền thống. Ngoài ra việc sử dụng EDI kết hợp

với các công nghệ khác còn cho thấy sự khác biệt lớn về hiệu quả trong kinh doanh.

Câu chuyện thành công của Hills Discount Chain

Hills Discount Chain là một công ty gồm một loạt cửa hàng giảm giá theo kiểu Anh mới. Công ty này đã trao đổi điện tử với các đối tác thương mại từ nhiều năm nay theo tiêu chuẩn Truyền thông liên kỹ nghệ tự nguyện (Voluntary Interindustry Communications Standards – VICS), tức chuẩn ANSI X12 cho ngành công nghiệp bán lẻ.

Dùng EDI cho các phiếu đặt hàng là vô cùng quan trọng đối với công ty vì tính phức tạp của chúng. Một phiếu đặt hàng có thể đặt mua tới 200 mặt hàng cho một hoặc một số cửa hàng là chuyện thường tình. Do đó, vì số lượng lớn các phiếu đặt và độ phức tạp của chúng nên rất dễ bị lỗi khi vào dữ liệu và người bán hàng thường mất khoảng hai tuần để chuyển đúng đắn các phiếu đến hệ thống nhập phiếu. Nhưng với việc thực hiện EDI, các vấn đề như nguy cơ bị lỗi gây ra thừa hàng hoặc thiếu hàng trong kho hoặc vận chuyển chậm, bị giảm đi đáng kể hoặc bị loại trừ hoàn toàn.

Mặt khác hệ thống lập hoá đơn của công ty Hills cũng rất phức tạp. Đó là vì nơi bán hàng không những phải chuyển hàng tới nhiều địa điểm khác nhau trong cùng một đơn hàng, mà còn phải gửi hoá đơn bán hàng cho các địa điểm khác nhau đó. Mặc dù hoá đơn được gửi tới cửa hàng, nhưng cửa hàng lại không phải là nơi trả tiền cho hoá đơn đó, mà chỉ kiểm chứng các hoá đơn thôi. Sau đó các hoá đơn đó lại được gửi lại cho tổng hành dinh nơi đặt hàng để trả tiền. Nếu dùng EDI trong hệ thống lập hoá đơn bán hàng, thì người bán hàng có thể gửi các hoá đơn cho tổng hành dinh một cách tự động, giải thích rõ ràng về việc phân phối hàng hoá và giá thành của chúng cho các cửa hàng, và các cửa hàng chỉ việc kiểm chứng những gì mà họ nhận được.

EDI còn được kết hợp cùng với một phương pháp quét điểm bán hàng gọi là Đáp ứng nhanh. Theo đó, sản phẩm được đánh dấu bằng mã vạch theo mã sản phẩm chung (UPC – Universal Product Code). Khi một mặt hàng được bán, thì mã vạch được quét và ghi vào hệ thống. Thông tin này dùng để cập nhật các biểu ghi tồn kho ở mức bán lẻ và để tạo ra phiếu đặt mua hàng. Phiếu đặt mua hàng

sau đó được truyền tới nhà cung cấp thông qua EDI. Kết quả là sẽ nhận biết được xu hướng và các hàng hoá được chuyển nhanh tới làm đầy lại kho.

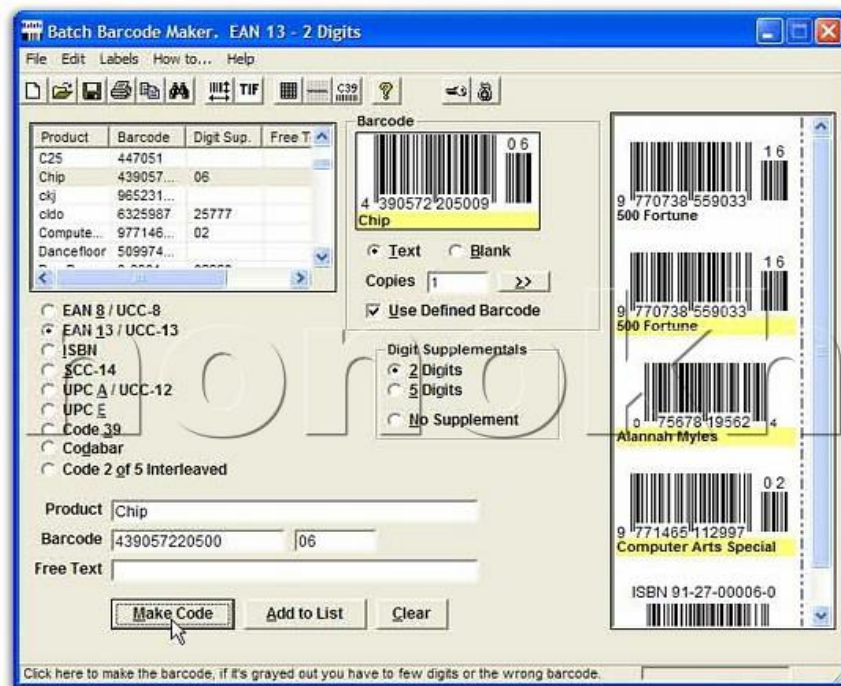
(Theo www.edivn.org.vn)

2.3.2. Mã vạch – Bar coding.

Mã vạch thấy được hầu như tất cả các loại kiện hàng hóa của khách hàng. Một mã vạch là sự nối tiếp của các thanh song song nhau với độ rộng rất đa dạng, với rất nhiều lượng khoảng trống giữa mỗi vạch. Các mẫu và khoảng trống của các thanh truyền đạt nhiều thông tin như chữ cái, số và đặc biệt là ký tự. Những vạch này được đọc bằng cách quét chúng bằng một chùm ánh sáng. Các thông tin chứa đựng trong thanh cũng được đọc trực tiếp ra máy vi tính hoặc tích trữ và tải về hệ thống máy vi tính sau một thời gian. Mã vạch có thể kết hợp với hệ thống EDI.

Mã vạch là sự thể hiện thông tin trong các dạng nhìn thấy trên các bề mặt mà máy móc có thể đọc được. Nguyên thủy thì mã vạch lưu trữ dữ liệu theo bề rộng của các vạch được in song song cũng như của khoảng trống giữa chúng, nhưng ngày nay chúng còn được in theo các mẫu của các điểm, theo các vòng tròn đồng tâm hay chúng ẩn trong các hình ảnh. Mã vạch có thể được đọc bởi các thiết bị quét quang học gọi là máy đọc mã vạch hay được quét từ hình ảnh bằng các phần mềm chuyên biệt.

Để có thể sử dụng Barcode, bạn cần có scanner (súng laser) để quét mã. Thông thường, Barcode được thiết kế theo dạng mã ghép: một số ký tự chỉ định nhóm, một số chỉ định mã hàng, ... Nếu thiết kế theo cách này thì ứng với một mặt hàng có lô, hạn khác nhau thì có nhiều mã Barcode khác nhau. Và cũng như thế, mã Barcode cũng được xem như là một mã hàng. Một **máy quét mã vạch** là một máy thu nhận hình ảnh của mã vạch in trên các bề mặt và chuyển thông tin chứa trong mã vạch đến máy tính hay các thiết bị cần thông tin này. Nó thường có một nguồn sáng kèm theo thấu kính, để hội tụ ánh sáng lên mã vạch, rồi thu ánh sáng phản xạ về một cảm quang chuyển hóa tín hiệu ánh sáng thành tín hiệu điện. Ngoài ra, nhiều máy quét mã vạch còn có thêm mạch điện tử xử lý tín hiệu thu được từ cảm quang để chuyển thành tín hiệu phù hợp cho kết nối với máy tính.



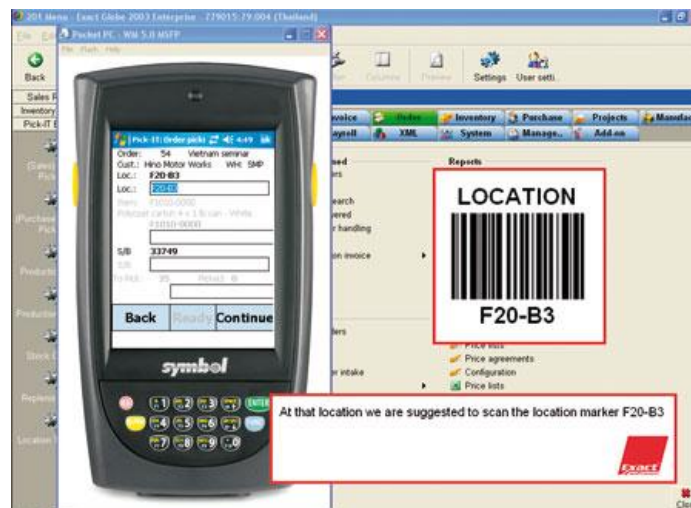
Hình 2.11: phần mềm tạo bar code

* **Ứng dụng:** Mã vạch (và các thẻ khác mà máy có thể đọc được như RFID) được sử dụng ở những nơi mà các đồ vật cần phải đánh số với các thông tin liên quan để các máy tính có thể xử lý. Thay vì việc phải đánh một chuỗi dữ liệu vào phần nhập liệu của máy tính thì người thao tác chỉ cần quét mã vạch cho

thiết bị đọc mã vạch. Chúng cũng làm việc tốt trong điều kiện tự động hóa hoàn toàn, chẳng hạn như trong luân chuyển hành lý ở các sân bay.

Các dữ liệu chứa trong mã vạch thay đổi tùy theo ứng dụng. Trong trường hợp đơn giản nhất là một chuỗi số định danh được sử dụng như là chỉ mục trong cơ sở dữ liệu trong đó toàn bộ các thông tin khác được lưu trữ. Các mã EAN-13 và UPC tìm thấy phổ biến trên hàng bán lẻ làm việc theo phương thức này.

Trong các trường hợp khác, mã vạch chứa toàn bộ thông tin về sản phẩm, mà không cần cơ sở dữ liệu ngoài. Điều này dẫn tới việc phát triển mã vạch **tượng trưng** mà có khả năng biểu diễn nhiều hơn là chỉ các số thập phân, có thể là bổ sung thêm các ký tự hoa và thường của bảng chữ cái cho đến toàn bộ bảng mã ký tự ASCII và nhiều hơn thế. Việc lưu trữ nhiều thông tin hơn đã dẫn đến việc phát triển của các ma trận mã (một dạng của **mã vạch 2D**), trong đó không chứa các vạch mà là một lưới các ô vuông. **Các mã vạch cụm** là trung gian giữa mã vạch 2D thực thụ và mã vạch tuyến tính, và chúng được tạo ra bằng cách đặt các mã vạch tuyến tính truyền thống trên các loại giấy hay các vật liệu có thể in ấn mà cho phép có nhiều hàng.



Hình 2.12: Ứng dụng của barcode để quản lý kho hàng

2.3.3. Điểm bán hàng POS (point – of – sale)

Điểm bán hàng (POS) – dữ liệu được thu gom rất đơn giản bằng cách quét mã vạch hàng hóa đã bán, thông thường cho các cấp độ bán lẻ. Dữ liệu này được chuyển giao cho các nhà cung ứng phù hợp, người có thể cung cấp thêm

hàng hóa dựa trên các số bán. Loại hình này được dùng bởi Wal – Mart. Trong nhiều trường hợp khác nhau, người bán lẻ có thể can thiệp và dùng dữ liệu POS để đặt chỗ cho chính nó.

Nó sử dụng cho các shop bán lẻ (retail shop), tại quầy thanh toán tiền (check out counter) trong shop, hay là một vị trí có thể thay đổi được khi mà giao dịch xuất hiện trong loại của môi trường kiểu này. Thêm nữa, pos thỉnh thoảng đáp ứng giống như một hệ thống tính tiền (electronic cash register system). PoS được sử dụng trong các nhà hàng ăn uống, khách sạn, sân vận động, casino, nói chung nó thích hợp cho môi trường bán lẻ- tóm lại, nó là thứ phục vụ cho việc bán hàng, một điểm bán hàng trong một hệ thống bán hàng (pos system).

Kỹ thuật POS là gì?

Là sự kết hợp sử dụng giữa phần cứng và phần mềm cho quầy tính tiền, và có thể đó là một vị trí lưu động, với các hệ thống không dây (wireless systems).

Hệ thống POS phát triển từ là một loại máy tính tiền cơ khí sử dụng các thanh ghi dịch (mechanical cash registers) vào đầu thế kỷ 20. Những ví dụ của loại máy tính tiền này như là sử dụng thanh ghi NCR (crank) và loại cao hơn đó là thanh ghi Burrough. Các thanh ghi này ghi lại dữ liệu vào các cuộn băng từ (journal tapes) và đòi hỏi phải sao chép lại các thông tin này vào hệ thống của người quản lý bán lẻ. Bước tiếp theo trong quá trình phát triển là việc sử dụng điện cho các máy tính tiền. Một ví dụ cho loại này là thanh ghi NCR Class 5. Vào năm 1973 một loại máy mới ra đời được được dẫn hướng bằng máy tính được giới thiệu, là IBM 3653 Store System và NCR 2150. Một số loại khác dựa trên sự cơ sở máy tính như là Regitel, TRW, và Datachecker. Vào năm 1973 lần đầu tiên giới thiệu máy đọc mã vạch UPC/EAN có trong hệ thống POS. Năm 1986, các hệ thống POS chủ yếu dựa trên kỹ thuật máy tính với sự ra đời của IBM 4683.

Suốt trong những năm 1980 đến 90 các thẻ tín dụng hoạt động độc lập được tích hợp phát triển xử lý các thẻ tín dụng có trong hệ thống POS có thể dễ dàng và an toàn. Một số hệ thống POS không dây sử dụng cho các cửa hàng ăn,

không chỉ cho phép xử lý thanh toán di động, chúng còn cho phép server xử lý chính xác tất cả các món ăn. Vào năm 2005, hệ thống POS dùng cho bán lẻ không những phục vụ mục đích bán lẻ mà cho khả năng kết nối mạng sử dụng trong thương mại. Trên thực tế, rất nhiều hệ thống bán lẻ POS hoạt động hơn là một “point of sale”. Khi chỉ phục vụ cho 4&5 nhà bán lẻ, có nhiều hệ thống POS tích hợp nhiều account, quản lý thông minh, mở dự báo bán hàng, quản lý quan hệ khách hàng (customer relation management CRM), quản lý dịch vụ, số tiền thuê, và số tiền phải trả cho nhân viên.

Với những tùy chọn phong phú, một điều trở nên phổ biến mà dễ dàng ta sẽ phải nghe tới đó là các sản phẩm phần mềm cho POS như: retail management software, business management software, POS system, and point of sale software.



2.3.4. Đáp ứng nhanh (QR – Quick response) và đáp ứng khách hàng một cách hiệu quả (ECR – Efficient consumer response)

* *Đáp ứng nhanh (QR – Quick response):* Mã QR là một mã ma trận (hay mã vạch hai chiều) được phát triển bởi công ty Denso Wave (Nhật Bản) vào năm 1994. Chữ “QR” xuất phát từ "Quick Response", trong tiếng Anh có nghĩa là đáp ứng nhanh, vì người tạo ra nó có ý định cho phép mã được giải mã ở tốc độ cao. Các mã QR được sử dụng phổ biến nhất ở Nhật Bản, và hiện là loại mã hai chiều thông dụng nhất ở Nhật Bản.

Mặc dù lúc đầu mã QR được dùng để theo dõi các bộ phận trong sản xuất xe hơi, hiện nay nó được dùng trong quản lý kiểm kê ở nhiều ngành khác nhau. Gần đây hơn, phần mềm đọc mã QR đã được cài vào điện thoại di động có gắn

camera (camera phone) ở Nhật. Điều này đưa đến các ứng dụng mới và đa dạng hướng về người tiêu dùng, nhằm làm nhẹ nhàng việc nhập dữ liệu vào điện thoại di động, vốn không hấp dẫn mấy. Mã QR cũng được thêm vào danh thiếp, làm đơn giản đi rất nhiều việc nhập dữ kiện cá nhân của người mới quen vào sổ địa chỉ trên điện thoại di động.

Người dùng có chương trình thu tín hiệu (capture program) và máy tính có giao diện RS-232C có thể dùng máy quét ảnh (scanner) để thu dữ liệu.

Tiêu chuẩn Nhật Bản cho các mã QR, JIS X 0510, được công bố vào tháng giêng năm 1999, và Tiêu chuẩn Quốc tế ISO tương ứng, ISO/IEC18004, được chấp thuận vào tháng sáu năm 2000.

* *Efficient Consumer Response* (ECR): là một đầu nối thương mại và phục vụ cho lĩnh vực buôn bán phức tạp như là đáp ứng nhiệt tình với nhu cầu của khách hàng hơn và xúc tiến việc xóa bỏ những chi phí không cần thiết từ chuỗi cung ứng.

Hai loại hình này hợp thành những kỹ thuật nói trên với những nỗ lực tăng tốc cho thị trường. Vì vậy, chúng hỗ trợ cạnh tranh trong khi giảm lượng hàng tồn kho và cải thiện hoặc duy trì dịch vụ khách hàng.

Ví dụ: Levi Strauss và Company đã hợp nhất hệ thống khách đặt hàng bằng cách sử dụng một hệ thống QR được gọi là LeviLink. Người bán lẻ đặt hàng trực tiếp bằng cách dùng EDI hoặc cho phép Levi Strauss đặt chỗ cho họ. Hóa đơn được chuyển bằng EDI và khi khách hàng có thể trả bằng EFT (chuyển tiền bằng điện).

Công ty có nhiều kinh nghiệm tăng lượng bán với hàng hóa tồn kho thấp, cải thiện lợi nhuận tới 35%. Lợi ích cho người bán lẻ bởi vì LeviLink tạo nên một dây chuyền đóng gói trượt – do đó có thể kiểm tra lại bằng cách quét các mã vạch ở nhãn của thùng carton. Nó tiết kiệm thời gian đến và làm phù hợp các công việc giấy tờ như đóng gói trượt, hóa đơn, nhận tài liệu. Mã vạch làm tăng tốc độ băng chuyền hàng hóa đến kệ đựng hàng hóa, giải phóng những người làm công nhỏ lẻ để giành thời gian cho việc giúp đỡ khách hàng.

2.4. Giới thiệu một số ứng dụng hệ thống thông tin

2.4.1. Ứng dụng trao đổi dữ liệu điện tử tại Hải quan Indonesia

Nhận thức tầm quan trọng của ứng dụng trao đổi dữ liệu điện tử (EDI) trong việc quản lý hải quan và tạo thuận lợi cho các hoạt động thương mại, từ năm 1997 Hải quan Indonesia bắt đầu thiết lập hệ thống EDI đầu tiên, phục vụ cho công tác thông quan hàng nhập khẩu. Sau một thời gian phát triển và vận hành thử nghiệm, tháng 4 năm 1998 hệ thống được đưa vào áp dụng chính thức cho quá trình thông quan hàng nhập khẩu tại cảng Tanjung Priok và sân bay quốc tế Soekarno Hatta. Tiếp sau đó, tháng 10 năm 2004 hệ thống được đưa vào áp dụng tại cảng biển Tanjung Perak, Surabaya. Từ những thành công và kinh nghiệm bước đầu, cơ quan hải quan Indonesia tiếp tục đẩy mạnh việc cải tiến hệ thống hiện hành thông qua một dự án thiết kế hệ thống thông quan hải quan.

Quá trình thực hiện dự án này, hải quan Indonesia đã tiến hành triển khai nhiều công việc để nâng cấp hệ thống thông quan hiện hành, cụ thể:

+ **Đổi mới công nghệ:** Các ứng dụng dựa trên công nghệ thiết kế ba lớp sử dụng thiết bị cuối là các máy tính cá nhân, bao gồm cả máy chủ cơ sở dữ liệu, máy chủ ứng dụng và các máy của người sử dụng cuối thay thế cho các hệ thống ứng dụng hải quan cũ dựa trên cơ sở các thiết bị cuối cắm lạc hậu.

+ **Xây dựng mạng trực tuyến:** Xây dựng một hệ thống mạng nội bộ ngành hải quan kết nối các văn phòng hải quan và hải quan cảng, sân bay. Điều này đã cho phép cơ quan hải quan giám sát được tình trạng của các bộ hồ sơ hải quan, chủ hàng không cần phải nộp các hồ sơ giấy tờ. Hiện nay hệ thống này, đã được áp dụng tại cảng biển Tanjung Priok và sẽ áp dụng tại 3 cảng biển là Tanjung Emas (Semarang), Tanjung Perak (Surabaya) và Belawan (Medan).

+ **Thực hiện khai báo hải quan điện tử:** Nhờ hệ thống này, thông qua dịch vụ Web, doanh nghiệp có thể đăng ký khai báo hải quan bằng phương pháp điện tử. Điều này cho phép cơ quan hải quan có thể xem trước các thông tin về hàng hóa phục vụ cho việc kiểm tra trước đồng thời nâng cao được chất lượng trong công tác quản lý rủi ro.

+ **Thực hiện trao đổi dữ liệu với hãng tàu:** Trước đây, hãng tàu hay cơ quan cảng vụ cần phải phải đệ trình nhiều bản bằng giấy cho các cơ quan có liên

quan trong đó có hải quan điều này gây ra rất nhiều phiền hà, ách tắc và mất nhiều thời gian. Sau khi áp dụng hệ thống này, chủ hàng chỉ đệ trình thông báo tàu đến một lần sau đó hệ thống sẽ tự động gửi cho các đối tác trong cảng. Hệ thống này dựa trên sự kết hợp của hệ thống EDI/Web và EDI/VAN.

+ **Ứng dụng nghiệp vụ thuế xuất nhập khẩu bằng phương pháp điện tử:** Từ tháng 4 năm 2004 việc thanh toán tiền thuế hải quan và các khoản thu khác được thực hiện theo hình thức thanh toán điện tử. Điều này là bắt buộc, nghĩa là việc thanh toán thuế hải quan bằng tiền mặt là không được phép. Đã có 50 ngân hàng ở Indonesia ký thoả thuận với hải quan Indonesia để thực hiện điều này.

+ **Mở rộng mô hình hải quan điện tử:** Theo kế hoạch, sau khi áp dụng thành công tại 5 thành phố lớn mô hình hải quan điện tử sẽ được mở rộng cho 12 thành phố khác của Indonesia.

+ **Thực hiện thông quan điện tử cho hàng xuất khẩu:** Bắt đầu tháng 10 năm 2003, tại cảng biển Tanjung Perak và Surabaya Hải quan Indonesia bắt đầu áp dụng thí điểm hệ thống trao đổi dữ liệu điện tử và công nghệ Web theo công nghệ eBxml cho hệ thống thông quan hàng xuất khẩu. Hệ thống này cũng đã được cài đặt cho 13 văn phòng hải quan và đã được chính thức thực hiện vào giữa tháng giêng năm 2004. Tháng 4 năm 2004 hệ thống EDI cho hàng xuất khẩu sẽ được vận hành chính thức tại 5 đơn vị chính tại các cảng biển Tanjung Priok, Tanjung Emas, Tanjung Perak Belawan và sân bay Soekarno Hatta. Tháng 11-2003, một hệ thống phục vụ cho nghiệp vụ hoàn thuế cũng được thực hiện thí điểm tại văn phòng hải quan vùng Surabaya và đã thực hiện tại Jakarta vào ngày 8-1-2004, sau đó vào giữa tháng 1-2004 triển khai mở rộng trên nhiều đơn vị hải quan Indonesia.

Đến năm 2004, hải quan Indonesia đã tiếp tục triển khai thêm các hệ thống EDI nhằm mục đích hỗ trợ hơn nữa cho hệ thống thông quan hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu, như:

- **Quản lý vận đơn điện tử:** Nhờ hệ thống này các hãng vận tải hoặc các đại lý vận tải chỉ cần giao tiếp với các đối tác khác trong cảng thông

qua hệ thống thông tin của cảng và hải quan. Dữ liệu được nhận từ các hãng vận tải hoặc là được truyền tới các hệ thống máy chủ của các đối tác có liên quan hoặc là được lưu trữ tại trung tâm dữ liệu với giao diện Internet Portal. Vì lý do bảo mật và an toàn các bên chỉ được phép lấy những dữ liệu có liên quan phù hợp với chức năng của mình nghĩa là chỉ có thể truy xuất những dữ liệu được phép. Hệ thống này được thực hiện thí điểm vào tháng 6 năm 2004 tại cảng Tanjung Priok- Jakarta.

- **Thực hiện khu vực kho ngoại quan điện tử:** Hiện nay một hệ thống quản lý kho ngoại quan đang được xây dựng. Hồ sơ hải quan điện tử trong hệ thống này đều tuân theo chuẩn UN/EDIFACT.

- **Lựa chọn các mô hình trao đổi dữ liệu điện tử:** Theo mô hình mới, hải quan Indonesia đưa ra 3 lựa chọn đưa ra các dịch vụ khai báo nhập khẩu, khai báo xuất khẩu, khu vực ngoại quan, vận đơn hàng hóa bao gồm: Chuẩn trao đổi dữ liệu điện tử dựa trên các mạng dịch vụ gia tăng và phù hợp với UN/EDIFACT; Chuẩn dựa trên Internet sử dụng XML ; Chuẩn dựa trên Web sử dụng Web Form XML.

- **Thực hiện thu thuế điện tử:** Các ứng dụng trao đổi dữ liệu điện tử liên quan đến thuế hiện đang trong giai đoạn kiểm tra tại Văn phòng dịch vụ Surakarta và được triển khai cho những nơi khác trong năm 2005.

- **Kho dữ liệu:** Một trong những ứng dụng điển hình đó là kho dữ liệu. Hệ thống này sẽ phục vụ cho hệ thống hỗ trợ ra quyết định của Hải quan. Các dữ liệu giao dịch, hồ sơ của nhà nhập khẩu, xuất khẩu và của các đối tác khác sẽ được cập nhật liên tục vào hệ thống này. Trong giai đoạn tiếp theo, hệ thống sẽ được triển khai để tạo điều kiện thuận lợi cho hệ thống thông tin điều hành hải quan. Hiện nay hệ thống này đang được triển khai và kiểm nghiệm để cung cấp thông tin cho các đơn vị trong ngành hải quan mà chưa kết nối trực tuyến với văn phòng hải quan và trụ sở chính. Hệ thống sẽ lưu hồ sơ các nhà nhập khẩu đã đăng ký, số hiệu của nhà nhập khẩu được hoàn thuế, các báo cáo về xuất khẩu nhập khẩu các văn bản pháp luật do cơ quan hải quan ban hành.

- **Thực hiện việc kết nối mạng với các ngành có liên quan:** Việc xử lý tài liệu điện tử sẽ được mở rộng đến các cơ quan chính phủ có liên quan. Hỗ trợ hệ thống đăng ký thủ tục bằng phương tiện điện tử.

- **Nối mạng với các cơ quan hải quan các nước:** Hiện tại cơ quan hải quan Indonesia và hải quan Malaysia đã đồng ý thực hiện trao đổi dữ liệu xuất khẩu nhập khẩu với nhau để nâng cao hiệu quả công tác quản lý và tạo điều kiện cho thương mại của hai nước.

2.4.2. Hệ thống thông tin quản lý ở Tân Cảng Sài Gòn

Tân cảng Sài Gòn là một cảng container có quy mô lớn. Với việc ứng dụng hệ thống công nghệ thông tin quản lý Cảng đã cho phép đáp ứng các yêu cầu quản lý, điều hành khai thác ngang tầm với các Cảng container chuyên dùng hiện đại.

+ Hệ thống quản lý thông tin theo một quy trình chuẩn, chặt chẽ, đáp ứng số liệu nhanh chóng - chính xác trong công tác: quản lý, báo cáo... và cung cấp dịch vụ thông tin cho các đối tác (hãng tàu, đại lý, chủ hàng, hải quan...) thông qua mạng nội bộ, Web trực tuyến.

+ Công tác điều hành và khai thác Cảng đạt hiệu quả cao, hỗ trợ tốt các công tác quản lý hoạt động toàn công ty.

+ Có khả năng mở rộng và triển khai các thành phần của hệ thống vào các khu vực mở rộng sau này của công ty như: Cái Mép, Văn Phong, Hải Phòng... Đáp ứng được định hướng mở rộng của công ty trong lĩnh vực khai thác cảng và các dịch vụ liên quan, kho phân phối...

+ Hiện nay, Tân Cảng Sài Gòn đã xây dựng được cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin tương đối đồng bộ và hoàn chỉnh, có tính ổn định và thời gian hoạt động lâu dài đáp ứng các yêu cầu thông tin, dịch vụ cho khách hàng các phòng ban nhanh chóng và hiệu quả. Cụ thể: xây dựng mạng cục bộ (Lan) tại các văn phòng hiện trường và các khu vực khác cần truy cập dữ liệu, trang bị khoảng 230 máy tính, 5 máy chủ (IBM xSeries -235 / xSeries -236) chuyên dùng cho việc cập nhật dữ liệu, 1 máy chủ sử dụng cho việc quản trị Internet, xây dựng hệ thống mạng không dây Tân cảng - Cát Lái - Sóng Thần. Song song với việc phát triển cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin, lực lượng đội ngũ cán bộ nhân

viên tin học trực tiếp tham gia sản xuất ngày càng không ngừng nâng cao nghiệp vụ chuyên môn tin học và hành chính, giúp cải thiện nhanh chóng quá trình quản lý giao nhận container tại cảng, tạo một bước nhảy vọt trong hoạt động sản xuất toàn cảng.



Với đội ngũ cán bộ kỹ sư - cử nhân tin học trẻ tuổi, năng động trong công việc Tân cảng Sài Gòn ngày càng khẳng định vị thế của mình trong lĩnh vực khai thác Container. Trong kế hoạch phát triển hệ thống Công nghệ thông tin từ năm 2005 - 2010 Tân Cảng tiếp tục triển khai và hoàn thiện hệ thống công nghệ thông tin: mở rộng hệ thống mạng không dây Tân Cảng - Cát Lái - Sóng Thần - Nhơn Trạch, đưa vào khai thác hệ thống Handheld phục vụ công việc xuất nhập tàu... nhằm nâng cao năng suất giải phóng tàu, quản lý giao nhận bãi phục vụ khách hàng ngày càng hiệu quả. Hỗ trợ công tác quản lý từ xa bằng Email, Web, camera quan sát, hội thảo video, VoiceIP. Các dịch vụ trao đổi thông tin thông qua Web với các đối tác theo các chuẩn thông dụng: EDI, XML, Database... trên

ơ sở các luật về thương mại điện tử của Việt Nam. Tin rằng trong tiến trình hiện đại hóa công ty Tân Cảng Sài Gòn sẽ trở thành một đơn vị đi đầu và hình mẫu về ứng dụng công nghệ thông tin trong nghiệp vụ quản lý và khai thác cảng.

Bài tập

1. Tầm quan trọng của hệ thống thông tin trong hoạt động logistics?
2. Trình bày những bước cải tiến của hoạt động cơ bản của hệ thống thông tin trong hoạt động logistics?
3. Bằng cách nào mà quản lý hệ thống thông tin được sử dụng để hỗ trợ cho các hoạt động của logistics?
4. Ứng dụng EDI trong những năm gần đây ngày càng phát triển, bạn có đồng ý không? Lợi ích mà EDI mang lại là gì, giải thích? Bạn có nghĩ rằng sự tỷ lệ phát triển của EDI sẽ được giữ vững? Tại sao?
5. Giải thích làm thế nào mà POS và bar – coding góp phần vào chuỗi cung ứng tích hợp?
6. Như ví dụ về ứng dụng quản lý hệ thống thông tin tại hải quan Indonesia. Hãy tóm tắt lại quy trình và so sánh với Hải quan Việt Nam.

CHƯƠNG 3: DỰ TRỮ

3.1. Khái niệm dự trữ

Trong quản trị logistics thì quản trị dự trữ là một bộ phận quan trọng. Dự trữ là một bước đệm giữa các khâu trong suốt quá trình logistics. Chúng ta có thể thấy rằng, nếu dự trữ nguyên vật liệu, bán thành phẩm, thành phẩm,...không đủ về số lượng, không đạt yêu cầu về chủng loại, chất lượng thì hoạt động kinh doanh, hoạt động logistics không thể diễn ra liên tục, nhịp nhàng và không đạt được hiệu quả như mong đợi. Ngược lại, nếu dự trữ quá nhiều, sẽ dẫn đến hiện tượng hàng hóa bị ứ đọng, nguồn vốn sẽ chậm chu chuyển, chi phí cho các hoạt động tăng, và gây ra việc hoạt động không hiệu quả.

* *Theo nghĩa rộng*, để đảm bảo cho quá trình tái sản xuất xã hội diễn ra liên tục, nhịp nhàng thì ở mỗi giai đoạn của quá trình vận động từ nơi sản xuất đến nơi tiêu dùng (tức là từ điểm đầu cho đến điểm cuối của dây chuyền cung ứng), cần phải tích lũy lại một lượng nhất định nguyên vật liệu, bán thành phẩm, thành phẩm, hàng hóa ở các giai đoạn vận động của quá trình logistics, như vậy gọi là dự trữ.

Hàng hóa dự trữ gồm: nguyên vật liệu, bán thành phẩm, dụng cụ, phụ tùng, thành phẩm dự trữ. Tùy theo các loại hình doanh nghiệp mà các dạng hàng hóa dự trữ và nội dung hoạch định, kiểm soát hàng dự trữ cũng khác nhau.

- Đối với doanh nghiệp làm dịch vụ, sản phẩm là vô hình: hàng dự trữ chủ yếu là công cụ, phụ tùng và phương tiện vật chất – kỹ thuật dùng vào hoạt động của họ.

- Đối với lĩnh vực thương mại, doanh nghiệp mua bán kiếm lời: hàng dự trữ của họ chủ yếu là hàng mua về và hàng chuẩn bị chuyển đến tay người tiêu dùng. Hầu như không có dự trữ là bán thành phẩm trên dây chuyền như trong lĩnh vực sản xuất.

- Đối với lĩnh vực sản xuất, sản phẩm phải trải qua một quá trình chế biến để biến nguyên vật liệu thành sản phẩm ở đầu ra, nên hàng dự trữ bao gồm

hầu hết là các loại từ nguyên vật liệu đến bán thành phẩm trên dây chuyền và thành phẩm cuối cùng khi đến tay người tiêu dùng.

* Còn theo quan điểm thực tế trong hoạt động logistics thì dự trữ là sự đầu tư vốn lớn, tốn kém, nhưng cần thiết và có mối quan hệ mật thiết với mức độ dịch vụ khách hàng. Vì vậy cần thiết phải tính toán cho được mức dự trữ tối ưu.

3.2. Nguyên nhân của hình thành dự trữ.

Công thức của chính sách hàng tồn kho đòi hỏi một sự hiểu biết về vai trò của hàng dự trữ trong sản xuất và Marketing. Hàng dự trữ phục vụ cho công ty với 5 mục đích:

- Nó cho phép một công ty đạt được nền kinh tế theo quy mô. Tức là số lượng sản xuất, vận tải,...phải đạt được một quy mô nhất định thì mới mang lại hiệu quả.

Hàng hóa dự trữ được yêu cầu nếu một công ty thực hiện kinh tế theo quy mô trong mua sắm, vận chuyển, và sản xuất.

Ví dụ dự trữ nguyên vật liệu là cần thiết nếu người sản xuất lợi dụng sự giảm giá của mỗi đơn vị hàng hóa, kết hợp với khối lượng mua. Tuy nhiên khi mua nguyên vật liệu với khối lượng khá lớn thì hợp đồng mua bán được thương lượng được dựa trên tổng khối lượng hàng năm chứ không phải là dựa trên đơn đặt hàng đơn lẻ. Mua nguyên vật liệu có khối lượng lớn thì giá trên mỗi đơn vị sẽ thấp, vì vận chuyển đầy toa xe thay vì khối lượng không đủ trên toa xe hay tàu. Khi người cung cấp được xác định là cùng một khu vực địa lý thì có thể gom hàng lẻ vào trong tàu lớn.

Tương tự như vậy đối với dự trữ bán thành phẩm, thành phẩm...

- Để cân bằng cung – cầu

Việc dự trữ hàng hóa trong kho là rất cần thiết nếu mặt hàng đó mang tính thời vụ, hay là cung cấp cho những nhu cầu có tính thời vụ.

Ví dụ: như một nhà sản xuất hộp chocolates có lượng bán gia tăng đáng kể vào dịp Giáng Sinh, ngày Valentines, ngày Phục sinh, và ngày của mẹ. Chi phí của khả năng sản xuất để bán một lượng hàng tại một thời kỳ đỉnh điểm sẽ là thực tế. Thêm vào đó, sự nhàn rỗi thực tế và sự dao động trong lực lượng sản

xuất nếu công ty sản xuất để đáp ứng theo nhu cầu. Một quyết định đưa ra là cần phải duy trì lực lượng lao động ổn định và sản xuất tại 1 mức độ tương đối không đổi trong suốt cả năm. Tạo ra hàng tồn kho đáng kể tích trữ lại tại nhiều thời điểm, nhưng với tổng chi phí thấp hơn đối với công ty. Hàng hóa tồn kho từng lúc được tích trữ trong kho.

Ngược lại, nhu cầu cho một sản phẩm gần như ổn định trong cả năm, nhưng nguyên vật liệu có thể chỉ sẵn có tại một thời gian nhất định trong năm.

Ví dụ: như trong trường hợp cho những người sản xuất đóng hộp trái cây và rau xanh. Điều này dẫn đến họ phải sản xuất thành phẩm vượt quá nhu cầu hiện tại và dự trữ chúng trong kho, trừ khi nguyên vật liệu có thể mua từ nhiều nơi trên thế giới.

- Do sự phân công lao động xã hội, chuyên môn hóa sản xuất.

Hàng hóa tồn kho làm cho mỗi công ty chuyên môn hóa sản phẩm trong sản xuất. Thành phẩm có thể được chuyên chở đến kho hàng tổng hợp, từ đó khách hàng đặt hàng và sản phẩm trong kho được chở đi. Kết quả là tiết kiệm được việc vận chuyển dài hơn, như vậy tiết kiệm được chi phí vận tải.

- Nó cung cấp sự bảo đảm trong nhu cầu và chu trình đặt hàng.

Hàng hóa được dự trữ để tránh rủi ro. Nguyên liệu thô dự trữ vượt quá yêu cầu để hỗ trợ sản xuất có thể dẫn đến việc đầu cơ bởi vì việc quản trị mong đợi giá tăng trong tương lai hoặc một cuộc đột biến. Những lý do khác bao gồm sự cung cấp theo mùa vụ như trong trường hợp trái cây và rau xanh cho việc đóng hộp, hoặc một mong muốn để duy trì một nguồn cung cấp. Bất chấp những lý do duy trì một kho nguyên liệu thô, thì chi phí của việc thuê kho hàng nên so sánh với việc thực hiện tiết kiệm hoặc chi phí tránh thuê nó.

Hàng hóa dự trữ bán thành phẩm. Nó thường được dự trữ giữa những hoạt động sản xuất trong nhà máy tránh sự ngừng hoạt động tạm thời nếu thiết bị máy móc bị hỏng, và làm cho dòng lưu chuyển trở nên bằng nhau. Sự dự trữ bán thành phẩm trong sản xuất cho phép tối đa phân phối và tiêu thụ hàng hóa mà không có việc đình trệ. Quản trị là công việc để loại trừ sản xuất bị thắt nút cổ chai, dẫn đến phải dự trữ hàng hóa bán thành phẩm.

Kế hoạch dự trữ là thành công của hoạt động sản xuất, từ đó một sự thiếu nguyên liệu thô có thể tạm ngừng trong đường dây sản xuất hoặc dẫn đến một kế hoạch sản xuất thay đổi. Những sự kiện này có thể làm tăng phí tồn hoặc gây ra sự thiếu hụt thành phẩm. Trong khi thiếu hụt nguyên liệu thô có thể phá vỡ những hoạt động sản xuất bình thường, hàng hóa dự trữ quá mức có thể làm tăng chi phí và làm giảm sự có lãi bằng việc tăng hàng hóa dự trữ.

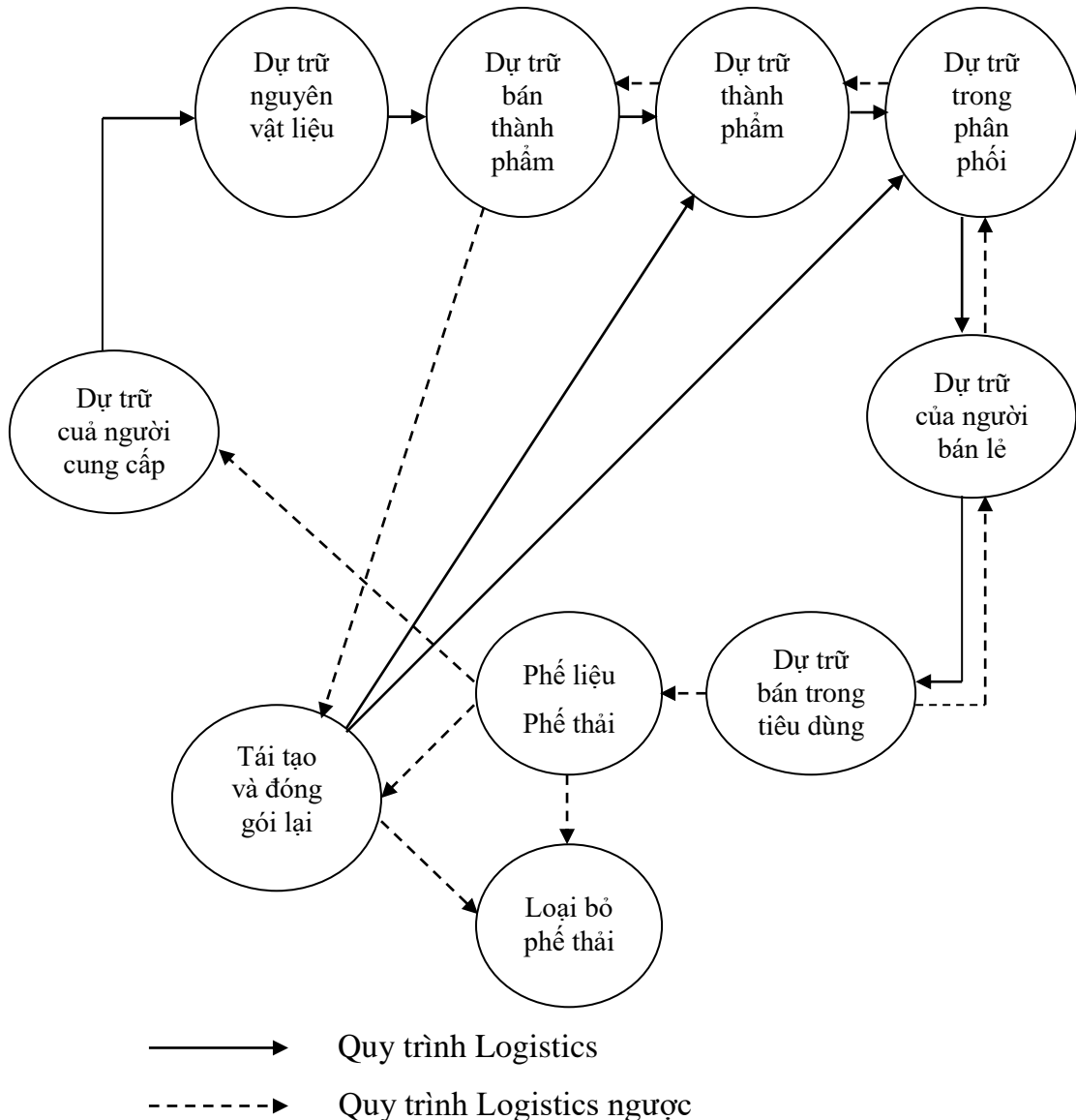
Cuối cùng, dự trữ thành phẩm có thể được dùng như một trung gian của việc cải tiến dịch vụ khách hàng bằng cách giảm việc hết hàng, bởi vì nhu cầu không dự kiến trước hoặc sự thay đổi thời gian. Nếu hàng hóa dự trữ được cân bằng, gia tăng hàng tồn kho sẽ làm cho người sản xuất sẵn sàng cung ứng hàng hóa cao hơn và ít bị thiếu hàng hơn. Hàng hóa dự trữ cân bằng là một trong những hàng hóa cân đối với nhu cầu mong đợi.

- Nó đóng vai trò như là vật đệm giữa các mặt phân giới trong chuỗi cung ứng.

Hàng hóa dự trữ được cất giữ trong suốt chuỗi cung ứng đóng vai trò là một vật đệm cho dòng chu chuyển:

- + Người cung cấp – mua sắm
- + Mua sắm nguyên vật liệu – sản xuất
- + Sản xuất – Marketing
- + Marketing – Phân phối
- + Phân phối – Trung gian
- + Trung gian – Người tiêu dùng/khách hàng

Trong sơ đồ dưới đây, chúng ta có thể thấy được các khâu của quá trình logistics đều cần có hàng hóa dự trữ để quá trình diễn ra được liên tục, hàng hóa dự trữ có vai trò là một vật đệm trong suốt quá trình cung ứng, giữa các mặt phân giới của chuỗi logistics.



Sơ đồ 2: dòng chu chuyển Logistics

3.3. Phân loại dự trữ.

3.3.1. Theo vị trí của hàng hóa trên dây chuyền cung ứng

Logistics là một chuỗi các hoạt động liên tục, có liên hệ mật thiết với nhau, tác động lẫn nhau. Để đảm bảo cho quá trình diễn ra liên tục thì dự trữ sẽ tồn tại trên suốt dây chuyền cung ứng ở các khâu như đã nêu ở sơ đồ 2.

Theo sơ đồ 2 cho thấy vị trí của các loại dự trữ ở người cung cấp – sản xuất - bán lẻ - khách hàng của chuỗi cung ứng. Nguyên vật liệu phải được chuyển từ nguồn cung ứng đến nhà sản xuất, muốn đảm bảo có đủ nguyên vật liệu cung ứng theo đơn hàng của nhà sản xuất thì cần có dự trữ của người cung

cấp. Tại nhà máy thì nguyên vật liệu sẽ được chế biến thông qua quy trình sản xuất. Trong nhiều trường hợp, điều này sẽ yêu cầu dự trữ bán thành phẩm. Một khi quá trình sản xuất được hoàn thành, sản phẩm phải được vận chuyển vào kho dự trữ thành phẩm tại nhà máy. Bước tiếp theo là chiến lược phân phối hàng hóa đến trung tâm phân phối khu vực, kho của các nhà bán buôn hay là trung tâm của người bán lẻ. Hàng hóa được dự trữ trong phân phối sau đó sẽ đến tay người tiêu dùng. Tương tự, khách hàng duy trì sự dự trữ để hỗ trợ cá nhân hoặc tổ chức tiêu dùng.

Tất cả những sản phẩm của dòng lưu chuyển là kết quả của việc buôn bán giữa người sản xuất và khách hàng, hoặc là quyết định bởi người tiêu dùng cuối cùng hoặc người tiêu dùng mua sản phẩm. Toàn bộ quá trình này phụ thuộc vào mạng lưới thông tin – nó truyền thông tin từ khách hàng đến doanh nghiệp và từ doanh nghiệp đến khách hàng và người cung cấp của doanh nghiệp.

Thông thường thì rất cần thiết để chuyển sản phẩm ngược trong chuỗi cung ứng với nhiều lý do. Ví dụ, một khách hàng có thể trả lại sản phẩm vì nó đã bị hư hỏng, hoặc người sản xuất có thể thu hồi sản phẩm do sản phẩm bị khiếm khuyết, đòi hỏi phải tái chế, bao bì dán nhãn lại. Từ đó dẫn đến nhu cầu phải tổ chức quá trình logistics ngược và ở mỗi khâu cũng sẽ hình thành dự trữ.

Như vậy theo sơ đồ thì ta có 4 loại dự trữ chủ yếu:

- + Dự trữ nguyên vật liệu
- + Dự trữ bán thành phẩm
- + Dự trữ sản phẩm trong khâu sản xuất
- + Dự trữ sản phẩm trong lưu thông

Hay có thể chia dự trữ làm 2 loại nếu theo vị trí trong hệ thống logistics:

+ Dự trữ trong kho: bao gồm dự trữ trong kho nguyên vật liệu, phụ kiện; dự trữ trong kho bán thành phẩm của các phân xưởng sản xuất; dự trữ trong kho của các trung tâm phân phối; kho của các nhà bán buôn, bán lẻ... Lượng dự trữ này đảm bảo cho sản xuất được liên tục và thỏa mãn nhu cầu của người tiêu dùng.

+ Dự trữ hàng hóa trên đường vận chuyển: là dự trữ hàng hóa trong quá trình vận chuyển từ điểm đầu cho đến điểm cuối của quá trình cung ứng. Thời gian vận chuyển trên đường bao gồm: thời gian hàng hóa được chuyên chở trên

các phương tiện vận tải, thời gian bốc dỡ, chuyển tải, bảo quản, lưu kho tại các đơn vị vận tải.

3.3.2. Phân loại theo nguyên nhân hình thành.

- Dự trữ định kỳ: là dự trữ đảm bảo cho việc bán hàng hoặc sản xuất hàng hóa được tiến hành liên tục giữa 2 thời kỳ đặt hàng hoặc mua hàng liên tiếp.

Dự trữ định kỳ được xác định bằng công thức

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

Trong đó:

D_{dk} : dự trữ định kỳ/ thường xuyên

m: mức bán/ sử dụng hàng hóa bình quân 1 ngày đêm

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

Như vậy dự trữ định kỳ phụ thuộc vào nhu cầu hàng hóa và độ dài của chu trình đặt hàng. Khi những yếu tố này thay đổi thì dự trữ định kỳ sẽ thay đổi theo.

Ví dụ: Một công ty có mức bán một loại sản phẩm là 20 đơn vị một ngày, thời gian để công ty được cung cấp loại sản phẩm đó là 10 ngày một lần. Khi đó dự trữ định kỳ sẽ thay là:

$$D_{dk} = 20 * 10 = 200$$

Giả sử lượng cầu không đổi, vẫn là 20 đơn vị một ngày, nhưng thời gian cung cấp và số lượng sản phẩm trong một đơn hàng thay đổi thì dự trữ định kỳ cũng thay đổi theo. Nếu thời gian cung cấp tăng lên 20 ngày thì số lượng sản phẩm trong một đơn hàng là 400 đơn vị; và thời gian cung cấp lên đến 30 ngày, thì số lượng một đơn hàng tương ứng sẽ tăng lên đến 600.

- Dự trữ trong quá trình vận tải: là những hàng hóa đang trên đường từ nơi này đến nơi khác. Chúng được xem là một phần của dự trữ định kỳ, mặc dù chúng không sẵn sàng để bán, là hàng gửi cho đến khi đến đúng nơi quy định. Trong chi phí chuyên chở hàng dự trữ, hàng hóa trong quá trình vận tải nên được xem là dự trữ tại địa điểm gửi hàng lên tàu, từ đó hàng hóa không sẵn sàng để sử dụng, bán.

- Dự trữ bổ sung: dự trữ định kỳ chỉ có thể đảm bảo cho quá trình sản xuất, tiêu thụ được liên tục khi lượng cầu (m) và thời gian cung ứng (t) không

đổi. Một khi một trong 2 yếu tố đó thay đổi thì dự trữ định kỳ không đảm bảo cho quá trình diễn ra được liên tục, chính vì vậy mà cần đến dự trữ bổ sung.

Ví dụ: giả định mức cầu (m) là 20 đơn vị hàng hóa trong một ngày, thời gian cung ứng (t) là 10 ngày; dự trữ định kỳ bình quân là 100 đơn vị, đảm bảo cho quá trình sản xuất, tiêu thụ được liên tục một khi m và t không đổi. Nhưng nếu m và t thay đổi thì sao?

+ Trường hợp 1: Khi m thay đổi, mức nhu cầu thực tế là 25 đơn vị hàng hóa chứ không phải là 20 đơn vị hàng hóa như dự tính ban đầu, còn t giữ nguyên là 10 ngày. Và nhu thế lượng hàng dự trữ định kỳ chỉ có thể đảm bảo được 8 ngày ($200/25$), 2 ngày cuối sẽ không có hàng để sản xuất. Để giải quyết tình trạng này thì cần có một lượng dự trữ bổ sung. Nếu dự tính mức cầu hàng ngày có thể tăng giảm 5 đơn vị sản phẩm, thì mức dự trữ bổ sung sẽ là 50 đơn vị sản phẩm và dự trữ trung bình sẽ là 150 đơn vị sản phẩm.

+ Trường hợp 2: nếu m không thay đổi, nhưng t thay đổi thì cũng cần có dự trữ bổ sung. Cụ thể nếu tăng 2 ngày, thì trong 2 ngày thứ 11 và 12 công ty sẽ không có hàng để sản xuất, nếu như không có dự trữ bổ sung. Trong trường hợp công ty dự tính t có thể dao động trong 2 ngày, thì dự trữ bổ sung sẽ là 40 đơn vị sản phẩm. Mức dự trữ bình quân là 140.

+ Trường hợp 3: Cả m và t đều thay đổi. Giả sử $m = 25$ đơn vị sản phẩm và $t = 12$ ngày, thì mức đặt hàng trước đây chỉ đủ để đáp ứng đến hết ngày thứ 8, và 4 ngày cuối công ty sẽ không có hàng để đáp ứng nhu cầu. Cần dự trữ bổ sung 100 đơn vị sản phẩm và lúc đó dự trữ bổ bình quân sẽ là 200 đơn vị sản phẩm.

Tóm lại, do những thay đổi về mức cầu và thời gian cung ứng, nên phải có dự trữ bổ sung. Tuy nhiên loại dự trữ này cũng gây ra tốn kém, giảm hiệu quả hoạt động của đơn vị, nên các nhà quản trị luôn tìm cách giảm thiểu.

- Dự trữ để đầu cơ: là dự trữ vì những lý do khác không phải lý do thỏa mãn nhu cầu hiện tại, mà để tăng lợi nhuận cho chính công ty. Ví dụ, nguyên vật liệu được mua với số lượng lớn để được hưởng chiết khấu, hay là do dự báo giá tăng trong tương lai hoặc là thiếu hụt nguyên vật liệu... Khi những dự báo đó thành hiện thực thì công ty sẽ hưởng được lợi nhờ chênh lệch giá.

- Dự trữ theo mùa vụ: là một dạng của dự trữ đầu cơ. Nó giải quyết sự chông chát dự trữ trước mùa vụ bắt đầu để duy trì lực lượng lao động ổn định. Trong trường hợp sản phẩm nông nghiệp dự trữ chông chát là kết quả của mùa vụ, nó hạn chế khả năng sản xuất trong cả năm.

- Dự trữ do không bán được: là tập hợp các hàng hóa trong một giai đoạn. Con người luôn hướng đến những cái mới, hợp thời trang. Chính vì vậy mà có một số hàng hóa làm ra không tiêu thụ được do lỗi thời hoặc số lượng thừa quá lớn., tạo thành dự trữ hàng do không bán được.

3.3.3. Phân loại theo công dụng

- Dự trữ thường xuyên: đảm bảo hàng hóa cho quá trình hoạt động logistics diễn ra được liên tục.

- Dự trữ bảo hiểm: phòng ngừa những rủi ro, bất trắc trong quá trình cung ứng.

- Dự trữ chuẩn bị: được sử dụng để chuẩn bị hàng hóa cung cấp cho khách hàng.

3.3.4. Phân loại theo giới hạn của dự trữ

- Dự trữ tối đa: là mức dự trữ hàng hóa lớn nhất cho phép một tổ chức kinh doanh có hiệu quả. Nếu vượt dự trữ tối đa sẽ gây nên tình trạng ứ đọng hàng hóa, vốn quay vòng chậm, kinh doanh không hiệu quả.

- Dự trữ tối thiểu: là mức dự trữ hàng hóa thấp nhất cho phép một tổ chức hoạt động liên tục. Nếu dự trữ dưới mức này thì sẽ không đảm bảo an toàn cho hoạt động của tổ chức, không đủ nguyên vật liệu cung cấp cho sản xuất, không đủ sản phẩm để đáp ứng nhu cầu khách hàng, gây ra việc gián đoạn quá trình sản xuất cung ứng.

- Dự trữ bình quân: là mức dự trữ trung bình của một tổ chức trong một kỳ nhất định.

3.3.5. Phân loại theo thời hạn dự trữ

- Dự trữ đầu kỳ

- Dự trữ cuối kỳ

3.3.6. Phân loại theo kỹ thuật phân tích ABC

Dựa trên nguyên tắc Pareto. Toàn bộ hàng hóa dự trữ của doanh nghiệp được chia làm 3 loại: A,B,C. Căn cứ vào mối quan hệ giá trị hàng hóa với số lượng chủng loại hàng hóa.

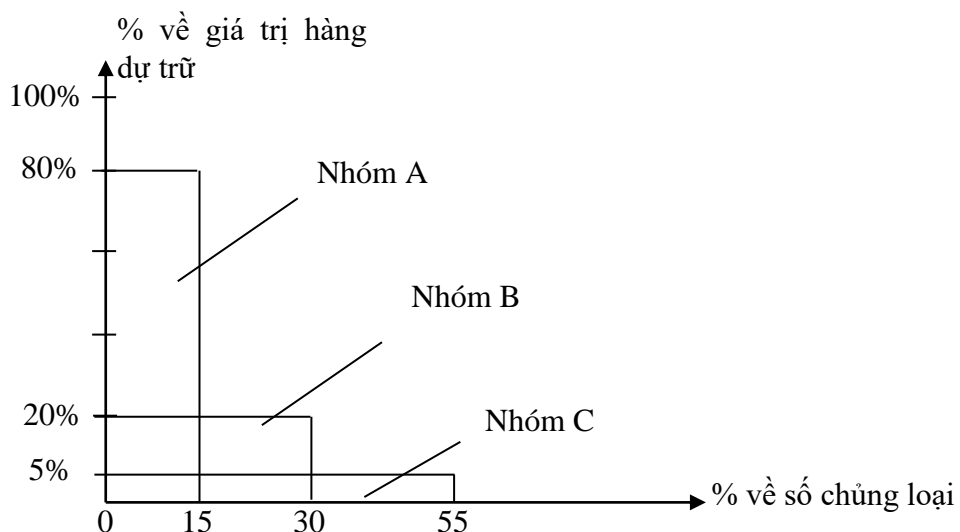
- Giá trị hàng hóa dự trữ hàng năm được xác định bằng tích số giữa giá bán 1 đơn vị hàng dự trữ với lượng dự trữ hàng năm.

- Số lượng chủng loại hàng hóa là: số các loại hàng hóa dự trữ của doanh nghiệp trong năm.

- + Nhóm A: bao gồm loại hàng hóa dự trữ có giá trị hàng năm cao nhất, chúng có giá trị từ 70 - 80% so với tổng giá trị hàng hóa dự trữ, nhưng về mặt số lượng, chủng loại thì chúng chỉ chiếm 15% tổng số loại hàng dự trữ.

- + Nhóm B: bao gồm loại hàng hóa dự trữ có giá trị hàng năm ở mức trung bình, chúng có giá trị 15 – 25% so với tổng giá trị hàng dự trữ, và số lượng chủng loại thì chiếm khoảng 30% tổng số hàng dự trữ.

- + Nhóm C: bao gồm loại hàng hóa dự trữ có giá trị hàng năm ở mức nhỏ khoảng 5% so với tổng giá trị hàng; số lượng, chủng loại thì chiếm đến khoảng 55% tổng số hàng



Hình 3.1: Phân loại dự trữ theo kỹ thuật phân tích ABC

Ví dụ : Phân loại vật liệu tồn kho theo ABC.

| Loại vật liệu | Nhu cầu hàng năm | Giá đơn vị | Tổng giá trị hàng năm | Loại |
|---------------|------------------|------------|-----------------------|------|
| 1 | 1.000 | 4.300 | 4.300.000 | A |
| 2 | 5.000 | 720 | 3.600.000 | A |
| 3 | 1.900 | 500 | 950.000 | B |
| 4 | 1.000 | 710 | 710.000 | B |
| 5 | 2.500 | 250 | 625.000 | B |
| 6 | 2.500 | 192 | 480.000 | B |
| 7 | 400 | 200 | 80.000 | C |
| 8 | 500 | 100 | 50.000 | C |
| 9 | 200 | 210 | 42.000 | C |
| 10 | 1.000 | 35 | 35.000 | C |
| 11 | 3.000 | 10 | 30.000 | C |
| 12 | 9.000 | 3 | 27.000 | C |

Trong điều kiện hiện nay, việc sử dụng phương pháp phân tích ABC được thực hiện thông qua hệ thống quản trị dự trữ tự động hóa bằng máy tính. Tuy nhiên, một số doanh nghiệp chưa có điều kiện tự động hóa quản trị dự trữ, việc phân tích ABC được thực hiện bằng thủ công mặc dù mất thêm thời gian nhưng nó sẽ đem lại lợi ích nhất định. Kỹ thuật phân tích ABC trong công tác quản trị dự trữ có tác dụng giúp xác định thứ tự ưu tiên trong việc bố trí nguồn vốn, tập trung làm công tác quản trị,...Cụ thể là:

+ Các nguồn vốn dùng mua nhóm hàng A cần phải nhiều hơn so với nhóm C, do đó cần có sự ưu tiên đầu tư thích đáng vào quản trị nhóm A.

+ Các loại hàng nhóm A cần có sự ưu tiên trong bố trí, kiểm tra, kiểm soát về hiện vật. Việc thiết lập các báo cáo chính xác về nhóm A phải được thực hiện thường xuyên nhằm đảm bảo khả năng an toàn trong sản xuất.

+ Trong dự báo nhu cầu dự trữ cần áp dụng các phương pháp dự báo khác nhau cho các nhóm hàng khác nhau. Nhóm A cần được dự báo cẩn thận hơn các nhóm khác.

+ Nhờ có kỹ thuật phân tích ABC trình độ của nhân viên giữ kho tăng lên không ngừng, do họ thường xuyên thực hiện các chu trình kiểm tra, kiểm soát từng nhóm hàng.

Tóm lại, kỹ thuật phân tích ABC sẽ cho chúng ta những kết quả tốt hơn trong dự báo, kiểm tra, kiểm soát, đảm bảo tính khả thi của nguồn cung ứng, tối ưu hóa lượng dự trữ.

3.4. Quản trị dự trữ

3.4.1. Chi phí dự trữ

Dự trữ có ảnh hưởng rất lớn đến toàn bộ hoạt động logistics. Mức dự trữ không thích hợp sẽ không thực hiện được mục tiêu chiến lược của logistics là: tối thiểu hóa tổng chi phí và thực hiện tốt các dịch vụ khách hàng. Nhưng nếu dự trữ quá nhiều sẽ làm cho hàng hóa bị ứ đọng, vốn quay vòng chậm, hiệu quả kinh doanh không cao. Ngược lại, nếu dự trữ ít sẽ không đủ hàng hóa, sản phẩm để đảm bảo cho quá trình kinh doanh được liên tục, không đáp ứng, không thỏa mãn nhu cầu khách hàng. Hiện nay, điều kiện cạnh tranh gay gắt, nếu không có mức dự trữ đúng thì sẽ giảm doanh thu, mất uy tín, có thể dẫn đến phá sản.

Vấn đề đặt ra ở đây là: dự trữ bao nhiêu là tối ưu? Làm sao để vừa tối thiểu hóa tổng chi phí nhưng vẫn phục vụ được khách hàng với chất lượng tốt và thu hút thêm nhiều khách hàng mới?

Để tối thiểu hóa chi phí logistics, thì trước hết hãy xem tổng chi phí bao gồm những khoản:

$$\sum CP_{\text{logistics}} = CP \text{ vận tải} + CP \text{ quản lý kho} + CP \text{ giải quyết đơn hàng} \\ \& \text{ cung cấp thông tin} + CP \text{ dự trữ} + CP \text{ sản xuất}$$

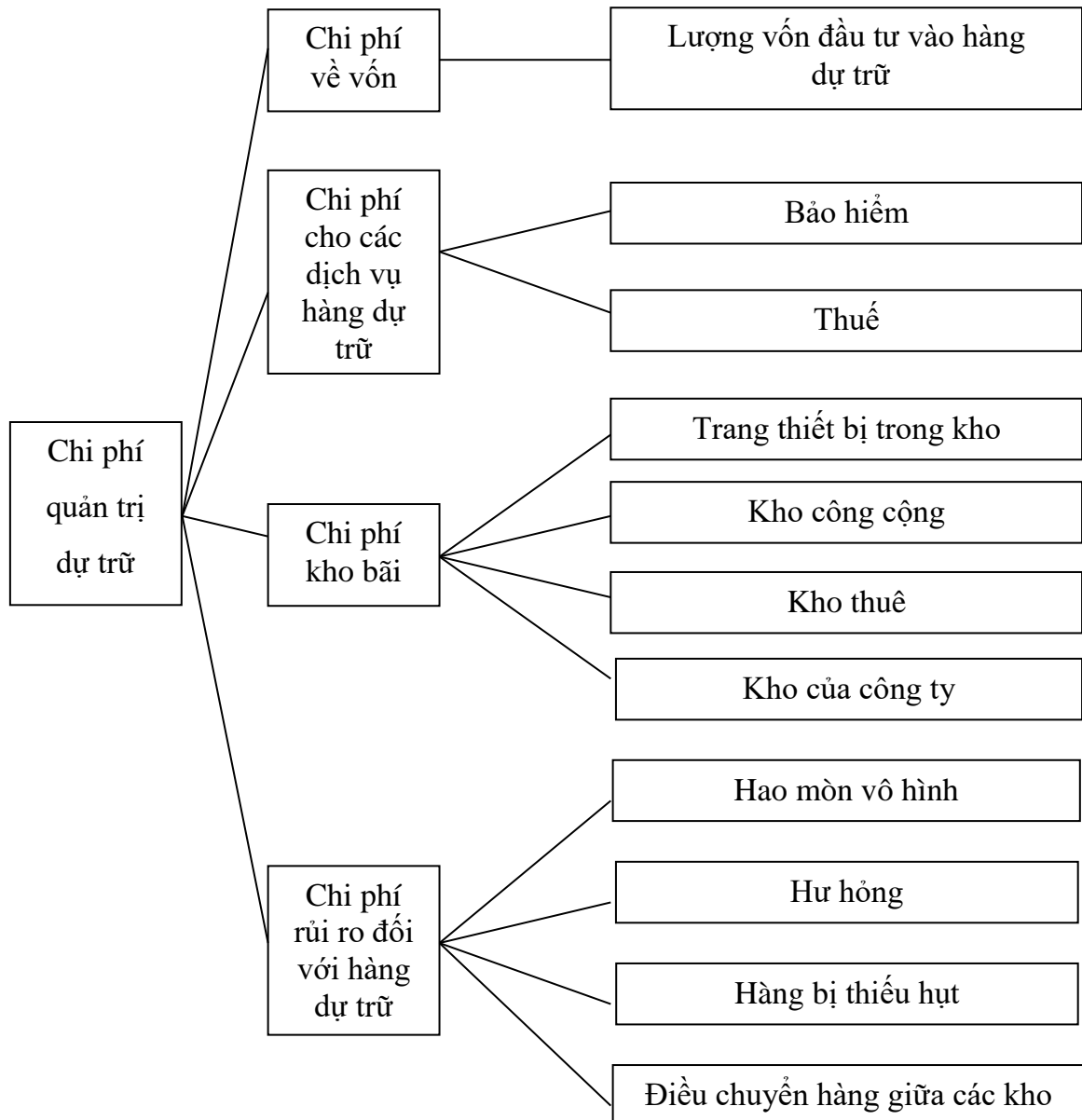
Các hoạt động trong chuỗi logistics có liên quan chặt chẽ với nhau, tác động qua lại lẫn nhau, do vậy việc giảm chi phí ở khâu này có thể làm tăng chi phí ở khâu khác (ví dụ: nếu giảm chi phí dự trữ có thể làm tăng chi phí ở khâu vận tải và khâu xử lý đơn hàng, trao đổi thông tin) và có thể làm tăng cả tổng chi phí. Chính vì vậy mà đòi hỏi một cái nhìn tổng thể trong quản trị logistics.

Chúng ta cần xem xét mối quan hệ giữa tổng chi phí logistics và mức dự trữ để tìm ra mức dự trữ tối ưu bằng phương pháp phân tích cân đối chi phí giữa các hoạt động logistics và một số công cụ chuyên dùng.

Chi phí dự trữ bao gồm 4 khoản lớn thể hiện ở hình 3.2:

- Chi phí vốn – lượng vốn đầu tư vào hàng hóa dự trữ

- Chi phí cho các dịch vụ hàng hóa dự trữ: chi phí bảo hiểm và thuế
- Chi phí liên quan đến kho bãi: chi phí thiết bị trong kho, chi phí liên quan và sử dụng kho công cộng, chi phí thuê kho, chi phí cho kho của công ty.
- Chi phí rủi ro liên quan đến hàng hóa dự trữ: hao mòn vô hình, hàng hóa bị hư hỏng, hàng hóa bị thiếu hụt, mất mát, chi phí liên quan đến việc điều chuyển, bố trí lại giữa các kho.



Hình 3.2: Chi phí quản trị dự trữ

Trong thực tế ở Việt Nam, khi nghiên cứu quản trị dự trữ người ta thường đề cập đến các loại chi phí sau:

+ Chi phí đặt hàng: là toàn bộ chi phí có liên quan đến đơn hàng. Nó bao gồm các chi phí tìm kiếm nguồn hàng, thực hiện quy trình đặt hàng (giao dịch, đàm phán, ký kết hợp đồng, thông báo qua lại).

+ Chi phí lưu kho: Là những chi phí phát sinh trong thực hiện hoạt động dự trữ. Những chi phí này có thể được kê theo bảng sau:

Bảng 3.1: Chi phí phát sinh trong hoạt động dự trữ

| Nhóm chi phí | Tỷ lệ so với giá trị dự trữ |
|---|-----------------------------|
| 1. Chi phí về nhà cửa và kho tàng: - Tiền thuê hoặc khấu hao nhà cửa. - Chi phí bảo hiểm nhà kho, kho hàng. - Chi phí thuê nhà đất. | Chiếm 3-10% |
| 2. Chi phí sử dụng thiết bị, phương tiện. - Tiền thuê hoặc khấu hao dụng cụ, thiết bị - Chi phí năng lượng. - Chi phí vận hành thiết bị. | Chiếm 1- 4% |
| 3. Chi phí về nhân lực cho hoạt động quản lý | Chiếm từ 3-5% |
| 4. Phí tổn cho việc đầu tư vào hàng dự trữ - Thuế đánh vào hàng dự trữ - Chi phí vay vốn - Chi phí bảo hiểm hàng dự trữ | Chiếm từ 6-24% |
| 5. Thiệt hại hàng dự trữ do mất, hư hỏng hoặc không sử dụng được | Chiếm 2-5% |

Tỷ lệ từng loại chi phí chỉ có ý nghĩa tương đối, chúng phụ thuộc vào từng loại doanh nghiệp, địa điểm phân bố, lãi suất hiện hành.

+ Chi phí mua hàng: Là chi phí được tính từ khối lượng hàng của đơn hàng và giá mua một đơn vị hàng. Thông thường chi phí mua hàng không ảnh

hưởng nhiều đến việc lựa chọn mô hình dự trữ, trừ mô hình khấu trừ theo số lượng.

3.4.2. Các mô hình dự trữ

3.4.2.1. Mô hình đặt hàng tối ưu EOQ

Chính sách đặt hàng tốt nhất có thể xác định bằng cách tối ưu hóa. Tổng chi phí dự trữ và chi phí đặt hàng, dùng mô hình đặt hàng tối ưu EOQ. Mô hình này nhận được sự chú ý đáng kể và được dùng trong công nghiệp. Tuy nhiên nó cũng có một số hạn chế. Mô hình EOQ đơn giản thì chỉ áp dụng khi có các điều kiện sau:

1. Nhu cầu (số lượng) hàng hóa được xác định chính xác và không thay đổi.
2. Việc bổ sung hàng hóa được giải quyết dễ dàng nhanh chóng.
3. Giá mua không đổi – không phụ thuộc vào số lượng đặt hàng hay thời gian.
4. Chi phí vận chuyển không đổi, không phụ thuộc vào số lượng đặt hàng.
5. Sự thỏa mãn tất cả các nhu cầu.
6. Không một hàng hóa tồn kho được vận chuyển.
7. Chỉ có một hàng hóa dự trữ.
8. Có tầm nhìn chiến lược lâu dài.
9. Nguồn vốn luôn sẵn sàng.

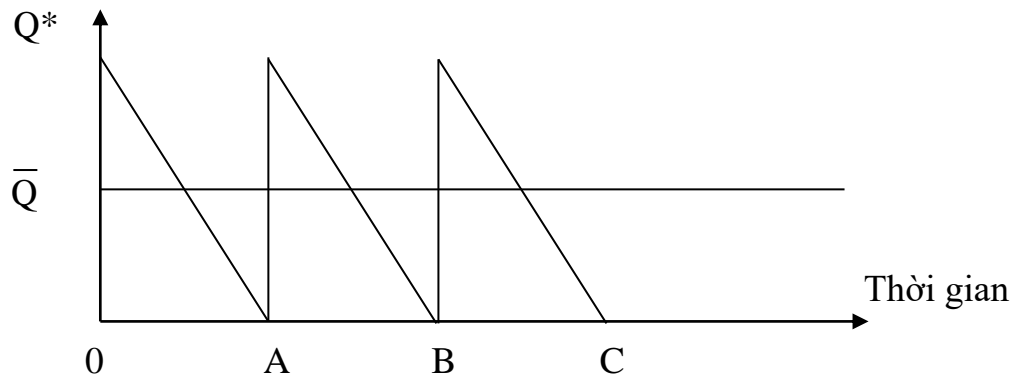
Với những giả thiết trên thì sơ đồ biểu diễn mô hình EOQ có dạng:

Nếu gọi:

Q^* là lượng hàng của một đơn hàng (lượng hàng dự trữ tối đa Q_{\max}
= Q^*)

O là mức dự trữ tối thiểu ($Q_{\max} = 0$)

$\bar{Q} = Q/2$ là lượng dự trữ trung bình

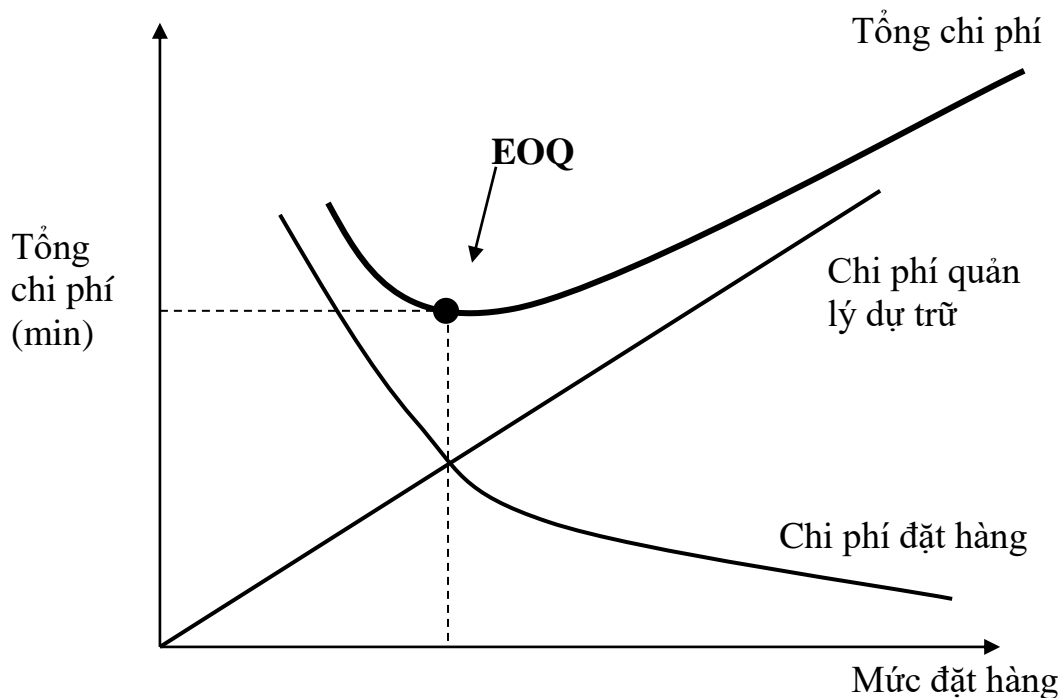


Hình 3.3: Mô hình EOQ

Như vậy lượng dự trữ sẽ giảm dần theo một tỷ lệ không đổi vì nhu cầu không đổi theo thời gian.

* Xác định thông số trong mô hình EOQ

+ Mô hình:



Hình 3.4: Cân bằng chi phí để xác định EOQ

+ Mục tiêu của các mô hình dự trữ là để tối thiểu hóa chi phí dự trữ. Với giả định đã nêu ra thì có 2 loại chi phí biến đổi khi lượng dự trữ thay đổi: chi phí lưu kho và chi phí đặt hàng; chi phí mua hàng không đổi.

+ Từ mô hình ta có:

$$TC = C_{dh} + C_{lk}$$

Hay $TC = D/Q * P + Q/2 * H$

Nếu gọi:

D: nhu cầu hàng hóa dự trữ trong giai đoạn nhất định

Q: lượng hàng trong 1 đơn hàng

P: chi phí 1 đơn hàng

H: chi phí lưu kho một đơn vị dự trữ. $H = C * V$

Trong đó: C là chi phí quản lý 1 đơn hàng lưu kho

V là chi phí hay giá trị trung bình của một đơn vị hàng hóa

Ta sẽ có Q^* (lượng đặt hàng tối ưu) khi tổng chi phí min:

$$TC_{min} \text{ thì } TC'_Q = 0$$

Ta có $TC' = - (DP/Q^2) + (H/2) = 0$

Suy ra $Q^2 = 2DP/H$

Vậy $Q^* = \sqrt{Q^2} = \sqrt{2DP/H}$

Hay $EOQ = \sqrt{2DP/CV}$

Mô hình EOQ là một công cụ tốt giúp xác định mức đặt hàng tối ưu, từ đó suy ra khoảng cách đặt hàng tối ưu và mức dự trữ bình quân tối ưu. Tuy có nhiều ưu điểm nhưng EOQ vẫn có nhược điểm, trong đó nhược điểm lớn nhất là chỉ có thể áp dụng khi có các điều kiện đã nêu trên. Nhưng trong thực tế thì những giả định không thể nào có được hết.

Điểm tái đặt hàng (ROP): trong mô hình EOQ chúng ta giả định rằng, sự tiếp nhận một đơn đặt hàng là thực hiện trong một chuyến hàng. Tức là một doanh nghiệp chờ cho đến khi hết hàng thì mới tiếp tục đặt hàng. Tuy nhiên trong thực tế thời gian từ đặt hàng đến khi nhận hàng có thể chỉ trong vòng vài giờ, nhưng cũng có khi rất dài. Do vậy quyết định thời điểm tái đặt hàng được xác định:

Điểm tái đặt hàng **ROP = d x L**

Trong đó: d là nhu cầu tiêu dùng hàng ngày về hàng dự trữ

$$d = D / \text{số ngày sản xuất trong năm}$$

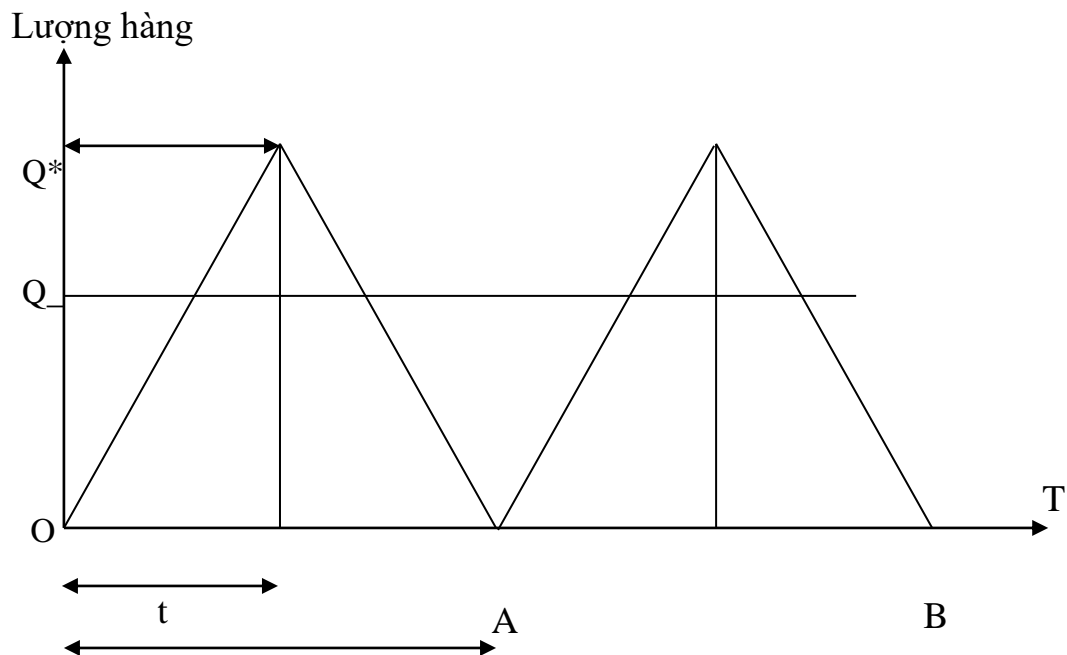
L là thời gian từ khi đặt hàng đến khi nhận được hàng

3.4.2.2. Mô hình đặt hàng theo sản xuất (POQ – Production Order Quantity Model).

Trong kinh doanh, doanh nghiệp thường có những trường hợp nhận hàng dần dần trong một thời gian nhất định chứ không như đã giả định nhận một lần như trong EOQ. Điều đặt ra là phải tìm kiếm một mô hình thích hợp, được áp dụng trong trường hợp doanh nghiệp vừa sản xuất vừa bán hoặc doanh nghiệp tự sản xuất lấy vật tư. Như vậy, điều đáng quan tâm là mức sản xuất hàng ngày của nhà sản xuất hay mức cung ứng của nhà cung ứng.

Trong mô hình POQ, các giả thiết cơ bản là giống mô hình EOQ, chỉ khác là hàng được đưa đến nhiều lần.

+ Mô hình POQ:



Hình 3.5: Mô hình POQ

Theo mô hình này:

$$\text{Mức dự trữ tối đa} = \frac{\text{Tổng số đơn vị hàng cung ứng (sản xuất) trong thời gian (t)}}{\text{Tổng số đơn vị hàng được sử dụng trong thời gian (t)}}$$

Hay $Q_{\max} = pt - dt$

Mặt khác: $Q = pt$ suy ra $t = Q/p$

Thay vào công thức tính mức dự trữ tối đa, ta có:

$$Q_{\max} = (pQ/p) - (dQ/p) = Q(1 - d/p)$$

Vậy: $C_{lk} = (Q/2) / (1 - d/p) H$

Và: $C_{dh} = D/Q \times P$

Để tìm được lượng hàng tối ưu Q^* , ta cũng áp dụng phương pháp tương tự như trong mô hình EOQ và tìm được:

$$Q^* = \sqrt{\frac{2DP}{H(1 - d/p)}}$$

3.4.2.3. Mô hình dự trữ tối thiểu (BOQ – Back Order Quantity Model)

Trong 2 mô hình trên, chúng ta không đề cập đến sự thiếu hụt trong dự trữ. Trong thực tế, nhiều doanh nghiệp đã có ý định về sự thiếu hụt vì nếu duy trì thêm 1 đơn vị dự trữ thì chi phí thiệt hại sẽ lớn hơn giá trị thu được. Và mô hình BOQ được xây dựng trên cơ sở giả sử tình trạng thiếu hụt là có chủ định trước và do đó ta xác định được chi phí thiếu hụt do để lại một đơn vị dự trữ tại nơi cung ứng hàng năm.

3.4.2.4. Mô hình khấu trừ theo số lượng (QDM – Quantity Discount Model)

Trong các công ty, để cạnh tranh và đẩy mạnh doanh số bán người ta thường đưa ra chính sách giảm giá khi mua hàng với số lượng cao. Chính sách bán hàng như vậy gọi là bán hàng khấu trừ theo số lượng mua.

Khi mua nguyên vật liệu với khối lượng lớn thì sẽ mua được với mức giá thấp hơn nhưng cũng đồng nghĩa với việc là dự trữ sẽ tăng lên và dẫn đến chi phí lưu kho sẽ tăng lên. Về phía chi phí đặt hàng thì lượng đặt hàng sẽ tăng lên nhưng chi phí đặt hàng lại giảm đi. Như vậy mục tiêu là làm thế nào để chọn mức đặt hàng sao cho tổng chi phí về hàng dự trữ hàng năm là nhỏ nhất. Trường hợp này ta áp dụng mô hình khấu trừ theo số lượng QMD.

Bài tập

1. Anh chị hãy trình bày hiểu biết của mình về khái niệm dự trữ?
2. Tại sao dự trữ lại quan trọng đối với hiệu quả quản trị của một công ty?
3. Trình bày cách phân loại dự trữ theo kỹ thuật phân tích ABC. Cho ví dụ?
4. Phân tích chi phí dự trữ?
5. Công ty E.V chuyên mua bán máy tính tay cá nhân. Mỗi lần đặt hàng công ty tốn chi phí là 4.500.000 đồng/đơn hàng. Chi phí tồn trữ hàng năm là 1.700.000 đồng/sản phẩm/năm. Các nhà quản trị hàng tồn kho của công ty ước lượng nhu cầu hàng năm là 1.200 sản phẩm. Xác định lượng đặt hàng tối ưu để đạt tổng chi phí tồn trữ là tối thiểu?
6. Một nhà sản xuất nhận được bảng báo giá về chi tiết X của nhà cung ứng như sau:

| | | | |
|----------------|--------|---------|--------|
| Lượng đặt mua | 1-199 | 200-599 | > 600 |
| Đơn giá (đồng) | 65.000 | 59.000 | 56.000 |

Biết mức sử dụng trung bình của chi tiết X hàng năm là 700 chi tiết, chi phí tồn trữ là 14.000 đồng/chi tiết/năm và mỗi lần đặt hàng nhà sản xuất tốn một khoản chi phí là 275.000 đồng. Hỏi nhà sản xuất nên phải đặt hàng là bao nhiêu để được hưởng lợi ích nhiều nhất theo bảng chiết khấu trên.

7. Khách sạn Sao đêm có chủ trương cung cấp cho khách hàng của họ các hộp xà bông tắm mỗi khi khách thuê phòng. Lượng sử dụng hàng năm của loại xà bông tắm này là 2.000 hộp. Mỗi lần đặt hàng, khách sạn phải chịu khoản chi phí là 10.000 đồng, bất kể số lượng đặt hàng mỗi lần là bao nhiêu. Có khoảng 5% lượng xà bông bị thất thoát và hư hỏng mỗi năm do những điều kiện khác nhau, thêm vào đó khách sạn còn chi khoản 15% đơn giá cho việc tồn trữ. Hãy xác định lượng xà bông tối ưu cho mỗi lần đặt hàng, nếu biết đơn giá mỗi hộp xà bông là 5.000 đồng

8. Một công ty chuyên sản xuất chuồng gà công nghiệp cho các nhà chăn nuôi gà trên toàn quốc. Nhu cầu hàng năm của loại chuồng gà để là 100.000 chuồng. Tuy cũng sản xuất các chi tiết giống nhau nhưng khi chuyển đổi loạt sản xuất từ kiểu chuồng gà thịt sang kiểu chuồng gà đẻ hoặc ngược lại thì tốn khoản chi phí là

100.000 đồng. Chi phí sản xuất (giá thành sản phẩm) mỗi chuồng gà là 40.000 đồng, chi phí tồn trữ là 25% chi phí sản xuất cho mỗi chuồng/năm. Nếu mức cung cấp của công ty hiện tại là 1.000 chuồng/ngày thì kích thước lô sản xuất tối ưu là bao nhiêu, biết số ngày làm việc trong năm của công ty là 250 ngày.

9. Một siêu thị có nhu cầu hàng năm về sản phẩm A là 40.000 sản phẩm. Chi phí đặt hàng là 250.000 đồng/đơn hàng, không kể số lượng đặt hàng là bao nhiêu; chi phí tồn trữ là 20% đơn giá sản phẩm. Sản phẩm A được cung cấp với giá 100.000 đồng/sản phẩm. Hỏi người ta đặt hàng mỗi lần là bao nhiêu sản phẩm để tối thiểu hóa tổng chi phí tồn kho?

Giả sử thời gian để thực hiện đơn hàng là 2 ngày, thời gian làm việc trong năm là 250 ngày. Xác định điểm đặt hàng lại của sản phẩm trên?

10. Một công ty có nhu cầu sản xuất về sản phẩm C hàng năm là 5.000 sản phẩm. Đơn giá của sản phẩm này là 100.000 đồng/sản phẩm và chi phí tồn trữ là 20% đơn giá của nó. Chi phí chuyển đổi sản xuất là 200.000 đồng cho mỗi lần chuyển đổi lô sản xuất. Mức sản xuất hiện tại là 20.000 sản phẩm/năm. Hỏi, nên sản xuất theo lô cỡ nào để tối thiểu hóa chi phí (mỗi năm làm việc 250 ngày).

11. Nhà cung cấp dầu hỏa X gửi đến công ty Lửa Đỏ chuyên kinh doanh dầu hỏa bảng giá chiết khấu như sau:

| | | | |
|----------------------------|-------|-------------|---------|
| Lượng đặt mua (thùng) | 1-999 | 1.000-2.999 | > 3.000 |
| Đơn giá (1.000 đồng/thùng) | 200 | 180 | 175 |

Nếu chi phí tồn trữ là 25% đơn giá và phải tốn 1 triệu đồng cho mỗi lần đặt hàng, không kể số lượng đặt hàng mỗi lần là bao nhiêu. Theo bạn, công ty nên đặt hàng mỗi lần bao nhiêu thùng để hưởng lợi ích do mức chiết khấu trên, nếu biết nhu cầu hàng năm là 10.000 thùng.

12. Công ty G sản xuất phân, một loại nguyên liệu thô cần được sử dụng với số lượng lớn cho sản xuất ở năm tới theo dự báo là 2,5 triệu tấn. Nếu giá của nguyên liệu này là 1,225 triệu đồng/tấn, chi phí tồn trữ là 35% chi phí đơn vị nguyên liệu và chi phí đặt hàng là 15,95 triệu đồng/đơn hàng. Yêu cầu:

a. Công ty nên mua với số lượng nào? Chi phí tồn kho hàng năm là bao nhiêu ?

b. Thời gian cách quãng giữa 2 lần đặt hàng ? nếu biết công ty làm việc 300 ngày trong năm.

13. Đơn vị A có nhu cầu về tiền mặt cho kho quỹ của họ để giao dịch hằng ngày. Nếu đơn vị ước lượng 250 tỉ đồng được cần đến vào năm tới, chi phí cho từng lần rút tiền từ ngân hàng về tiền mặt là 2,65 triệu đồng (bao gồm cả chi phí cho việc văn phòng, áp tải vận chuyển) và chi phí cho việc bảo quản tiền mặt nhàn rỗi không dùng đến là 0,008 (đồng/năm). Yêu cầu:

a) Lượng tiền mặt của đơn vị A cần cho từng lần rút là bao nhiêu ?

b) Tổng chi phí việc tồn kho hàng năm là bao nhiêu cho kết quả phần a ?

c) Thời gian cách quãng giữa 2 lần đặt hàng, biết thời gian làm việc trong năm là 260 ngày và tiền mặt đặt ở mức Q^* .

14. Doanh nghiệp tư nhân X bán lẻ hóa chất diệt côn trùng. Sản phẩm này được đặt từ nhà buôn sỉ với giá 120.000 đồng/kg, nhu cầu cho năm tới ước lượng là 50 tấn. Nếu doanh nghiệp đặt hàng dưới 7,5 tấn/đơn hàng, thì chi phí tồn trữ là 35% đơn giá mua/năm và chi phí đặt hàng là 15,05 triệu đồng/đơn hàng. Nếu doanh nghiệp đặt nhiều hơn 7,5 tấn thì chi phí tồn trữ giảm xuống còn 25% đơn giá mua/năm, nhưng chi phí đặt hàng tăng thành 25,75 triệu đồng/đơn hàng do chi phí vận chuyển phụ trội. Vậy doanh nghiệp nên đặt bao nhiêu hàng cho một đơn hàng ?

15. Mức sản xuất của dây chuyền lắp ráp thành phẩm là 800 đĩa CD/ngày. Sau khi lắp ráp xong, các đĩa này đi thẳng vào kho thành phẩm. Biết nhu cầu của khách hàng trung bình là 400 đĩa CD/ngày và khoảng 50.000 đĩa CD/năm, nếu việc vận hành dây chuyền lắp ráp tốn 5 triệu đồng và chi phí cho việc tồn trữ là 10.000đồng/đĩa CD/năm.

a) Nên sản xuất đĩa CD theo lô lớn cỡ bao nhiêu ở dây chuyền lắp ráp thành phẩm?

b) Tính tổng chi phí ở mức sản xuất tối ưu?

16. Một công ty tinh chế dầu mua dầu thô theo hợp đồng cung cấp dài hạn với giá 225.000 đồng/thùng. Việc vận chuyển dầu thô đến nhà máy được thực hiện với số lượng 10.000 thùng/ngày, nhà máy chỉ sử dụng ở mức 5.000 thùng/ngày và định mua 500.000 thùng dầu thô vào năm tới. Nếu chi phí cho việc tồn trữ

hàng là 25% đơn giá mua/năm và chi phí đặt hàng cho một đơn hàng là 75 triệu đồng.

Tính lượng hàng tối ưu cho đơn hàng và tổng chi phí đơn hàng này là bao nhiêu?

17. Một nhà buôn sỉ cung cấp vật liệu xây dựng bán các loại cửa nhôm. Loại cửa thông dụng hiện nay được ước lượng có nhu cầu ở năm tới là 50.000 cửa. Chi phí đặt và nhận hàng cho một đơn hàng là 2 triệu đồng, chi phí cho việc tồn trữ là 30% đơn giá mua. Nhà cung cấp đưa ra bảng giá chiết khấu loại cửa này như sau:

| | | | |
|--------------------------|---------|-------------|------------|
| Lượng đặt mua (sản phẩm) | 1-999 | 1.000-1.999 | trên 2.000 |
| Đơn giá (đồng/sản phẩm) | 450.000 | 390.000 | 350.000 |

a. Tính lượng hàng tối ưu và tổng chi phí là bao nhiêu ?

b. Thời gian cách quãng giữa 2 lần đặt hàng, nếu biết thời gian làm việc trong năm là 300 ngày.

18. Nhu cầu hàng năm về loại sản phẩm A là 150.000 sản phẩm, chi phí đặt hàng cho mỗi đơn hàng là 1 triệu đồng, chi phí cho việc tồn trữ hàng năm là 15% đơn giá, mức sản xuất sản phẩm A là 600 sản phẩm/ngày và mức tiêu thụ là 300 sản phẩm/ngày. Nếu đơn vị nhận hàng từ 1-5.999 sản phẩm/đơn hàng thì bán giá 150.000 đồng/sản phẩm, nếu nhận từ 6.000-9.999 sản phẩm thì bán với giá 130.000 đồng/ sản phẩm, nếu nhận trên 10.000 sản phẩm thì bán với giá 100.000 đồng/ sản phẩm . Xác định lượng đặt hàng tối ưu và tính tổng chi phí là bao nhiêu.

19. Một công ty có nhu cầu về sản phẩm A là 10.000 sản phẩm. Công ty phải đặt hàng từ nhà cung cấp với chi phí đặt hàng là 1,0 triệu đồng/lần, chi phí cho việc lưu trữ hàng hoá là 120 đồng/tháng.

a. Tính lượng đặt hàng tối ưu và tổng chi phí tồn trữ phát sinh hàng năm.

b. Nếu nhu cầu giảm 20% thì lượng đặt hàng và tổng chi phí thay đổi như thế nào.

c. Nếu chi phí tồn trữ giảm 15% thì lượng đặt hàng và tổng chi phí thay đổi như thế nào.

d. Nếu chi phí đặt hàng giảm 15% thì lượng đặt hàng và tổng chi phí thay đổi như thế nào.

20. Nhu cầu về một loại sản phẩm của công ty C hàng năm là 42.000 sản phẩm. Chi phí đặt hàng là 2,5 triệu đồng/đơn hàng, chi phí tồn trữ cho một sản phẩm mỗi tháng mất 2% giá mua hàng hoá, biết giá mua mỗi sản phẩm là 30.000 đồng/sản phẩm. Thời gian đặt hàng mất trung bình 12 ngày, thời gian làm việc mỗi năm là 300 ngày. Hiện tại công ty đang đặt hàng với số lượng là 8.000 sản phẩm/đơn hàng.

a. Tính tổng chi phí tồn kho theo chính sách công ty đang áp dụng là bao nhiêu.

b. Hãy xác định lượng đặt hàng tối ưu và tổng chi phí tồn kho phát sinh hàng năm là bao nhiêu.

c. Xác định điểm đặt hàng lại và thời gian cách quãng giữa 2 lần đặt hàng.

CHƯƠNG 4: QUẢN TRỊ VẬT TƯ

4.1. Những khái niệm liên quan đến quản trị vật tư

Như đã được định nghĩa, quản trị logistics là một phần của quá trình cung ứng. Quá trình này là lên kế hoạch, thực hiện và điều khiển dòng chu chuyển hàng hóa, dịch vụ và những thông tin liên quan 1 cách tối ưu từ điểm đầu cho đến điểm cuối để đáp ứng yêu cầu của khách hàng. Là một phần của tổng thể dòng chu chuyển, có liên quan đến quản trị vật tư, bao gồm việc quản trị nguyên liệu thô, lắp ráp, sản xuất nhiều phần, đóng gói nguyên vật liệu và dự trữ bán thành phẩm. Một cách đơn giản thì quản trị vật tư là liên quan đến những hoạt động vật chất cung cấp nguyên vật liệu trong tổ chức.

4.1.1. *Quản trị cung ứng*

Hoạt động cung ứng có 3 bước phát triển tương ứng với 3 khái niệm là mua sắm, thu mua và quản trị cung ứng.

Việc kiếm được vật tư đã là một việc quan trọng trong quản trị vật tư và sẽ tiếp tục như vậy trong tương lai. Môi trường cung ứng thay đổi một cách nhanh chóng, giai đoạn dư thừa và thiếu hụt, sự thay đổi giá thất thường, và thời gian hoàn thành không cố định, tất cả mang lại nhiều thách thức cho những tổ chức mong muốn có cái nhìn lạc quan về những nỗ lực quản trị vật tư. Các điều khoản mua sắm và thu mua thường được thay thế được cho nhau, mặc dù những hoạt động thực hiện khác nhau.

4.1.1.1 *Mua sắm*

Là kể đến những hoạt động mua sắm vật tư và những hoạt động đó liên quan đến quá trình mua: mua nguyên vật liệu, máy móc, trang thiết bị... để phục vụ cho hoạt động của tổ chức. Đây là một trong những chức năng cơ bản, không thể thiếu trong mọi tổ chức. Các hoạt động này bao gồm:

- + Xác định nhu cầu nguyên vật liệu cần cung cấp.
- + Tổng hợp nhu cầu của toàn bộ tổ chức, xác định lượng hàng thực tế cần mua.
- + Xác định nhà cung cấp.

- + Nghiên cứu thị trường đối với những nguyên vật liệu quan trọng.
- + Đàm phán với nhà cung cấp.
- + Phân tích và lựa chọn nhà cung cấp.
- + Soạn thảo đơn đặt hàng hoặc hợp đồng.
- + Thực hiện hợp đồng, giải quyết những vướng mắc.
- + Thống kê và theo dõi các số liệu mua hàng.

Quyết định mua sắm:

Hoạt động mua sắm liên quan đến quyết định mua hàng để đảm bảo các yếu tố sau:

- + Đúng loại hàng hóa đang cần (Right commodities)
- + Đúng địa điểm (Right place)
- + Đúng thời gian (Right time)
- + Đúng giá cả (Right price)
- + Đúng chất lượng (Right quality)
- + Đúng số lượng (Right quantity)

Có sáu R trong việc quyết định mua sắm

* Đúng hàng hóa: nhìn chung các doanh nghiệp thường thu được đúng hàng hóa trong tình trạng tốt, nhưng có một số cân nhắc trong quyết định chọn đúng loại hàng hay đúng dịch vụ. Những người mua máy tính trong những năm 1970 và 1980 đã phát biểu rằng: “không một ai nổi giận khi mua máy tính IBM”. Điều này chứng minh tầm quan trọng của sự tin cậy. Sự tin cậy thường được lan truyền đến những người mua thông qua những thương hiệu, và vật tượng trưng hoặc là lợi ích nhận được mà thương hiệu đó mang đến cho người mua. Trong một số tổ chức, người mua sẽ chỉ rõ những gì mà tổ chức được yêu cầu (dựa trên nhu cầu) hơn là chỉ đơn giản mua từ catalogue. Và dĩ nhiên, cả hai có thể diễn ra cùng lúc và thường khi đây là trường hợp giá cả tốt hơn thì có thể đạt được bởi vì người cung cấp không theo yêu cầu của sản phẩm.

* Đúng địa điểm: việc đưa ra quyết định mua sắm là quan trọng để cung cấp chi tiết cấu trúc như thế nào, khi nào và ở đâu thì phân phối được thực hiện. Ví dụ như, một vài tổ chức bán lẻ sẽ cung cấp thông tin cho người cung ứng để phân phối đến kho phân phối trung tâm (CDD – central distribution depot) hoặc

trực tiếp đến các cửa hàng. Lợi ích của việc phân phối trực tiếp đến các cửa hàng là tránh được đóng gói và đưa lên xe 2 lần và do đó thêm vào chi phí vận tải và dự trữ cho các nhà bán lẻ. Nếu hàng hóa đến kho chứa hàng đầu tiên thì cần phải tiến hành ghi sổ, dự trữ và sau đó là vận tải tới các cửa hàng.

* Đúng thời gian: Chắc chắn hàng hóa đến đúng lúc cần thiết là cơ bản để hoạt động chuỗi cung ứng có hiệu quả. Hệ thống JIT được xây dựng dựa trên quan điểm mà người cung ứng sẽ cung cấp khi hàng hóa được yêu cầu. Điều này tránh chi phí tồn kho và chi phí vốn thấp hơn.

* Đúng giá cả: đạt được mức giá đúng là rất quan trọng vì nó ảnh hưởng đến cấu trúc chi phí và cuối cùng là lợi nhuận cận biên đạt được. Để đạt được giá cả hợp lý thường liên quan đến việc đàm phán và kỹ năng đàm phán tốt được đòi hỏi trước tiên để trở thành người mua thành công. Đàm phán sẽ xem xét xung quanh một số điều khoản quan trọng khác để mua hàng như: ngày phân phối, thời gian sản xuất, chất lượng, số lượng và chiết khấu. Tuy nhiên, giá cả vẫn là một yếu tố rất quan trọng và người mua cần phải thận trọng trong tính toán cân bằng giữa giá cả và những yếu tố khác.

* Đúng chất lượng: Khách hàng chỉ rõ chất lượng hoặc mong đợi người cung cấp làm điều này. Trong trường hợp khác, để khách hàng quay lại, và tái đặt hàng, sự mong đợi của họ vào chất lượng mà họ được đáp ứng.

* Đúng số lượng: R cuối cùng là phải được cung cấp đúng số lượng.

4.1.1.2. Thu mua

Là sự mở rộng, phát triển của chức năng mua sắm. Ở chức năng này thì người ta chú trọng nhiều hơn đến các vấn đề mang tính chiến lược. Thu mua bao gồm: mua sắm, chuyên chở, nhà kho và nhận vật tư đầu vào. Cụ thể là:

- + Phát triển các nhu cầu nguyên vật liệu, dịch vụ, các chi tiết kỹ thuật
- + Nghiên cứu về nguyên vật liệu và quản lý các hoạt động phân tích có giá trị.
- + Nghiên cứu chuyên sâu về thị trường nguyên vật liệu.
- + Thực hiện các hoạt động của chức năng mua hàng.
- + Quản trị chất lượng của các nhà cung cấp.
- + Quản lý quá trình vận chuyển.

+ Quản trị các hoạt động mang tính chất đầu tư như: tận dụng, sử dụng lại các nguyên vật liệu...

Nguyên vật liệu, mẫu thiết kế sản phẩm và động cơ, sản xuất, phân phối và vận chuyển, bán hàng và marketing, xử lý số liệu, chức năng tài chính và quản trị - tất cả đều được mua từ những người cung cấp bên ngoài. Sự mở rộng của việc thuê ngoài mang lại tính chiến lược mới, quan trọng đối với chức năng mua sắm. Trong nhiều trường hợp, mua hàng hóa và dịch vụ từ những người bên ngoài trở thành yếu tố có ảnh hưởng lớn trong cấu trúc chi phí của công ty, tương ứng đến 70% hoặc 80% trong tổng chi phí. Ví dụ như 2/3 chi phí của một chiếc Boeing mới và 3/4 chi phí của một máy tính chủ PCs được tôn vào những phần của người cung cấp và lắp ráp.

Bảng 4.1: So sánh giữa mua sắm và thu mua

| | Chức năng mua sắm truyền thống | Chức năng thu mua có tính chất đổi mới |
|-------------------------------------|---------------------------------------|---|
| - Vị trí của tổ chức | Chức năng văn phòng phía sau | Chức năng chiến lược |
| - Vai trò | Hẹp | Rộng |
| - Tầm nhìn quản trị | Thấp | Cao |
| - Sơ lược tiêu sử đội ngũ nhân viên | Nhân viên văn phòng | Chuyên nghiệp |
| - Văn hóa | Tác động trở lại | Tiên phong thực hiện |
| - Quy trình mua | Quan liêu | Được tổ chức hợp lý |
| - Quan hệ cung cấp | Đối thủ, không linh hoạt | Hợp tác, linh hoạt |
| - Tiêu chuẩn thực hiện | Đơn vị giá | Tổng chi phí và chất lượng |

Bảng này so sánh về vai trò truyền thống và giới hạn của mua sắm với sự đổi mới và được mở rộng vai trò của thu mua. Thu mua giành được khả năng đáng kể đối với những tổ chức trong mục đích của chuỗi ứng trội hơn và dịch vụ khách hàng tốt nhất.

Mua sắm và thu mua sẽ gia tăng tầm quan trọng trong tương lai. Một số

yếu tố sẽ ảnh hưởng đến xu hướng này, bao gồm:

+ Vòng đời của sản phẩm ngắn hơn, sự thay đổi khoa học kỹ thuật nhanh chóng, và càng nhiều khách hàng phức tạp, làm nên sự gia tăng tính linh hoạt và sự nhanh nhẹn trong quá trình mua sắm.

+ Sự nổi bật lên của kinh tế toàn cầu đã buộc nhiều công ty phải mở rộng phạm vi hiểu biết về thu mua và xác định vị trí người cung cấp trên khắp thế giới - những người có thể cung cấp chi phí thấp, hàng hóa dịch vụ chất lượng cao.

+ Cuộc cách mạng công nghệ thông tin đã cung cấp chi phí thấp, tốc độ nhanh, thay thế tự động những hoạt động mà biểu thị đặc điểm bộ phận mua sắm truyền thống.

* *Quản trị cung ứng*: là một bước phát triển cao hơn của thu mua. Nếu mua hàng và thu mua chủ yếu là hoạt động mang tính chiến thuật, thì quản trị cung ứng mang tính chiến lược. Những hoạt động cụ thể của quản trị cung ứng là:

+ Đặt quan hệ để mua hàng và đặt quan hệ trước với các nhà cung cấp ngay trong quá trình thiết kế sản phẩm và phát triển các chi tiết kỹ thuật kèm theo.

+ Thực hiện chức năng mua hàng và các hoạt động của quá trình thu mua.

+ Xác định và lựa chọn nhà cung cấp bằng cách sử dụng các nhóm chức năng chéo.

+ Tạo ra mối quan hệ thân thiết với các nhà cung cấp và các mối quan hệ có lợi cho cả 2 bên cũng như để quản trị chất lượng và chi phí.

+ Xác định những nguy cơ và cơ hội trong môi trường cung ứng của công ty.

+ Phát triển các chiến lược, kế hoạch thu mua dài hạn cho các nguyên vật liệu chủ yếu.

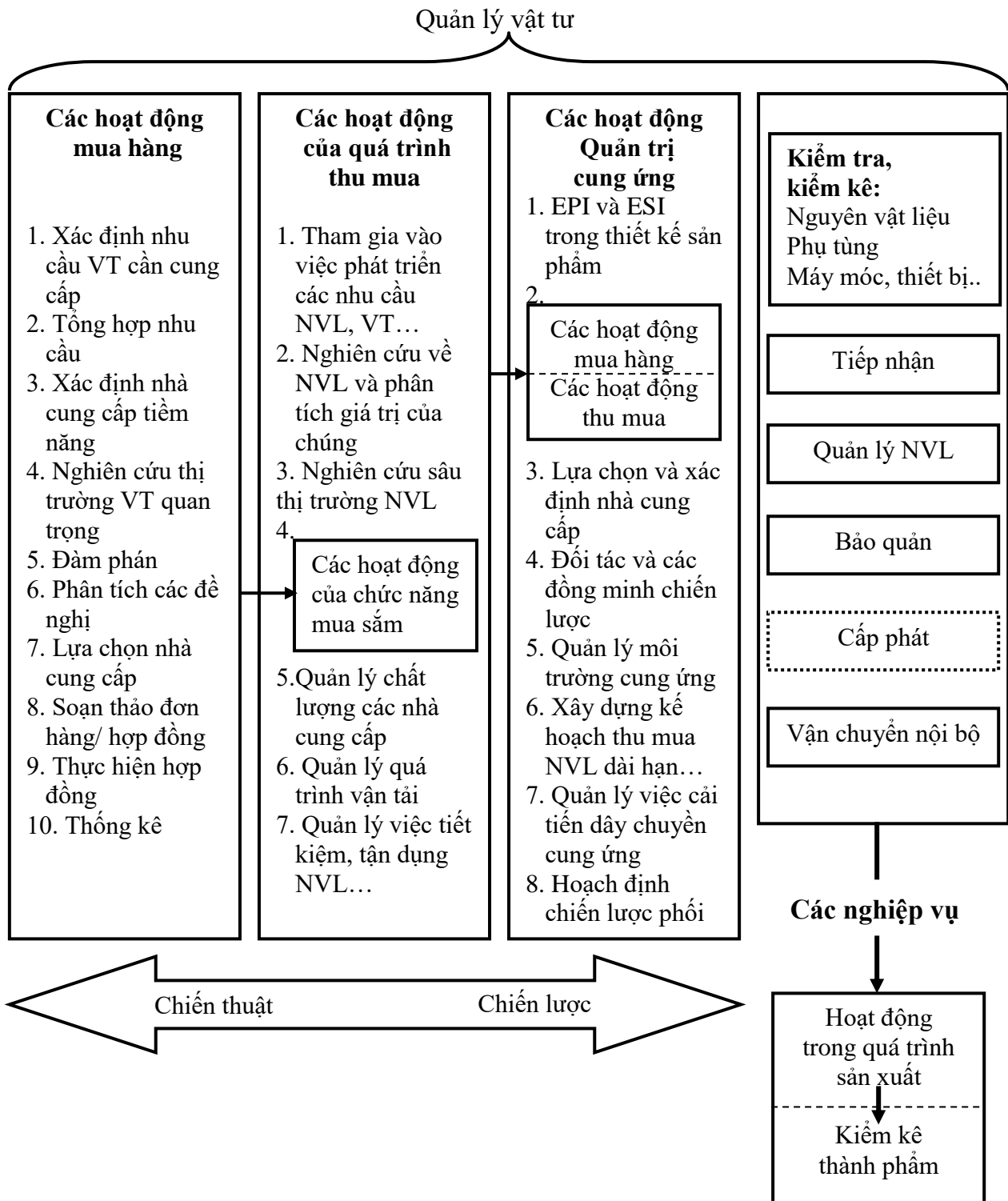
+ Tiếp tục quản lý và cải thiện dây chuyền cung ứng

+ Tham gia năng động vào quá trình hoạch định chiến lược phối hợp.

4.1.2. Quản trị vật tư

Đây là một chức năng quan trọng, không thể thiếu trong mọi tổ chức.

Quản trị vật tư bao gồm các công việc: quản trị cung ứng vật tư và theo dõi, quản lý vật tư trong suốt quá trình vật tư tồn tại trong tổ chức như một tài sản thuộc sở hữu của tổ chức.



Hình 4.1: Mối quan hệ giữa mua hàng – thu mua – quản trị cung ứng – quản trị vật tư

Vì sao quản trị vật tư quan trọng?

Sự quan trọng của quản trị vật tư ảnh hưởng đến quá trình logistics là hoàn toàn không phóng đại. Mặc dù quản trị vật tư làm phân cách trực tiếp với khách hàng cuối cùng, nhưng ở mức độ mà trong đó nguyên vật liệu thô, những thành phần cấu thành và những phần lắp ráp được đáp ứng cho quá trình sản xuất cuối cùng được xác định sự sẵn sàng sản phẩm cho khách hàng. Thực chất nếu quản trị không có hiệu lực và hiệu quả của dòng vật tư đầu vào thì quá trình sản xuất không thể cho ra những sản phẩm đáp ứng yêu cầu về chất lượng, giá cả và thời hạn giao hàng.

Những quyết định, tốt hay xấu, được tạo nên trong quản trị vật tư của quá trình logistics sẽ có ảnh hưởng trực tiếp đến dịch vụ khách hàng, sự sẵn sàng của công ty này để cạnh tranh với những công ty khác; và mức độ bán hàng, đạt lợi nhuận trên thị trường. Quản trị vật tư có vai trò quan trọng trong quá trình logistics và là một nhân tố chi phí tổ chức và dịch vụ hỗn hợp.

Bắt đầu những năm 1980, ngày càng nhiều công ty nhận ra tầm quan trọng của quản trị vật tư. Là các công ty kinh doanh phát triển và trưởng thành, vai trò của quản trị vật tư được mở rộng để đối mặt với những thách thức của thị trường hơn là sản xuất.

Dưới đây là một số khác biệt giữa quan niệm cũ và quan niệm mới

Bảng 4.2: So sánh quan niệm cũ và mới trong quản trị vật tư

| | Quan niệm cũ | Quan niệm mới |
|-------------------|---|--|
| Thị trường | + thị trường của người bán + cạnh tranh thấp + hạn chế xuất khẩu | + thị trường của người mua + cạnh tranh cao + sự định hướng toàn cầu |
| Sản phẩm | + chủng loại không phong phú + vòng đời sản phẩm dài + công nghệ thấp | + chủng loại đa dạng + vòng đời sản phẩm ngắn + công nghệ cao |
| Sản xuất | + công suất cao + tính linh hoạt thấp + quy mô lớn | + công suất cao + tính linh hoạt cao + quy mô nhỏ |

| | | |
|------------------------------|---|--|
| | + thời gian hoàn thành dài + chi phí thấp + làm thay vì mua | + 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 logistics chậm + thời gian vận chuyển chậm | + chất lượng dịch vụ cao + dự trữ thấp + quá trình logistics nhanh + thời gian vận chuyển nhanh |
| Công nghệ thông tin | + quản lý, xử lý số liệu bằng giấy tờ, sổ sách | + quản lý, xử lý số liệu bằng máy tính |
| Chiến lược kinh doanh | + sản xuất có vai trò định hướng | + định hướng theo thị trường |

(Nguồn: Hans F. Busch. "Integrated Materials Management")

* Phạm vi hoạt động của quản trị vật tư:

- + Dự báo trước về nhu cầu vật tư
- + Tìm kiếm nguồn vật tư
- + Giới thiệu vật tư với tổ chức doanh nghiệp
- + Giám sát tình trạng của vật tư như là một tài sản hiện hành

4.1.3. Mục đích của quản trị vật tư

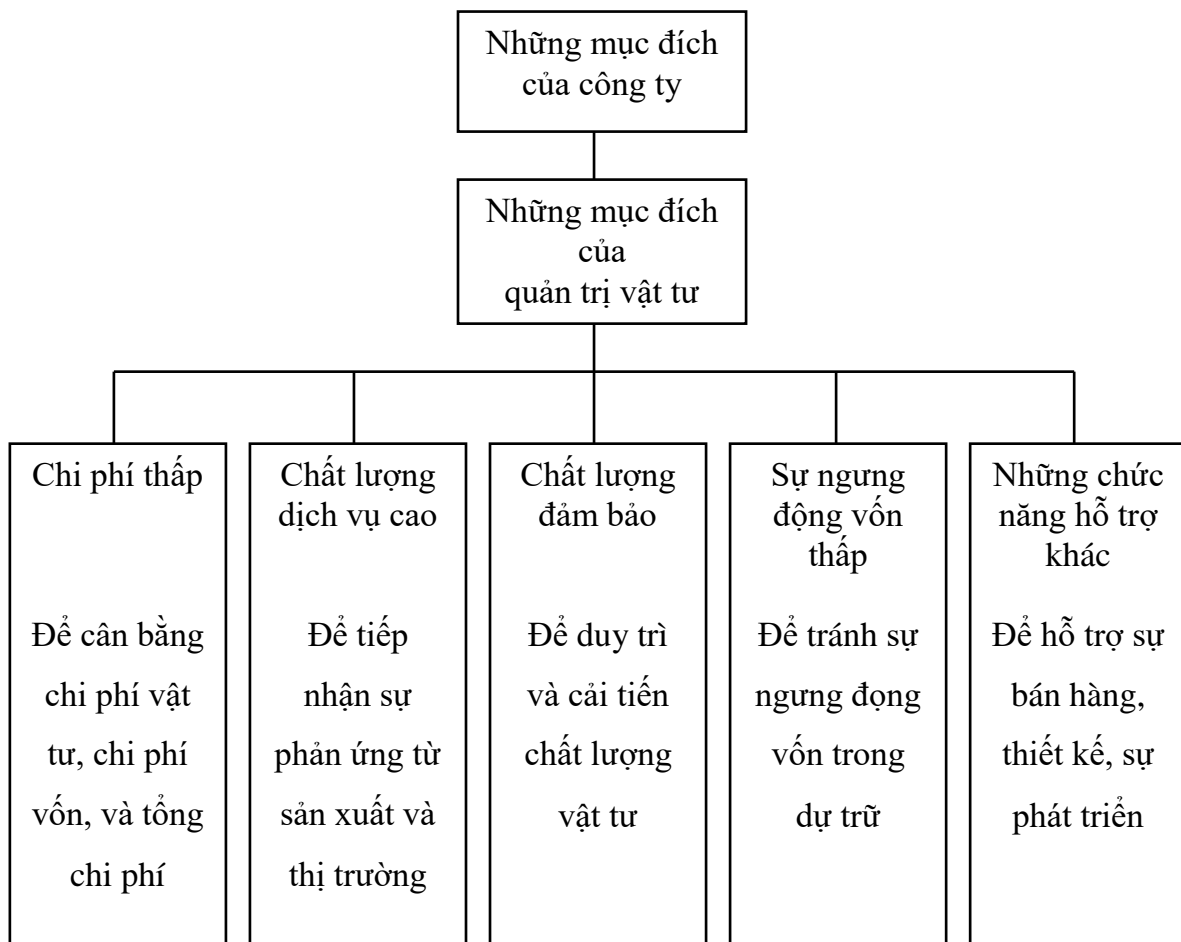
- Để giải quyết những vấn đề vật tư từ một cái nhìn tổng thể trong toàn công ty bằng việc thực hiện phối hợp những chức năng đa dạng vật tư, cung cấp mạng lưới thông tin, điều khiển dòng chu chuyển vật tư (Michael Leender..)

Rõ ràng những mục đích của quản trị vật tư sẽ gắn với những mục đích của công ty trong việc đạt được một lợi nhuận chấp nhận được và tỷ suất đầu tư, để duy trì cạnh tranh trong thị trường ngày càng tranh khốc liệt.

Hình 4.2 dưới đây sẽ tô đậm những mục đích chính của quản trị vật tư: chi phí thấp, chất lượng dịch vụ cao, chất lượng đảm bảo, sự ngưng đọng vốn thấp, và hỗ trợ của những chức năng khác. Mỗi mục đích là rõ ràng nối với toàn bộ mục đích của doanh nghiệp.

Mục đích chính là để làm ra sự đóng góp thực sự cho lợi nhuận – đưa ra bằng sự đảm bảo thu mua, quản trị và vị trí của vật tư như là một nguồn sản

xuất. Vì vậy nó là một mục đích của quản trị vật tư được tích hợp để đạt được sự cung cấp tốt nhất bằng cách điều hòa các mục tiêu đối lập nhau của chi phí vật tư và tổng phí, để đạt được chất lượng dịch vụ khách hàng cao hơn và ngưng đọng vốn trong khâu dự trữ rất thấp. Sự đảm bảo của chức năng cung ứng và vì vậy sự cộng thêm của giá trị vô hình đạt được bằng việc điều khiển toàn bộ dòng lưu chuyển vật tư và thông tin từ thị trường cung ứng trong suốt công ty và đến điểm bán cuối cùng (trích MCU).



Hình 4.2: Mục đích của quản trị vật tư tích hợp

4.2. Quy trình nghiệp vụ cung ứng vật tư

Quy trình nghiệp vụ cung ứng bao gồm những công việc sau:

- Xác định nhu cầu nguyên vật liệu, máy móc, thiết bị...
- Lựa chọn nhà cung cấp
- 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

4.2.1. Xác định nhu cầu vật tư:

Trong mỗi tổ chức, tại bộ phận cung ứng việc xác định nhu cầu nguyên vật liệu, máy móc, thiết bị...bao gồm các giai đoạn sau:

- *Xác định nhu cầu vật tư của các bộ phận:* nhu cầu vật tư thường xuất phát từ các bộ phận sản xuất hay quản lý hàng tồn kho. Phòng cung ứng xác định được nhu cầu vật tư trên cơ sở phiếu yêu cầu vật tư, bảng dự toán nhu cầu vật tư. Nhu cầu vật tư được xác định theo công thức:

$$N = Q * M$$

Trong đó: N: nhu cầu nguyên vật 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 một đơn vị sản phẩm

- *Tổng hợp nhu cầu vật tư của tổ chức:* khi nhận được mọi tài liệu đã nêu trên thì phòng cung ứng kiểm tra độ hoàn chỉnh và tính chính xác của các tài liệu này một cách kỹ lưỡng. Sau đó tổng hợp nhu cầu từng loại vật tư. Và công việc quan trọng ở khâu này là các loại vật tư phải được mô tả **thật rõ ràng, đầy đủ, chính xác.**

- *Xác định nhu cầu vật tư cần mua sắm:*

Nhu cầu vật tư cần mua = Tổng nhu cầu vật tư của tất cả các bộ phận trong tổ chức – Tồn kho – Lượng vật tư mà có thể tự sản xuất

Trong đó, tổng nhu cầu vật tư của tất cả các bộ phận trong tổ chức đã được xác định và phân theo từng nhóm, chủng loại cụ thể, tiếp theo là phải kiểm tra hàng tồn kho. Nếu loại vật tư nào trong kho số lượng còn đủ để đáp ứng nhu cầu sản xuất thì không cần phải mua thêm. Sau đó xác định xem là tự làm hay đi mua. Để giải quyết được vấn đề này bộ phận cung ứng hay các nhóm chức năng chéo cần xem xét các yếu tố:

- + Năng lực nhân rỗi của doanh nghiệp

+ Khả năng làm việc: nhân lực, trang thiết bị, các khả năng trong tương lai.

+ Yếu tố liên quan đến hiệu quả kinh tế: chi phí cần tăng thêm nếu tự sản xuất và kết quả, phân bổ chi phí quản lý như thế nào.

+ Độ tin cậy của các nguồn cung cấp.

+ Các mối quan hệ thương mại.

+ Điều kiện làm việc ổn định.

+ Sử dụng các nguồn lực khác.

Sau khi tìm được lời đáp cho bài toán “Làm hay mua?” đối với từng loại vật tư cụ thể, bộ phận cung ứng sẽ xác định được đáp số cuối cùng của bài toán: Nhu cầu vật tư cần mua bằng tổng nhu cầu vật tư cần cung cấp trừ đi lượng vật tư đơn vị sản xuất.

Trong nhiều trường hợp, để kịp thời đáp ứng được nhu cầu vật tư cho tổ chức thì bộ phận cung ứng phải dự báo nhu cầu vật tư.

Dự báo nhu cầu vật tư: là báo trước khả năng sẽ xảy ra cho kỳ tương lai bằng một số liệu thống kê cụ thể, hay một viễn cảnh được mô tả bằng lời văn hoặc bằng cách mô tả nào khác trên cơ sở phân tích, đánh giá thực trạng của hiện tượng nghiên cứu trong quá trình và hiện tại.

Dự báo có vai trò rất quan trọng trong hoạt động cung ứng vật tư. Kết quả dự báo giúp cho doanh nghiệp:

+ Dự báo được nhu cầu vật tư, một khi chưa có được số liệu chính xác về kế hoạch sản xuất và mức sử dụng vật tư để sản xuất sản phẩm.

+ Lập được kế hoạch cung ứng vật tư.

+ Tính toán được lượng vật tư dự trữ cần thiết.

Từ đó, có thể giúp giảm được chi phí cho hoạt động cung ứng, tăng năng suất lao động, tăng hiệu quả hoạt động cung ứng và cả hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

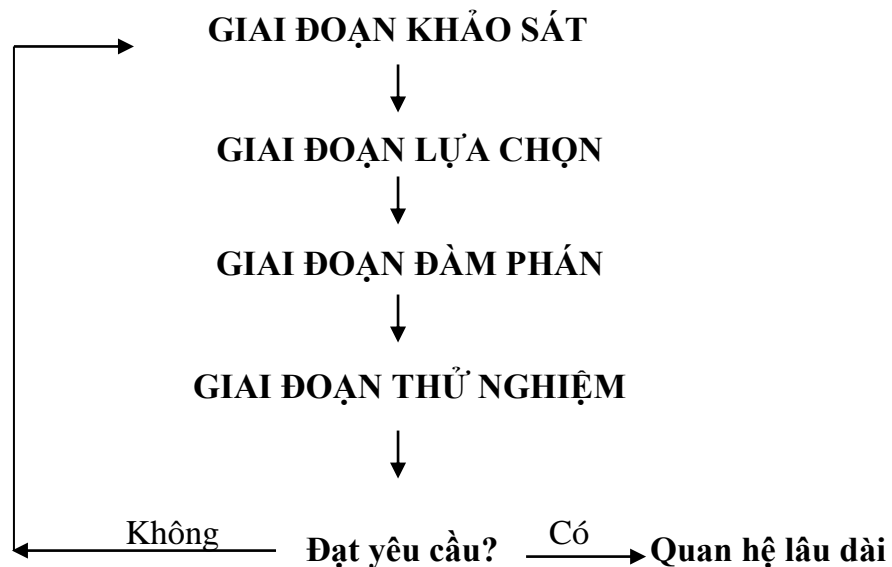
4.2.2. Lựa chọn nhà cung cấp

Công việc sau khâu xác định được nhu cầu vật tư là cần phải nghiên cứu, lựa chọn nhà cung cấp.

Đối với các loại vật tư đã sử dụng thường xuyên thì nghiên cứu, điều tra thêm để chọn được nguồn cung cấp tốt nhất. Đối với các loại vật tư mới hay lô hàng có giá trị lớn thì phải nghiên cứu thật kỹ để chọn được nguồn cung ứng tiềm năng.

Để lựa chọn được nhà cung cấp thì có 4 giai đoạn cần thực hiện

- Giai đoạn khảo sát là giai đoạn thu thập thông tin về nhà cung cấp như: xem lại hồ sơ về các nhà cung cấp nếu có; theo dõi các thông tin trên mạng, báo chí, các trung tâm thông tin; hoặc thông qua các cuộc điều tra, phỏng vấn các nhà cung cấp; hỏi ý kiến người dùng vật tư; xin ý kiến chuyên gia...



- Giai đoạn lựa chọn là thực hiện các công việc: xử lý, phân tích, đánh giá tối ưu, nhược điểm của từng nhà cung cấp; so sánh với tiêu chuẩn đặt ra và lập danh sách nhà cung cấp đạt yêu cầu; thẩm định lại tất cả các thông tin có được; chọn nhà cung cấp chính thức.

- Giai đoạn đàm phán, ký kết hợp đồng: trong giai đoạn này phải thực hiện nhiều bước có mối quan hệ mật thiết với nhau, bao gồm: giai đoạn chuẩn bị, tiếp xúc, đàm phán, kết thúc đàm phán và ký hợp đồng, rút kinh nghiệm.

- Giai đoạn thử nghiệm: sau khi ký kết hợp đồng, cần phải tổ chức tốt công đoạn thực hiện hợp đồng. Trong quá trình luôn theo dõi, đánh giá nhà cung cấp, nếu đạt yêu cầu thì đặt quan hệ lâu dài, nếu không thì tìm kiếm nhà cung cấp khác.

4.2.3. *Lập đơn hàng, ký hợp đồng cung ứng*

Công việc tiếp sau lựa chọn nhà cung cấp là cần tiến hành lập đơn đặt hàng hay còn gọi là hợp đồng cung ứng. Có 2 cách để thực hiện:

- Cách 1: Người mua lập đơn hàng, và thông qua quá trình giao dịch bằng thư, fax, email... và cuối cùng là nhà cung cấp chấp nhận đơn đặt hàng tức là ký hợp đồng.

- Cách 2: Người mua lập đơn hàng, và thông qua quá trình đàm phán trực tiếp và ký kết hợp đồng.

* Đơn đặt hàng: các thông tin có trong đơn đặt hàng

- Tên và địa chỉ công ty đặt hàng.
- Số, ký mã hiệu của đơn đặt hàng.
- Thời gian lập Đơn đặt hàng.
- Tên và địa chỉ của nhà cung cấp.
- Tên, chất lượng, qui cách loại vật tư cần mua.
- Số lượng vật tư cần mua.
- Giá cả.
- Thời gian, địa điểm giao hàng.
- Thanh toán...
- Ký tên.

* *Hợp đồng cung ứng:*

Trường hợp 1: Nguồn cung cấp trong nội địa

Như mọi hợp đồng kinh tế khác, hợp đồng cung ứng cần có các nội dung sau:

a. Phần mở đầu:

Bao gồm các nội dung sau:

- *Quốc hiệu:* Đây là tiêu đề cần thiết cho những văn bản mà nội dung của nó có tính chất pháp lý, riêng trong hợp đồng thương mại quốc tế không ghi quốc hiệu vì các chủ thể loại hợp đồng này có quốc tịch khác nhau.

- *Số và ký hiệu hợp đồng:* thường thì ở dưới tên văn bản hoặc ở góc trái của văn bản hợp đồng cung ứng, nội dung này cần thiết cho việc lưu trữ, tra cứu khi

cần thiết, phân ký hiệu hợp đồng thường là chữ viết tắt của tên chủng loại hợp đồng. Ví dụ: Hợp đồng số 09/HĐCU.

- *Tên hợp đồng*: thường lấy tên hợp đồng theo chủng loại cụ thể, ghi chữ to đậm ở chính giữa phía dưới quốc hiệu.

- *Những căn cứ xác lập hợp đồng*: Khi lập hợp đồng phải nêu những văn bản pháp quy của nhà nước điều chỉnh lĩnh vực hợp đồng kinh tế như các pháp lệnh, nghị định, quyết định... Phải nêu cả văn bản hướng dẫn của các ngành, của chính quyền địa phương, có thể phải nêu cả sự thỏa thuận của hai bên chủ thể trong các cuộc họp bàn về nội dung hợp đồng trước đó.

- *Thời gian, địa điểm ký kết hợp đồng*: Phải ghi nhận rõ vấn đề này vì nó là cái mốc quan trọng đánh dấu sự thiết lập hợp đồng cung ứng xảy ra trong một thời gian, không gian cụ thể để chứng minh sự giao dịch của các bên, khi cần thiết cơ quan nhà nước sẽ thực hiện sự xác nhận hoặc kiểm soát. Đồng thời nó cũng là căn cứ quan trọng, dựa vào đó các chủ thể ấn định thời hạn của hợp đồng được bắt đầu và kết thúc lúc nào, thông thường thời gian ký kết là thời điểm để các thỏa thuận ấn định cho hợp đồng bắt đầu có hiệu lực. Ví dụ: “hợp đồng này có hiệu lực 18 ngày kể từ ngày ký...”

b. Phần thông tin về chủ thể hợp đồng:

Bao gồm các nội dung sau:

- *Tên đơn vị hoặc cá nhân tham gia hợp đồng cung ứng* (gọi chung là tên doanh nghiệp). Để loại trừ khả năng bị lừa đảo các bên tham gia phải kiểm tra lẫn nhau về tư cách pháp nhân hoặc giấy phép đăng ký kinh doanh của đối tác, kiểm tra sự hoạt động thực tế của tổ chức này xem có trong danh sách các tổ chức bị chính quyền thông báo đang lâm vào tình trạng phá sản, vỡ nợ, đình chỉ hoạt động hoặc giải thể không.

- *Địa chỉ doanh nghiệp*: Trong hợp đồng phải ghi rõ nơi có trụ sở pháp nhân đóng, khi cần các bên có thể tìm đến nhau để liên hệ, giao dịch hoặc tìm hiểu rõ ràng trước khi ký hợp đồng cung ứng, yêu cầu các bên phải ghi rõ số nhà, đường phố, phường xã, quận, huyện.

- *Điện thoại, Telex, Fax, Email*: đây là những phương tiện thông tin quan trọng, mỗi chủ thể hợp đồng thường có số mặc định cho phương tiện thông tin

để giao dịch với nhau, giảm bớt chi phí đi lại, liên hệ, trừ những trường hợp bắt buộc phải gặp mặt.

- *Tài khoản mở tại ngân hàng*: đây là vấn đề được các bên hợp đồng đặc biệt quan tâm trong giai đoạn hiện nay, khi đối tác biết số tài khoản, lượng tiền hiện có trong tài khoản mở tại ngân hàng nào, họ tin tưởng ở khả năng được thanh toán sòng phẳng để yên tâm ký kết hợp đồng. Cũng cần đề phòng trường hợp đối tác chỉ đưa ra những số tài khoản đã cạn tiền nhằm ý đồ chiếm dụng vốn hoặc lừa đảo; muốn nắm vững số lượng tiền trong tài khoản cần có biện pháp kiểm tra tại ngân hàng mà đối tác có mở tài khoản đó trước khi ký kết hợp đồng.

- *Người đại diện ký kết*: Về nguyên tắc phải là người đứng đầu pháp nhân hoặc người đứng tên trong giấy phép đăng ký kinh doanh nếu là doanh nghiệp tư nhân, nhưng pháp luật hợp đồng kinh tế vẫn cho phép họ được ủy quyền cho người khác với điều kiện họ phải viết giấy ủy quyền.

- *Giấy ủy quyền*: phải ghi rõ số lưu, thời gian ủy quyền, chức vụ người ký giấy ủy quyền, đồng thời phải ghi rõ họ tên, chức vụ, số Chứng minh nhân dân của người được ủy quyền và thời gian ủy quyền, nội dung phạm vi công việc được ủy quyền, pháp luật bắt buộc người thủ trưởng chịu trách nhiệm như chính bản thân họ đã ký kết hợp đồng, nhưng dù sao thì bên đối tác vẫn cần phải kiểm tra kỹ những điều kiện trên giấy tờ ủy quyền trước khi đồng ý ký kết hợp đồng.

Ví dụ về giấy uỷ quyền

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

-----***-----

....., ngày ...tháng năm 200...

GIẤY ỦY QUYỀN

Kính gửi: Ban Tổ chức Đấu giá SGDCK TP.HCM

Tên tổ chức hoặc cá nhân:.....

.....

Số ĐKKD/CMND/Hộ chiếu.....Ngày cấp.....Nơi cấp.....

Địa chỉ:.....

.....

Điện thoại:.....Fax:.....

Người đại diện:.....

CMND/Hộ chiếu:.....Ngày cấpNơi cấp.....

Do không có điều kiện tham dự trực tiếp đấu giá cổ phần tại Sở Giao dịch Chứng khoán TP.HCM, nay tôi:

ỦY QUYỀN CHO:

Ông (Bà):.....

CMND/Hộ chiếu.....Ngày cấpNơi cấp.....

Địa chỉ:.....

Điện thoại:.....Fax:.....

Thay mặt tôi tham dự đấu giá cổ phần của Công ty

....., bao gồm các công việc sau:

1. Làm thủ tục đăng ký tham dự đấu giá (điền thông tin, nộp tiền đặt cọc và nộp hồ sơ đăng ký tham dự đấu giá)
2. Ghi giá, khối lượng, ký vào phiếu tham dự đấu giá và trực tiếp tham dự phiên đấu giá.

Ông (Bà) có nghĩa vụ thực hiện đúng các quy định về đấu giá của Công ty, không được uỷ quyền cho người khác và có trách nhiệm thông báo lại kết quả đấu giá cho người uỷ quyền.

Người được uỷ quyền
(ký, họ tên)

Người uỷ quyền
(Ký, họ tên và đóng dấu (nếu có))

XÁC NHẬN CỦA UBND PHƯỜNG, XÃ HOẶC CƠ QUAN NHÀ NƯỚC CÓ
 THẨM QUYỀN
 (trường hợp người uỷ quyền là cá nhân)

c. Phần nội dung của văn bản hợp đồng cung ứng:

Thông thường một văn bản hợp đồng cung ứng có các điều kiện và điều khoản sau:

- *Đối tượng của hợp đồng*: Nêu rõ tên hàng hóa, dịch vụ, số lượng, khối lượng, giá trị quy ước mà các bên thỏa thuận bằng tiền hay ngoại tệ.

- *Chất lượng, chủng loại, quy cách, tính đồng bộ của sản phẩm, hàng hóa hoặc yêu cầu kỹ thuật của công việc*

- *Giá cả*

- *Bảo hành*

- *Điều kiện nghiệm thu, giao nhận*

- *Phương thức thanh toán*

- *Trách nhiệm do vi phạm hợp đồng cung ứng*

- *Các biện pháp bảo đảm thực hiện hợp đồng cung ứng*

- *Các thỏa thuận khác*

- Những điều khoản trên có thể phân thành 3 nhóm khác nhau để thỏa thuận trong một văn bản hợp đồng kinh tế, cụ thể:

+ *Những điều khoản chủ yếu*: đây là những điều khoản bắt buộc phải có thể hình thành nên một chủng loại hợp đồng cụ thể được các bên quan tâm thỏa thuận trước tiên, nếu thiếu một trong những điều khoản căn bản của chủng loại hợp đồng đó thì văn bản hợp đồng kinh tế đó không có giá trị.

Theo điều 50 Luật Thương mại, hợp đồng thương mại nói chung và hợp đồng cung ứng nói riêng, cần có các nội dung chủ yếu sau: Tên hàng, chất lượng, số lượng, giá cả, giao hàng, thanh toán.

+ *Những điều khoản thường lệ*: là những điều khoản đã được pháp luật điều chỉnh, các bên có thể ghi hoặc không ghi vào văn bản hợp đồng cung ứng.

Nếu không ghi vào thì coi như các bên mặc nhiên công nhận là phải có trách nhiệm thực hiện những quy định đó. Nếu các bên thỏa thuận ghi vào hợp đồng thì nội dung không được trái với những điều pháp luật đã quy định. Ví dụ: điều khoản về bồi thường thiệt hại, điều khoản về thuế...

+ Điều khoản tùy nghi: là những điều khoản do các bên tự thỏa thuận với nhau khi chưa có quy định của nhà nước nhưng các bên được phép vận dụng linh hoạt vào các hoàn cảnh thực tế của các bên mà không trái với pháp luật. Ví dụ: điều khoản về thưởng vật chất khi thực hiện xong hợp đồng trước thời hạn...

d. Phần ký kết hợp đồng cung ứng.

- *Số lượng bản hợp đồng cần ký*: xuất phát từ yêu cầu lưu giữ, cần quan hệ giao dịch với các cơ quan ngân hàng, trọng tài kinh tế, cơ quan chủ quản trên...mà các bên cần thỏa thuận lập ra số lượng bao nhiêu là vừa đủ. Vấn đề quan trọng là các bản hợp đồng đó phải có nội dung giống nhau và có giá trị pháp lý như nhau.

- *Đại diện các bên ký kết*: mỗi bên chỉ cần cử một người đại diện ký kết, thông thường là thủ trưởng cơ quan hoặc người đứng tên trong giấy phép kinh doanh, pháp luật cho phép họ được ủy quyền bằng giấy tờ cho người khác ký. Việc ký hợp đồng có thể thực hiện một cách gián tiếp như: một bên soạn thảo ký trước rồi gửi cho bên do đối tác, nếu đồng ý với nội dung thỏa thuận bên kia đưa ra và ký vào hợp đồng thì sẽ có giá trị như trường hợp trực tiếp. Những người có trách nhiệm ký kết phải lưu ý ký đúng chữ ký đã đăng ký và thông báo, không chấp thuận loại chữ ký tắt, chữ ký mới thay đổi khác với chữ ký đã đăng ký với cơ quan có thẩm quyền. Việc đóng dấu cơ quan bên cạnh người đại diện có tác dụng tăng thêm sự tin tưởng của đối tác.

Trường hợp 2: Nguồn cung cấp ở nước ngoài – hợp đồng nhập khẩu:

CONTRACT N^o...

Date...

Between:...

And:...

The seller has agreed to sell and the buyer has agreed to buy the commodity under the terms and condition provided in this contract as follows:

Art. 1: Commodity

Art. 2: Quality

- Art. 3: Quantity
- Art. 4: Price
- Art. 5: Shipment
- Art. 6: Paymet
- Art. 7: Packing and marking
- Art. 8: Warranty
- Art. 9: Penalty
- Art. 10: Insurance
- Art. 11: Force majeure
- Art. 12: Claim
- Art. 13: Arbitration
- Art. 14: Other terms and condition

For the BUYER

For the SELLER

Dưới đây là mẫu ví dụ về hợp đồng cung cấp phân bón giữa Indonesia và Việt Nam

Contract for fertilizer

No: 01-93/ XYZ- ABC

Date: Sep. 07 1999

Between:

Address:.....

Tel:

Telex:.....Fax:.....

Represented by Mr.....

Hereinafter called The Buyer

And:

Address:.....

Tel:.....

Telex:.....Fax:.....

Represented by Mr.....

Hereinafter called The Seller

It is mutually agreed between both sides to sign this contract with terms and specifications specified hereunder:

ARTICLE 1: COMMODITY & SPECIFICATION

1.1 Commodity: UREA FERTILIZER

1.2 Origin: INDONESIA

1.3 Specification: - Nitrogen: 46% min.

- Moisture: 0.5% max.

- Biuret: 1.0% max.

- Color: White

- Free flowing: treated with Anti- Caking

1.4 Packing: - 50 kg net in Polypropylen Woven bag with polyethylene inner liner - 2% of total bag as empty spare bags to be supplied free of charge

ARTICLE 2: UNIT PRICE - QUANTITY & TOTAL AMOUNT

2.1 Unit price: USD 178/ MT C&F Hochiminh City Port

2.2 Quantity: 10,000 MT (plus or minus 10% at seller's option)

2.3 Total amount: USD 1,780,000 (+/- 10% at seller's option)

Say: US Dollars one million seven hundred eighty thousand.

ARTICLE 3: SHIPMENT - DELIVERY

3.1 Time of shipment: not later than September 1993

3.2 Port of loading: Indonesia main ports

3.3 Destination port: Hochiminh City Port

3.4 Notice of shipment:

Within 2 days after the sailing date of carrying vessel to S.R Vietnam, the Seller shall notify by cable to the Buyer the following information:

+ L/C number

+ Amount

+ Name and nationality of the vessel

+ Bill of Lading number/ date

+ Port of loading

+ Date of shipment

+ Expected date of arrival at discharging port

3.5 Shipping mark:

UREA

46% NITROGEN MINIMUM

1% BIURET MAXIMUM

0.5% MOISTURE MAXIMUM

50 KGS NET

USE NO HOOKS

MADE IN INDONESIA

One side printed in green color

3.6 Discharging terms:

- When Notice of Readiness tendered before noon, laytime shall be commenced from 13:00 on the same date

- When Notice of Readiness tendered afternoon, laytime shall be commenced from 8:00 on next date

3.7 Discharging term: 900MT/ day WWDSHEX EIU

Dem/ Des: USD 2,000/ half

ARTICLE 4: PAYMENT

4.1 By irrevocable Letter of Credit at sight for B/L date for the full amount of the contract value

4.2 L/C Beneficiary: KOLON INTERNATIONAL CORP. 45 Mugyo- Dong, Chung Gu, Seoul – Korea

4.3 L/C advising Bank: KOREA FIRST BANK Seoul – Korea

4.4 Bank of Opening L/C: VIETCOMBANK/ EXIMBANK

4.5 Time of opening L/C: within Sep. 15 1999

4.6 Payment documents:

Payment shall be made upon receipt of the following documents:

- 3/3 of clean on board Bill of Lading marked FREIGHT PREPAID
- Commercial invoice in triplicate
- Packing list in triplicate
- Certificate of origin issued by manufacturer
- SUCOFINDO's Certificate on quality/ weight
- One copy of sailing telex/ shipping advice
- Remark: the shipping document acceptable
- 1/3 B/L (the top copy) and transport documents sent by DHL

ARTICLE 5: FORCE MAJEURE

Strike, sabotage, which may be occurs in Origin Country shall be considered as Force Majeure

ARTICLE 6: ARBITRATION

6.1 In the execution course of this contract, all disputes not reaching at amicable agreement shall be settled by the Economic Arbitration board of Hochiminh City under the rules of the International Chamber of Commerce whose awards shall be final and binding both parties

6.2 Arbitration fee and other related charges shall be borne by the losing party, unless otherwise agreed.

ARTICLE 7: PENALTY

7.1 To delay shipment/ delay payment

In case delay shipment/ delay payment happens, the penalty for delay interest will be based on annual rate 15 percent

7.2 To delay opening L/C:

In case delay opening L/C happens, the Seller has the right to delay shipment

7.3 To cancellation of contract

If Seller or Buyer want to cancelled the contract, 5% of the total contract value would be charged as penalty to that party.

ARTICLE 8: GENERAL CONDITION

8.1 By signing this contract, previous correspondence and negotiations connected herewith shall be null and void

8.2 This contract comes into effect from signing date, any amendment and additional clause to these conditions shall be valid only if made in written form and duly confirmed by both sides.

8.3 This contract is made in 6 English originals, each side keeps 3.

FOR THE BUYER

FOR THE SELLER

4.2.4. Tổ chức thực hiện đơn đặt hàng/ hợp đồng cung ứng:

Khi đơn đặt hàng đã được chấp nhận/ hợp đồng được ký kết, thì nhân viên phòng cung ứng sẽ thường xuyên nhắc nhở nhà cung cấp (nhắc bằng điện thoại, Fax, Telex...) để họ giao hàng theo đúng yêu cầu. Và tùy từng trường hợp cụ thể, sẽ thực hiện hàng loạt các công việc tương ứng để thực hiện đơn hàng/ hợp đồng.

Trường hợp 1: Nguồn cung nội địa

- Nhận hàng tại cơ sở của người bán/ nhà cung cấp
 - + Đến cơ sở người bán nhận hàng
 - + Kiểm tra kỹ lưỡng hàng hóa cả về mặt số lượng và chất lượng
 - + Kiểm tra hóa đơn và các chứng từ khác
 - + Đối chiếu hàng hóa với chứng từ
 - + Nhận hàng – thanh toán
 - + Vận chuyển hàng về
- Người bán/ nhà cung cấp giao hàng tại cơ sở của người Mua/ người đặt hàng.

Kiểm tra xem hàng được giao có phải là hàng của hãng mình không, bằng cách kiểm tra các ghi chú của nhà cung cấp so với đơn đặt hàng. Nếu tất cả đều khớp thì tiến hành bước tiếp sau.

+ Giám sát việc dỡ hàng từ phương tiện vận tải để sao cho: hàng hóa không bị hư hỏng và nhận được đủ số kiện như đã ghi trên chứng từ.

+ Kiểm tra xem hàng hóa được giao có khớp với: đơn đặt hàng/hợp đồng?, Các chỉ tiêu và hàng mẫu?, Các ghi chú của nhà cung cấp?...

Bằng các phương pháp kiểm tra thích hợp, tiến hành kiểm tra: Số lượng hàng hóa được giao có đúng với đơn đặt hàng và hóa đơn không? Chất lượng có phù hợp với qui định không?

+ Ký vào chứng từ cần thiết: Nếu mọi thứ đều đúng thì ký vào chứng từ giao hàng. Nếu chưa có đủ thời gian để kiểm tra toàn diện, thì ký vào chứng từ và ghi thêm “chưa kiểm tra”. Nếu hàng bị hư hỏng, thì ghi rõ số hàng bị thiếu hụt, hư hỏng và ký. Đồng thời lập biên bản, yêu cầu người giao hàng ký xác nhận.

+ Ghi mã số hàng hóa và cho nhập kho, hiệu chỉnh lại sổ sách cho phù hợp.

+ Kiểm tra kỹ hóa đơn và tiến hành thanh toán.

+ Đánh giá lại toàn bộ quá trình cung ứng hàng hóa, rút kinh nghiệm.

+ Hoàn tất đơn đặt hàng, lưu trữ hồ sơ.

Trường hợp 2: Nguồn cung cấp ở nước ngoài/ Nhập khẩu.

1. Làm thủ tục NK theo qui định của nhà nước

2. Thực hiện những công việc ở giai đoạn đầu của khâu thanh toán

Nếu hợp đồng qui định thanh toán bằng L/C thì cần thực hiện các công việc sau:

- Làm đơn xin mở L/C
- Thực thi ký quỹ và mở L/C
- Sau khi làm Đơn xin mở L/C, nhà nhập khẩu phải ký quỹ và trả phí ngân hàng, rồi chờ ngân hàng mở L/C theo yêu cầu.

Nếu thanh toán bằng CAD thì nhà nhập khẩu cần tới Ngân hàng yêu cầu mở tài khoản ký thác để thanh toán tiền cho nhà xuất khẩu.

Nếu thanh toán bằng TT trả trước thì nhà nhập khẩu cần làm thủ tục chuyển tiền theo đúng qui định trong hợp đồng.

Nếu thanh toán bằng nhờ thu hoặc chuyển tiền trả sau thì nhà nhập khẩu chờ người bán giao hàng rồi mới tiến hành công việc của khâu thanh toán.

3. Thuê phương tiện vận tải (nếu nhập khẩu theo các điều kiện EXW, FCA, FAS, FOB)

4 .Mua bảo hiểm cho hàng hóa (nếu nhập khẩu theo các điều kiện EXW, FCA, FAS, FOB, CFR, CPT).

5. Kiểm tra bộ chứng từ - nhận bộ chứng từ

6 .Làm thủ tục hải quan

7 .Nhận hàng

8 .Kiểm tra hàng nhập khẩu

9 .Khiếu nại

10 .Thanh toán

11. Thanh lý hợp đồng

Những chứng từ thường sử dụng trong bộ chứng từ

*** Hóa đơn thương mại**

- Khái niệm:

Hóa đơn thương mại là chứng từ cơ bản của khâu thanh toán. Hóa đơn do người bán lập yêu cầu người mua trả tiền, theo tổng số tiền hàng đã ghi trên hóa đơn

- Tác dụng của hóa đơn:

Trong việc thanh toán tiền hàng, hóa đơn đóng vai trò trung tâm của bộ chứng từ thanh toán.

Trong việc khai báo hải quan, hóa đơn nói lên giá trị của hàng hóa và là bằng chứng của sự mua bán, trên cơ sở đó người ta tiến hành giám sát, quản lý và tính tiền thuế.

Trong nghiệp vụ tín dụng, hóa đơn với chữ ký chấp nhận trả tiền của người mua có thể làm vai trò của một chứng từ bảo đảm cho việc vay mượn.

Hóa đơn cung cấp những chi tiết về hàng hóa, cần thiết cho việc thống kê, đối chiếu hàng hóa với hợp đồng và theo dõi thực hiện hợp đồng.

Trong một số trường hợp nhất định bản sao của hóa đơn được dùng như một thư thông báo của kết quả giao hàng, để người mua chuẩn bị nhập hàng và chuẩn bị trả tiền hàng.

- Nội dung của hóa đơn:

Mẫu hóa đơn thường do các công ty lựa chọn và soạn thảo. Tuy nhiên, hóa đơn phải thể hiện đầy đủ các mục sau:

- + Ngày tháng lập hóa đơn.
- + Tên và địa chỉ của người bán/ người mua.
- + Tên hàng hoặc tên dịch vụ được mua bán.
- + Số lượng hàng hóa, giá đơn vị, tổng trị giá

| Cant. / Quantity | | Description / Description | Pr. Unit/ Un. Price (US\$/M2)/(US\$/SqF) US\$/Cty | Precio Total Total Price (US\$) |
|--|-------------------------|---|--|---|
| 1 | 69.900 / 752.3966 | GRANITE POLISHED SLAB(S) 10 BUTTERFLY GREEN Thick 3,00 cm | 160.0000 / 14.8645 | 11.184.00 |
| 1 | 6.990 / 75.2397 | GRANITE POLISHED SLAB(S) 1 GIALLO VENEZIANO Thick 3,00 cm | 120.0000 / 11.1484 | 838.80 |
| 2 | 107.943 / 1.161.8877 | GRANITE POLISHED SLAB(S) 15 GIALLO VENEZIANO Thick 3,00 cm | 125.5000 / 11.6593 | 13.546.88 |
| 1 | 39.264 / 422.6338 | GRANITE POLISHED SLAB(S) 8 RED BRASILIA Thick 2,00 cm | 111.0000 / 10.3122 | 4.358.30 |
| 1 | 53.502 / 575.8902 | GRANITE POLISHED SLAB(S) 10 DELICATUS Thick 2,00 cm | 150.0000 / 13.9355 | 8.025.30 |
| 1 | 51.192 / 551.0256 | GRANITE POLISHED SLAB(S) 9 DELICATUS Thick 3,00 cm | 150.0000 / 13.9355 | 7.678.80 |
| 1 | 63.063 / 678.8038 | GRANITE POLISHED SLAB(S) 7 NEW VENETIAN GOLD Thick 3,00 cm | 151.0000 / 14.0284 | 9.522.51 |
| SUB-TOTAL | | | | 66.164,68 |
| Marca / Shipping Mark | | Gastos de Embarque / FOB Expenses | Valores / Values | |
| MADE IN BRAZIL | | Descuento / Discount | 0,00 | |
| | | FOB e Taxes / FOB and Taxes | 0,00 | |
| | | Flete / Freight | 0,00 | |
| | | Flete pago por / Freight Covered by | Buyer | |
| | | Seguro / Insurance | 0,00 | |
| | | Total | 66.164,68 | |
| Total de / Total Amount of | | Fifty five thousand one hundred fifty four Us Dollars fifty six cents | | |
| RESUMEN DE BULTOS / RESUME OF VOLUMES | | | | |
| Bulto Volume | Tipo Type | Numero Number | Peso em kilos / Weight in Kilos Bruto / Gross Neto / Net | |
| 1 | OPEN TOP | AMP 2222 | 0,00 0,00 | |

MINERACAO GUIDONI LTDA.
R. VER. JOAQUIM VALENTINO DA CRUZ, 54 / BR b/794 - VICOSA - MG - BRASIL - 36.570-000
Phone/Fax:(27)9984-6678 - e-mail: albware@ieg.com.br

* *Phiếu đóng gói*

- *Khái niệm:* Là bảng kê khai tất cả hàng hóa trong một kiện hàng (thùng hàng, container...) và toàn bộ lô hàng được giao. Phiếu đóng gói được lập khi đóng gói hàng hóa và có tác dụng tạo điều kiện cho việc kiểm tra hàng hóa trong mỗi kiện và toàn bộ lô hàng.

- *Nội dung của phiếu đóng gói bao gồm các chi tiết sau:* tên người bán và người mua, tên hàng, số hiệu hợp đồng, số L/C, tên tàu, ngày bốc hàng, cảng bốc, cảng dỡ, số thứ tự của kiện hàng, cách đóng gói, số lượng hàng hóa đựng trong kiện hàng, trọng lượng hàng hóa đó, thể tích của kiện hàng, số lượng container và số container...

- *Phiếu đóng gói thường được lập thành 3 bản:*

Một để trong kiện hàng để cho người nhận hàng có thể kiểm tra hàng trong kiện khi cần, nó là chứng từ để đối chiếu hàng hóa thực tế với hàng hóa do người bán gửi.

Một bản đề cùng với các phiếu đóng gói khác tạo nên một bộ đầy đủ. Bộ này được xếp vào trong kiện hàng thứ nhất của lô hàng.

Một bản còn lại cũng được lập thành một bộ với các phiếu khác, bộ này được kèm với hóa đơn để xuất trình cho ngân hàng thanh toán.

- Một số loại phiếu đóng gói thường gặp:

+ **Phiếu đóng gói chi tiết (Detailed packing list)**

Liệt kê tỉ mỉ hàng hóa trong kiện hàng, đôi khi nội dung không có gì khác biệt so với phiếu đóng gói thông thường, nhưng nó có tiêu đề là phiếu đóng gói chi tiết thì nó trở thành phiếu đóng gói chi tiết.

+ **Phiếu đóng gói trung lập (Neutral packing list)**

Trong đó không ghi tên người bán và người mua nhằm để người mua có thể sử dụng phiếu này bán lại hàng hóa cho người thứ ba.

+ **Phiếu đóng gói kèm bản kê trọng lượng (Packing and weight list)**

| PACKING LIST | | | | | | | |
|---|----------|--|----------------|--|-------------|---------------------------------------|------------------|
| SHIPPER: <input style="width: 150px;" type="text"/> | | CONSIGNEE: <input style="width: 200px;" type="text"/> | | | | | |
| VESSEL: <input style="width: 150px;" type="text"/> | | NOTIFY: <input style="width: 200px;" type="text"/> | | | | | |
| DATE: <input style="width: 150px;" type="text"/> | | P.O. NO. <input style="width: 100px;" type="text"/> | | MARKS <input style="width: 200px;" type="text"/> | | | |
| | | INVOICE NO. <input style="width: 200px;" type="text"/> | | | | | |
| PKG NO. & TYPE | CONTENTS | NET WT. EACH | GROSS WT. EACH | TOTAL NET WEIGHT | TOTAL GROSS | DIMENSIONS Height X Width X Length | TOTAL CUBIC FEET |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| TOTAL GROSS WEIGHT: _____ | | NET WT: _____ | | CUBE: _____ | | NO. PCS: _____ | |

* ***Vận đơn đường biển***

Là chứng từ do người chuyên chở (chủ tàu, thuyền trưởng) cấp cho người gửi hàng nhằm xác nhận việc hàng hóa đã được tiếp nhận để vận chuyển. Tuy mỗi hãng tàu đều có mẫu vận đơn riêng, nhưng về nội dung chúng có những điểm chung.

- Ở mặt trước của B/L có ghi rõ tên người gửi, người nhận (hoặc "theo lệnh" ...), tên tàu, cảng bốc hàng, cảng dỡ hàng, tên hàng, ký mã hiệu, số lượng kiện, trọng lượng, giá cả, tổng trị giá, cách trả cước (cước trả trước hay trả tại cảng đến), tình hình xếp hàng, số bản gốc đã lập, ngày tháng cấp vận đơn .v.v..

- Mặt sau ghi các điều kiện chuyên chở. Khi chuyên chở hàng vừa có hợp đồng vừa có vận đơn thì quan hệ giữa người vận tải và người nhận hàng do vận đơn điều chỉnh, còn quan hệ giữa người gửi hàng và người vận tải do hợp đồng thuê tàu điều chỉnh.

B/L có ba chức năng cơ bản sau:

- Là một biên lai của người chuyên chở xác nhận là họ đã nhận hàng để chở.
- Là một bằng chứng về những điều khoản của một hợp đồng vận tải đường biển.
- Là một chứng từ sở hữu hàng hóa, quy định hàng hóa sẽ giao cho ai ở cảng đích, do đó cho phép mua bán hàng hóa bằng cách chuyển nhượng B/L. Chính vì chức năng đặc biệt này mà việc thay thế B/L bằng thủ tục EDI là việc rất khó khăn hiện nay.

Vận đơn đường biển được lập thành một số bản gốc. Trên các bản gốc, người ta in hoặc đóng dấu các chữ "Original". Ngoài bộ vận đơn gốc, còn có một số bản sao, trên đó ghi chữ "Copy". Chỉ có bản gốc của B/L mới có chức năng nêu trên, còn các bản sao không có giá trị pháp lý như bản gốc, chúng chỉ dùng trong các trường hợp: thông báo giao hàng, kiểm tra hàng hóa, thống kê hải quan

.V.V

Ocean Bill of Lading

| Exporter (Name and address including ZIP code) | | Document Number | Booking Number |
|--|------------------------------------|---------------------------------------|----------------|
| Consigned To | | Export References | |
| Notify Party | | Consolidator Agent (Name and address) | |
| Freight Carriage By | Place of Receipt By Pre-Carrier | Point (State) of Origin or FTZ Number | |
| Exporting Carrier | Port Loading/Export | Domestic Booking/Export Instructions | |
| Foreign Port of Unloading | Place of Delivery by Ocean Carrier | | |
| Number of Packages | Description of Contents | Gross Weight (Kilos) | Measurement |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

There are pages, including attachments to this Ocean Bill of Lading

FREIGHT RATES, CHARGES, WEIGHTS AND/OR MEASUREMENTS

Received by Carrier to transport by ocean vessel between port of loading and port of discharge, and for transportation to port of discharge from place of receipt and discharge to place of delivery, when stated above, the goods as specified above in apparent good order and condition unless otherwise stated. The goods to be received at the above mentioned port of discharge or place of delivery, whichever is applicable.

IS WITNESSED AND CONFIRMED BY THE CARRIER original bills of Lading have been signed, and if otherwise stated above, one of which being accomplished the others shall be void.

DATED AT _____

BY _____
Agent for the Carrier

Mo _____ Day _____ Year _____

B/L No.

I certify that the above information is true and correct to the best of my knowledge

*** Giấy chứng nhận xuất xứ (CO)**

- *Khái niệm:* Giấy chứng nhận xuất xứ là chứng từ do nhà sản xuất hoặc do cơ quan thẩm quyền, thường là Phòng Thương mại/ Bộ Thương mại cấp để xác nhận nơi sản xuất hoặc nguồn gốc xuất phát của hàng hóa.

- *Tác dụng: Giấy chứng nhận xuất xứ nhằm:*

+ Giúp hải quan có căn cứ tính thuế quan trên cơ sở áp dụng biểu thuế ưu đãi, giúp Hải quan thi hành chính sách khu vực, chính sách phân biệt đối xử trong mua bán khi tiến hành giám sát và quản lý.

+ Xác nhận ở một mức độ nhất định về chất lượng hàng hóa, nhất là đối với những hàng hóa thuộc loại thô sản của một địa phương nhất định.

| Certificate of Origin | | | | | | Customs Form P-810 |
|--|----------------------------------|--|---|-----------------------------------|---------------------------------|--------------------|
| 1. Goods consigned from (Exporter's business name, address, country) | | | Reference No. | | | |
| 2. Goods consigned to (Consignee's name, address, country) | | | GENERALISED SYSTEM OF PREFERENCES CERTIFICATE OF ORIGIN (Combined declaration and certificate) FORM A Issued in _____ <small>(country)</small> <small>See Notes overleaf</small> | | | |
| 3. Means of transport and route (as far as known) | | | 4. For official use | | | |
| 5. Item number | 6. Marks and numbers of packages | 7. Number and kind of packages; description of goods | 8. Origin criterion (see Notes overleaf) | 9. Gross weight or other quantity | 10. Number and date of invoices | |
| 11. Certification It is hereby certified, on the basis of control carried out, that the declaration by the exporter is correct. _____ <small>Place and date, signature and stamp of certifying authority</small> | | | 12. Declaration by the exporter The undersigned hereby declares that the above details and statements are correct: that all the goods were produced in _____ <small>(country)</small> and that they comply with the origin requirements specified for those goods in the Generalised System of Preferences for goods exported to _____ <small>(importing country)</small> _____ <small>Place and date, signature of authorised signatory</small> | | | |

- Các loại C/O: C/O có nhiều loại: Form A, Form B, Form O, Form X, Form T, Form C, Form D, Form E...


Người nhập khẩu phải nộp C/O cho cơ quan Hải quan khi đăng ký mở tờ khai hàng nhập khẩu. Trường hợp có lý do đặc biệt thì được Cục trưởng Cục Hải quan tỉnh, thành phố chấp thuận thì có thể nộp C/O trong một thời gian hợp lý, phù hợp với lý do chậm trễ, sau khi hoàn thành thủ tục nhập khẩu lô hàng, nhưng tối đa không quá 30 ngày kể từ ngày hoàn thành thủ hải quan.

* **Chứng từ bảo hiểm (Certificate of Insurance):** Là chứng từ do người bảo hiểm cấp cho người được bảo hiểm, nhằm hợp thức hóa hợp đồng bảo hiểm và được dùng để điều tiết quan hệ giữa tổ chức bảo hiểm và người được bảo hiểm. Trong mối quan hệ này, tổ chức bảo hiểm nhận bồi thường cho những tổn thất xảy ra vì những rủi ro mà hai bên đã thỏa thuận trong hợp đồng bảo hiểm, còn người được bảo hiểm phải nộp cho người bảo hiểm một số tiền nhất định là phí bảo hiểm.

Chứng từ bảo hiểm thường được dùng là đơn bảo hiểm và giấy chứng nhận bảo hiểm.

| ACORD | | CERTIFICATE OF LIABILITY INSURANCE | | SR. NO. | DATE (MM/DD/YY) |
|---|---|--|----------------------------------|---|---|
| PRODUCER Ross Insurance Agency 1496 Little Pike Lancaster, PA 17601 Phone: 717-397-4729 Fax: 717-397-6756 | | INSURED Cleanway Professional Cleaning Services, Inc. PO Box 4695 York, PA 17405 | | 11/13/01 | 11/13/01 |
| INSURERS AFFORDING COVERAGE | | | | | |
| | | INSURER A: Meridian Mutual | | | |
| | | INSURER B: Western Surety Co. | | | |
| | | INSURER C: | | | |
| | | INSURER D: | | | |
| | | INSURER E: | | | |
| COVERAGES | | | | | |
| THE POLICIES OF INSURANCE LISTED BELOW HAVE BEEN ISSUED TO THE INSURED NAMED ABOVE FOR THE POLICY PERIOD INDICATED. NOTWITHSTANDING ANY REQUIREMENT, TERM OR CONDITION OF ANY CONTRACT OR OTHER DOCUMENT WITH RESPECT TO WHICH THIS CERTIFICATE MAY BE ISSUED OR MAY PERTAIN, THE INSURANCE AFFORDED BY THE POLICIES DESCRIBED HEREIN IS SUBJECT TO ALL THE TERMS, EXCLUSIONS AND CONDITIONS OF SUCH POLICIES. AGGREGATE LIMITS SHOWN MAY HAVE BEEN REDUCED BY PAID CLAIMS. | | | | | |
| NO. | TYPE OF INSURANCE | POLICY NUMBER | POLICY EFFECTIVE DATE (MM/DD/YY) | POLICY EXPIRATION DATE (MM/DD/YY) | LIMITS |
| A | GENERAL LIABILITY <input checked="" type="checkbox"/> COMMERCIAL GENERAL LIABILITY CLAIMS MADE <input checked="" type="checkbox"/> OCCUR GEN'L. AGGREGATE LIMIT APPLIES PER: POLICY <input type="checkbox"/> SPLIT <input type="checkbox"/> LOC | Removed for Security Reasons | 01/01/01 | 01/01/02 | EACH OCCURRENCE \$ 1,000,000 FIRE DAMAGE (Any one fire) \$ 1,000,000 MED EXP (Any one person) \$ 5,000 PERSONAL & ADV INJURY \$ 1,000,000 GENERAL AGGREGATE \$ 2,000,000 PRODUCTS - COMPROP AGG \$ 2,000,000 |
| A | AUTOMOBILE LIABILITY ANY AUTO ALL OWNED AUTOS <input checked="" type="checkbox"/> SCHEDULED AUTOS <input checked="" type="checkbox"/> HIRED AUTOS <input checked="" type="checkbox"/> NON-OWNED AUTOS | Removed for Security Reasons | 01/01/01 | 01/01/02 | COMBINED SINGLE LIMIT (EA accident) \$ 1,000,000 BODILY INJURY (Per person) \$ BODILY INJURY (Per accident) \$ PROPERTY DAMAGE (Per accident) \$ |
| A | GARAGE LIABILITY ANY AUTO | Removed for Security Reasons | 01/01/01 | 01/01/02 | AUTO ONLY - EA ACCIDENT \$ OTHER THAN EA ACC \$ AGG \$ |
| A | EXCESS LIABILITY OCCUR <input type="checkbox"/> CLAIMS MADE <input type="checkbox"/> DEDUCTIBLE <input checked="" type="checkbox"/> RETENTION \$ 10,000 | Removed for Security Reasons | 01/01/01 | 01/01/02 | EACH OCCURRENCE \$ 1,000,000 AGGREGATE \$ 1,000,000 \$ \$ |
| A | WORKERS COMPENSATION AND EMPLOYERS' LIABILITY | Removed for Security Reasons | 01/01/01 | 01/01/02 | WORKERS COMPENSATION AND EMPLOYERS' LIABILITY E.L. EACH ACCIDENT \$ 500,000 E.L. DISEASE - EA EMPLOYEE \$ 500,000 E.L. DISEASE - POLICY LIMIT \$ 500,000 |
| B | OTHER | Removed for Security Reasons | 01/14/01 | 01/14/02 | Jan. Bond 5,000 |
| DESCRIPTION OF OPERATIONS, LOCATIONS, VEHICLES, EXCLUSIONS ADDED BY ENDORSEMENT, SPECIAL PROVISIONS | | | | | |
| CERTIFICATE HOLDER N | | ADDITIONAL INSURED; INSURER LETTER: | | CANCELLATION | |
| Cleanway Professional | | CLEANNY | | SHOULD ANY OF THE ABOVE DESCRIBED POLICIES BE CANCELLED BEFORE THE EXPIRATION DATE THEREOF, THE ISSUING INSURER WILL ENDEAVOR TO MAIL _____ DAYS WRITTEN NOTICE TO THE CERTIFICATE HOLDER NAMED TO THE LEFT, BUT FAILURE TO DO SO SHALL IMPROVE NO OBLIGATION OR LIABILITY OF ANY KIND UPON THE INSURER, ITS AGENTS OR REPRESENTATIVES. | |
| | | William R. Ross Jr. | | | |

*** Hối phiếu (Bill of Exchange)**

| | | | |
|----------------------|--|----------|---|
| Exchange for | US\$25,000.00 | No. | CI-00888 |
| | | March 15 | 20 01 |
| ----- AT SIGHT ----- | 1 of this First of Exchange (Second Unpaid) | | |
| pay to the order of | UVW Exports | | |
| the sum of | Twenty Five Thousand U.S. Dollars | | |
| | Drawn under documentary credit No. SB-87654 of The Sun Bank, Sunlight City, Import-Country, dated January 26, 2001 | | |
| To | The Moon Bank | | UVW Exports |
| | 5 Moonlight Blvd., | |  |
| | Export-City and Postal Code, Export-Country | | |

*** Giấy chứng nhận phẩm chất (Certificate of quality):** Là chứng từ xác nhận chất lượng của hàng thực giao và chứng minh phẩm chất hàng phù hợp với điều khoản của hợp đồng. Giấy chứng nhận phẩm chất có thể do người cung cấp hàng, cũng có thể do cơ quan kiểm nghiệm hàng xuất khẩu cấp, tùy theo sự thỏa thuận của hai bên mua bán.



Orion Registrar, Inc., USA
Certificate of Registration

This is to certify the Quality Management System of:

Arctic Fox, LLC
570 South 7th Street
Delano, Minnesota 55328
USA

Has been assessed by Orion Registrar and found to be in compliance with the following Quality Standard:

ISO 9001:2000

The Quality Management System is Applicable to:

Design and Manufacture of Fluid Heating System Components and Provider of Custom Tube and Metal Goods Fabrication Services.

The Registration period is from December 14, 2005 to December 13, 2008.

This registration is subject to the company maintaining its system to the required standard, and applicable exceptions, which will be monitored by Orion.

Client ID 00360-00001. Certificate ID A0000071-S.

ETAC / NAFS / SJC Code(s): 17 18 / 332999 / 3399 3585



ANAB
ACCREDITED



MGMT. SYS
RvA C 147



MEMBER OF MULTILATERAL
REGISTRATION AGENCY

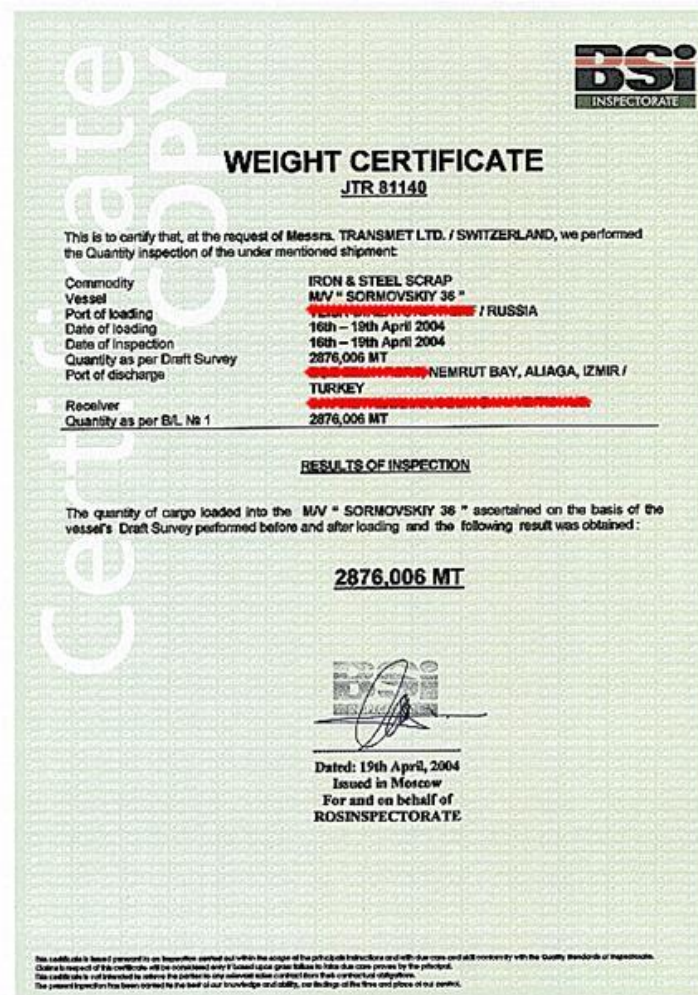

 President
 4/10/2007
 Date

Orion Registrar, Inc. ★ Arvada, Colorado ★ PO Box 745070 ★ 303-456-6010 ★ FAX 303-456-6681

To authenticate this certificate please visit www.orion-rv.com

* **Giấy chứng nhận số lượng/giấy chứng nhận trọng lượng (Certificate of quantity/weight):** Là chứng từ xác nhận số lượng/ trọng lượng của hàng hóa thực giao. Giấy chứng nhận số lượng/ trọng lượng cũng có thể do người cung cấp hoặc tổ chức kiểm nghiệm hàng xuất nhập khẩu cấp, tùy theo sự thỏa thuận trong hợp đồng.

Khi thỏa thuận về các giấy chứng nhận phẩm chất số lượng hoặc trọng lượng cần đặc biệt quan tâm đến giấy chứng nhận lần cuối, bởi các giấy này sẽ có tác dụng quyết định trong việc giải quyết tranh chấp sau này. Phải qui định rõ kiểm tra lần cuối sẽ được thực hiện tại đâu, ai tiến hành kiểm tra và cấp giấy chứng nhận.



* **Giấy chứng nhận kiểm dịch và giấy chứng nhận vệ sinh:** Là những chứng từ do cơ quan có thẩm quyền của nhà nước cấp cho chủ hàng để xác nhận hàng hóa đã được an toàn về mặt dịch bệnh, sâu hại, nấm độc .v.v... Giấy chứng nhận kiểm dịch sản phẩm động vật (Animal product sanitary inspection) do cơ

quan kiểm dịch động vật cấp cho các hàng hóa là động vật (súc vật, cầm thú .v.v..) hoặc các sản phẩm động vật (trứng, thịt, lông, da, cá .v.v..) hoặc bao bì của chúng, xác nhận đã kiểm tra và xử lý chống các bệnh dịch. Giấy chứng nhận kiểm dịch thực vật (Phytosanitary certificate) do cơ quan bảo vệ thực vật cấp cho hàng hóa là thực vật hoặc có nguồn gốc là thực vật, xác nhận hàng hóa đã được kiểm tra và trong đó không có vi trùng gây bệnh cho người sử dụng.

| 中华人民共和国出入境检验检疫 ENTRY-EXIT INSPECTION AND QUARANTINE OF THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA | | 翻印 COPY |
|---|---|--|
| 植物检疫证书 PHYTOSANITARY CERTIFICATE | | 编号 No. :430300205001359 |
| 发货人名称及地址 Name and Address of Consignor | HUNAN HUAIHUA LONGYUAN MEDICINE CO., LTD. #24, Hongxing Middle Road, Huahua, Hunan Province, China | |
| 收货人名称及地址 Name and Address of Consignee | *** | |
| 品名 Name of Produce | LYCIUM BERRY | 植物学名 Botanical Name of Plants *** |
| 报检数量 Quantity Declared | -28-CARTONS/-1000-KGS | 标记及号码 Mark & No. N/M |
| 包装种类及数量 Number and Type of Packages | CARTON/-28-CARTONS | |
| 产地 Place of Origin | CHINA | |
| 到达口岸 Port of Destination | SAN FRANCISCO | |
| 运输工具 Means of Conveyance | BY SEA | 检验日期 Date of Inspection MAY 21, 2005 |
| <p>兹证明上述植物、植物产品或其他检疫物已经按照规定程序进行检查和/或检验, 被认为不带有输入国或地区规定的检疫性有害生物, 并且基本不带有其他的有害生物, 因而符合输入国或地区现行的植物检疫要求。 This is to certify that the plants, plant products or other regulated articles described above have been inspected and/or tested according to appropriate procedures and are considered to be free from quarantine pests specified by the importing country/ region, and practically free from other injurious pests; and that they are considered to conform with the current phytosanitary requirements of the importing country/region.</p> | | |
| 杀虫和/或灭菌处理 DISINFESTATION AND/OR DISINFECTION TREATMENT | | |
| 日期 Date | *** | 药剂及浓度 Chemical and Concentration *** |
| 处理方法 Treatment | *** | 持续时间及温度 Duration and Temperature *** |
| 附加声明 ADDITIONAL DECLARATION | | |
| 印章 Official Stamp | 怀化 HUAIHUA | 签证日期 Date of Issue MAY 21, 2005 |
| 授权签字人 Authorized Officer | Chen Gui-Lin | 签名 Signature |
| <small>中华人民共和国检验检疫机构及其官员或代表不承担签发本证书的任何法律责任。/No financial liability with respect to this certificate shall attach to the entry-exit inspection and quarantine authorities of the P. R. of China or to any of its officers or representatives.</small> | | |

4.2.5. Nhập kho – bảo quản – cung cấp cho các bộ phận có nhu cầu

Sau khi tiếp nhận vật tư, bộ phận kho – quản lý vật tư của phòng cung ứng/ phòng logistics cần làm tốt các công việc sau:

- Nhập kho
- Bảo quản (tùy theo tính chất của từng loại vật tư)
- Cấp vật tư cho các bộ phận có nhu cầu

Đây là khâu cuối của quy trình nghiệp vụ cung ứng, đồng thời là nội dung chính của công tác quản lý vật tư trong nội bộ tổ chức

4.3. Hệ thống thông tin trong quản trị vật tư.

4.3.1. Các hệ thống MRP:

Nói tóm tắt về MRP được dùng để biểu thị những hệ thống được gọi là kế hoạch hóa nhu cầu vật tư (MRP I – Materials Requirements Planning) và kế hoạch hóa nguồn lực đầu vào của sản xuất (MPR II – Manufacturing Resource Planning). MPR I được phát triển thành MPR II với việc thêm vào thành phần tài chính, marketing, và thành phần mua hàng

* **MRP I:** kế hoạch hóa nhu cầu vật tư (MRP I) trở thành một khái niệm phổ biến vào thập niên 60 và 70. Nó bao gồm một hệ thống máy tính, hệ thống thông tin về sản xuất, các khái niệm và triết lý quản trị.

Hệ thống thông tin tập trung vào dự trữ, kế hoạch sản xuất, trang thiết bị, và việc quản trị tất cả các nguồn lực sản xuất (con người, tiền của, trang thiết bị và vật tư...). Là những triết lý quản trị, nó được xem từ một trung gian đến một kết thúc.

Giống như những cách tiếp cận khác, những phương pháp, và những triết lý kinh doanh, MRP I cố gắng tối thiểu hóa lượng dự trữ để duy trì đầy đủ những vật tư cho quá trình sản xuất. Trong phạm vi một hệ thống MRP I, kế hoạch kiểm soát sự sản xuất (được cập nhật hàng tuần) trực tiếp đề ra các hoạt động tiếp theo của việc mua hàng và nhiệm vụ sản xuất. Một hệ thống MRP I được thuê khi: cách dùng hay nhu cầu của vật tư là không liên tục hoặc không bền cao; nhu cầu vật tư phụ thuộc vào sự sản xuất của các hàng hóa dự trữ đặc biệt khác hay là thành phẩm; và mua hàng, thu mua, những người cung cấp, và sự sản xuất có tính linh hoạt để giữ trình tự sắp xếp hoặc phân phối giấy biên nhận vào mỗi tuần.

+ Hệ thống MRP I cung cấp một vài cải tiến hơn là hệ thống truyền thống, những ưu điểm bao gồm:

- Cải thiện kết quả kinh doanh (ví dụ: tỷ suất đầu tư, lợi nhuận)
- Cải thiện hoạt động sản xuất
- Điều hành sản xuất tốt hơn
- Thông tin chính xác và đúng thời điểm hơn
- Giảm lượng dự trữ
- Thời gian đặt hàng của vật tư
- Giảm thiểu sự lỗi thời của nguyên vật liệu
- Gia tăng sự tin cậy
- Phản ứng nhanh hơn với nhu cầu thị trường, và giảm chi phí sản xuất.

+ Nhược điểm của hệ thống MRP I: hệ thống này có một số mặt hạn chế và một công ty xem xét sử dụng như là một hệ thống thì nên kiểm tra chúng.

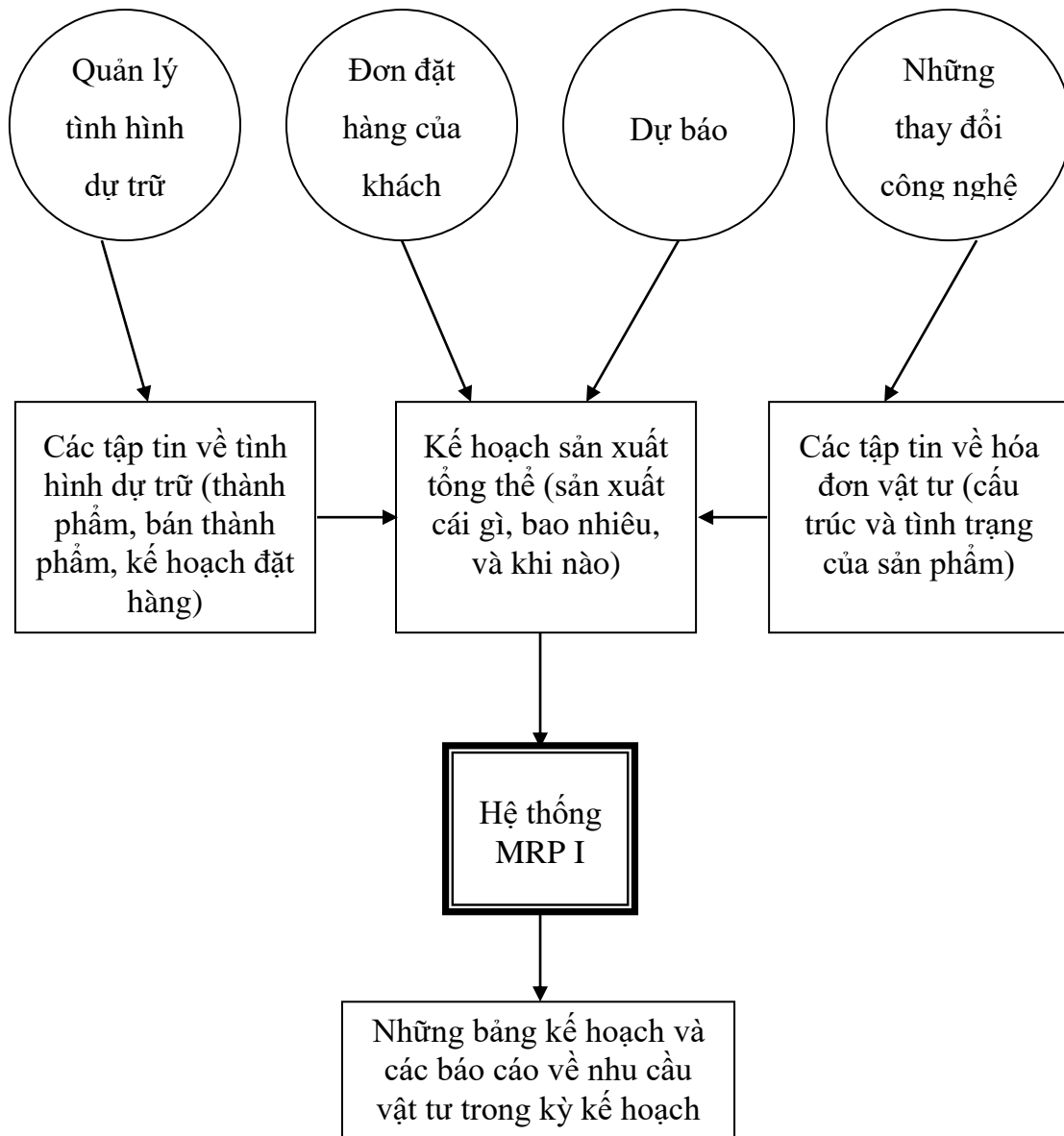
- Đầu tiên, MRP I có lẽ không nhìn một cách lạc quan sự thu được từ chi phí vật tư. Bởi vì mức độ dự trữ được giữ tại mức tối thiểu, vật tư phải được mua thường xuyên hơn và với những khối lượng nhỏ hơn. Kết quả là gia tăng chi phí đặt hàng, trừ những điều kiện được đàm phán trong hợp đồng với nhà cung cấp. Hóa đơn vận chuyển cao hơn và đơn vị giá cao hơn có lẽ cũng xảy ra. Do đó công ty phải cân nhắc trước sự tiết kiệm từ việc giảm chi phí dự trữ.

- Một nhược điểm khác là mối nguy cơ việc sự chậm lại của sản xuất hay ngừng lại có thể xảy ra. Bởi vì những vấn đề về phân phối không biết trước và những nhà cung cấp vật tư thiếu hụt.

- Nhược điểm cuối cùng của MRP I nảy sinh từ việc sử dụng gói phần mềm máy tính. Những tổ chức phải xác định có nên tiêu chuẩn hóa hay phát triển phần mềm sẽ được dùng. Tiêu chuẩn hóa các chương trình là ít tốn kém, nhưng sẽ không đáp ứng được yêu cầu đặc biệt của người sử dụng.

Hình vẽ dưới đây miêu tả hệ thống MRP I và đầu ra của nó.

Kế hoạch sản xuất tổng thể phục vụ cho đầu vào của hệ thống MRP I. các đầu vào khác bao gồm các tập tin về vật tư và các hồ sơ của tình hình dự trữ. Các tập tin về vật tư chứa đựng những bộ phận cấu thành của thành phẩm. Các dữ liệu về dự trữ duy trì một số liệu của tất cả lượng dự trữ có sẵn và đặt hàng.



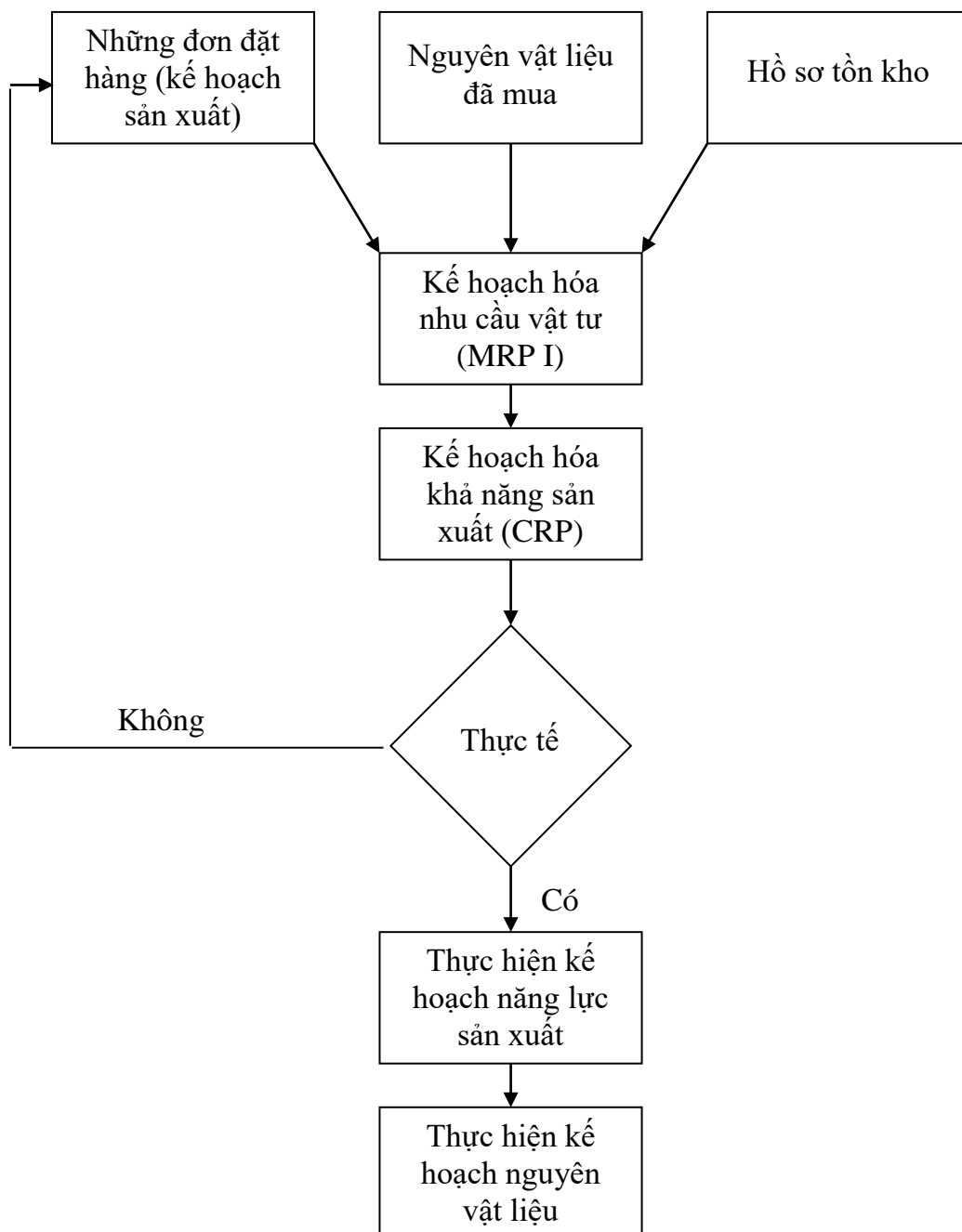
Hình 4.3: Các yếu tố của hệ thống MRP I

(Nguồn: MCB University Press Limited)

Những báo cáo có được từ hệ thống MRP I bao gồm những bảng kế hoạch mà có thể được dùng để dự báo lượng dự trữ và chỉ rõ những yêu cầu trong tương lai; những bảng báo cáo thực hiện để xác định có thực tế so với thời gian hoàn thành như đã được lập trình trước, và thực tế so với khối lượng được sử dụng được định trước và chi phí phù hợp; và bảng báo cáo ngoại lệ mà chỉ ra sự không thống nhất như các lỗi sai, những đơn đặt hàng trễ hoặc quá chậm, những phế liệu thừa, hay những phần không tồn tại. Trong khi MRP I vẫn được

dùng trong một số công ty, nó đã được cập nhật và mở rộng bao gồm các yếu tố tài chính, marketing, logistics. Đây là phiên bản mới hơn được gọi là kế hoạch hóa nguồn lực sản xuất đầu vào, MRP II.

* **MRP II**: nó ảnh hưởng đến một số vùng chức năng của một tổ chức, bao gồm nghề nghiệp kỹ sư, tài chính, logistics, sản xuất, mua hàng, và marketing. Nó là một gói phần mềm máy tính mà bao gồm toàn bộ các hoạt động phức tạp trong kế hoạch và điều hành các hoạt động sản xuất: kế hoạch sản xuất, kế hoạch hóa nhu cầu nguồn lực, kế hoạch sản xuất tổng thể, kế hoạch hóa nhu cầu vật tư, điều hành phân xưởng, và mua hàng.



Hình 4.3: Các yếu tố của hệ thống MRP II

Các tổ chức đã báo cáo một con số của lợi ích kết hợp với sự thực hiện đầy đủ của hệ thống MRP II, bao gồm:

- Sự giảm thiểu tồn kho
- Tỷ lệ doanh số dự trữ cao hơn
- Nâng cao sự chắc chắn trong việc phân phối cho khách hàng đúng thời gian
- Giảm thiểu chi phí mua hàng
- Tối thiểu hóa lượng lao động ngoài giờ

4.3.2. Các hệ thống DRP

* **DRP I** (Distribution requirements planning) – kế hoạch hóa phân phối nhu cầu. Đây là hệ thống áp dụng những nguyên tắc MRP cho quá trình phân phối, nhằm đáp ứng nhu cầu đặc biệt về phân phối

* **DRP II** (Distribution resource planning) – kế hoạch hóa phân phối các nguồn lực. DRP II là một mở rộng của DRP I, được sử dụng phân phối tất cả các nguồn lực đầu vào, chứ không riêng vật tư.

Có nhiều lợi ích tiềm tàng được kết hợp với việc sử dụng hệ thống DRP II, đặc biệt là trong lĩnh vực marketing và logistics

+ Lợi ích marketing bao gồm:

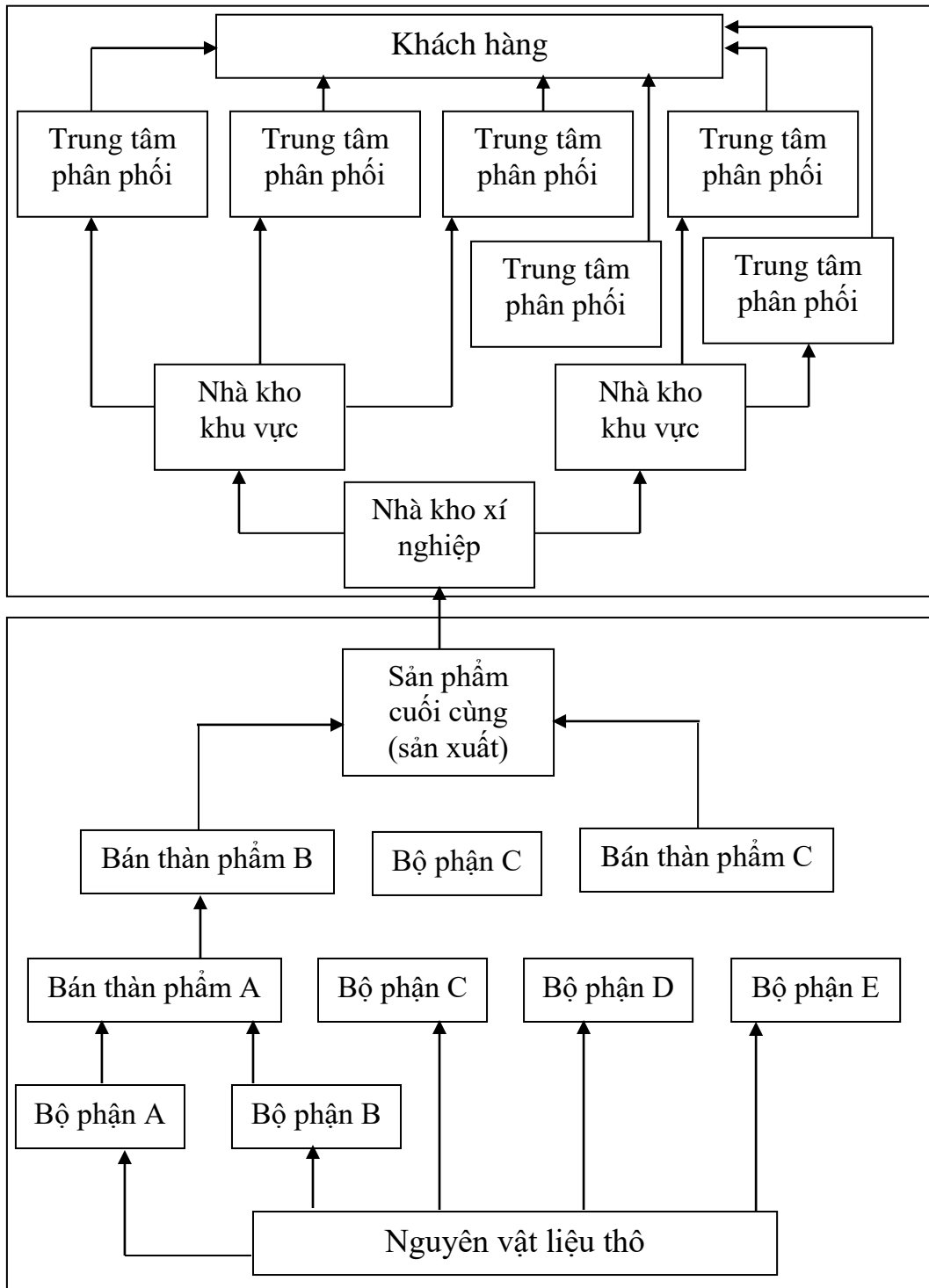
- Cải thiện mức độ dịch vụ, phân phối cho khách hàng đúng thời gian và khách hàng ít phàn nàn hơn. Bởi vì những người quản lý có thể lên kế hoạch những gì cần thiết và sau đó thực hiện kế hoạch. Những lời hứa của công ty với khách hàng được đáp ứng và không bị thất hứa.

- Có khả năng đề lên kế hoạch chiêu thị và những lời giới thiệu mới hiệu quả.

- Có khả năng nhìn thấy trước khi một sản phẩm không sẵn sàng. Trong hầu hết các trường hợp, sử dụng DRP có nghĩa là những công ty có thể tìm ra những sản phẩm mà họ cần.

- Các bộ phận chức khác nhau của công ty có mối quan hệ công việc tốt hơn. Bởi vì mọi người đang làm việc với tập hợp những nhóm giống nhau, và bởi vì những nguyên nhân của các vấn đề có thể thấy nhiều hơn trước. Với DRP, con người có thể thấy tại sao điều đó lại sai, và họ có thể làm gì để sửa chữa lại

nó. Không có như là một công cụ, trường hợp thường là quá lúng túng để không thể quan sát rõ cái gì sai và tại sao.



Hình 4.4: các yếu tố của hệ thống DRP II

- Không những có khả năng cung cấp cho khách hàng một sản phẩm mà còn một dịch vụ hỗ trợ họ quản lý lượng dự trữ. Một công ty có thể làm điều này bằng cách đưa ra hệ thống DRP đến với lượng dự trữ của khách hàng.

+ Lợi ích logistics bao gồm:

- Giảm thiểu chi phí vận chuyển đến các trung tâm phân phối, do sự khá vợi vàng hoặc tiền bảo hiểm vận chuyển; và lên kế hoạch tốt hơn cho vận chuyển bằng xe tải và xe lửa.

- Dự trữ thấp hơn: DRP có thể nói chính xác những gì cần thiết và khi nào, và giữ thông tin mới nhất khi những thay đổi xảy ra.

- Giảm khoảng trống của kho hàng do lượng dự trữ thấp hơn, như đã được đề cập ở trên.

- Không chế sự lỗi thời tốt hơn: DRP có thể giám sát khi hàng tồn kho cho mỗi loại hàng hóa tại mỗi trung tâm phân phối sẽ cạn kiệt, và cảnh báo người lên kế hoạch của bất cứ vấn đề lỗi thời nào trong khi vẫn có thời gian để thực hiện.

- Giảm chi phí phân phối từ các trung tâm phân phối đến khách hàng do những đơn hàng bị trả lại ít hơn. DRP có thể có những sản phẩm đúng như họ cần trong kho hàng, vì vậy họ có thể vận chuyển cùng lúc.

- Với DRP, thì con người trong sản xuất có thể thấy một cách đúng nhu cầu của mạng lưới phân phối, và chúng là mới nhất khi có những thứ thay đổi. Điều này gần như là cung cấp toàn bộ thông tin của phân phối đến sản xuất. Thêm vào đó, hệ thống giống nhau được dùng cho cả sản xuất và phân phối. Con người hiểu một người khác và có thể làm việc với nhau tốt hơn bởi vì học sử dụng một hệ thống giống nhau.

- Những công cụ tốt hơn cho ngân sách. DRP là một sự mô phỏng rất chính xác của những hoạt động phân phối và có thể phát triển ngân quỹ.

Bài tập

1. Trình bày những hiểu biết của anh chị về khái niệm quản trị vật tư và những khái niệm quản trị vật tư và những khái niệm có liên quan (mua hàng, thu mua, cung ứng, quản trị cung ứng, quản trị vật tư)?
2. Quy trình nghiệp vụ cung ứng? Trình bày vắn tắt những công việc cần làm trong quá trình thực hiện quy trình nghiệp vụ cung ứng?
3. Nhu cầu vật tư? Ý nghĩa của việc dự báo và các phương pháp dự báo nhu cầu vật tư?
4. Nội dung của hợp đồng cung ứng
5. Trình bày vắn tắt những công việc cần làm để tổ chức thực hiện hợp đồng cung ứng?

CHƯƠNG 5: VẬN TẢI

5.1. Khái niệm

Sự di chuyển về mặt không gian và thời gian của công cụ sản xuất, sản phẩm lao động và bản thân con người là một nhu cầu tất yếu của xã hội.

Trong nghĩa rộng, vận tải là một quy trình của bất kỳ sự di chuyển vị trí nào của vật phẩm và con người.

Vận tải là sự di chuyển có mục đích của con người và vật phẩm nhằm hoán chuyển vị trí của hàng hóa và bản thân con người từ nơi này đến nơi khác bằng các phương tiện vận tải.

Trong nghĩa hẹp thì các nhà kinh tế định nghĩa: hoạt động vận tải là quá trình sản xuất thỏa mãn đồng thời hai tính chất:

- + Hoạt động sản xuất vật chất đặc biệt.
- + Hoạt động kinh tế riêng biệt .

*** Tại sao vận tải là một ngành sản xuất vật chất đặc biệt?**

- Nó là một ngành sản xuất vật chất là vì: có công cụ lao động, đối tượng lao động, sức lao động.

- Đặc biệt là vì:

+ *Sản xuất trong ngành vận tải là một quá trình tác động làm thay đổi về mặt không gian của đối tượng chuyên chở.* Quá trình sản xuất của vận tải là quá trình tác động về mặt không gian lên đối tượng chuyên chở - chứ không phải là quá trình tác động về mặt kỹ thuật lên đối tượng lao động. Tức là đối tượng chuyên chở gồm hàng hóa và khách hàng. Con người thông qua dụng cụ vận tải (tư liệu lao động) tác động vào đối tượng chuyên chở để gây ra sự thay đổi vị trí về không gian và thời gian của chúng.

+ *Sản phẩm của vận tải là vô hình, và sản xuất trong ngành vận tải là không tạo ra sản phẩm mới:* nó không có hình dạng, kích thước cụ thể. Sản xuất trong ngành vận tải không sáng tạo ra sản phẩm mới mà sáng tạo ra một sản phẩm đặc biệt gọi là sản phẩm vận tải. Sản phẩm vận tải là sự di chuyển vị trí của đối tượng chuyên chở. Tuy vậy, sản phẩm này cũng có 2 thuộc tính của một

hàng hóa: giá trị sử dụng và giá trị. Bản chất và hiệu quả mong muốn của sản xuất trong ngành vận tải là thay đổi vị trí, chứ không phải làm thay đổi hình dạng, tính chất lý hóa của đối tượng chuyên chở.

+ *Sản phẩm vận tải không tồn tại độc lập ngoài quá trình sản xuất ra nó*: sản phẩm này không có một khoảng cách về thời gian giữa sản xuất và tiêu dùng, nó được hình thành và tiêu thụ ngay trong quá trình sản xuất (tức là khi quá trình vận tải kết thúc thì sản phẩm vận tải cũng được tiêu thụ)

+ *Sản phẩm trong ngành vận tải không có thể dự trữ*. Trong khi các ngành sản xuất vật chất khác có thể sản xuất ra một số sản phẩm để dự trữ nhằm thỏa mãn nhu cầu tăng lên đột ngột, thì trong sản xuất vận tải để thỏa mãn nhu cầu chuyên chở tăng lên đột ngột người ta chỉ có thể dự trữ năng lực chuyên chở của phương tiện vận tải.

5.2. Vai trò của vận tải

5.2.1. Vai trò đối với nền kinh tế quốc dân

Ngành giao thông vận tải là một trong những ngành kinh tế kỹ thuật quan trọng của nền kinh tế quốc dân. Một mặt, ngành giao thông vận tải có nhiệm vụ phục vụ nhu cầu chuyên chở của toàn bộ nền kinh tế - xã hội. Ngành giao thông vận tải sáng tạo ra một phần đáng kể trong tổng sản phẩm trong nước và thu nhập quốc dân. Mặt khác ngành giao thông vận tải lại là một thị trường tiêu thụ rất lớn các sản phẩm của các ngành kinh tế kỹ thuật khác.

Giao thông vận tải là yếu tố quan trọng đảm bảo cho quá trình sản xuất và tái sản xuất của xã hội được liên tục thông qua việc vận chuyển cung ứng nguyên vật liệu, bán thành phẩm, thành phẩm và lao động phục vụ sản xuất. Giao thông vận tải còn là một trong những yếu tố quan trọng trong phân bố lực lượng sản xuất của nền kinh tế quốc dân.

Đối với lĩnh vực lưu thông thì nhờ có vận tải mà quá trình lưu thông mới thực hiện được và hàng hóa mới đến nơi tiêu dùng cá nhân và tiêu dùng sản xuất. Ngoài ra, giao thông vận tải còn có tác dụng mở rộng và phát triển giao lưu văn hóa, trao đổi hàng hóa với nước ngoài.

Giao thông vận tải đáp ứng nhu cầu đi lại ngày càng tăng của nhân dân. Nó góp phần nâng cao đời sống vật chất và tinh thần của mọi tầng lớp nhân dân.

Giao thông vận tải góp phần khắc phục tình trạng phát triển không đồng đều giữa thành thị và nông thôn, giữa vùng đồng bằng và miền núi, hải đảo.

Giao thông vận tải góp phần tăng cường khả năng quốc phòng, giữ gìn an ninh xã hội và bảo vệ đất nước.

5.1.2. Vai trò đối với Logistics

- Vận tải xuyên chuỗi các khâu của hệ thống.

- Hiệu quả của vận tải là hiệu quả của hệ thống logistics. Như vậy giảm thiểu chi phí vận tải thì sẽ giảm được tổng chi phí logistics (chi phí vận tải chiếm 1/3 tổng chi phí logistics).

- Vận tải đảm bảo yếu tố JIT

- Vận tải là yếu tố duy nhất trong hệ thống đưa sản phẩm đến tay người tiêu dùng.

- Vận tải ảnh hưởng đến vị trí doanh nghiệp.

Như vậy ta có thể thấy rằng, vận tải ngày càng quan trọng trong hoạt động logistics và vai trò này sẽ càng tăng thêm, bởi vì chi phí vận tải ngày càng lớn trong tổng chi phí logistics. Do đó nên hoạt động vận tải sẽ ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động kinh doanh và khả năng cạnh tranh của tổ chức. Chính vì vậy mà các nhà quản trị không những quan tâm đến chi phí vận tải của mình mà còn cả chi phí vận tải của đối thủ. Trong mỗi ngành khác nhau thì chi phí vận tải cũng khác nhau. Và nếu không tính đến mặt chi phí thì vận tải cũng rất quan trọng trong việc đưa hàng đến đúng nơi quy định, đúng lúc thì sản xuất sẽ không bị gián đoạn, và không gây ra những hậu quả nghiêm trọng.

Tóm lại, vận tải có ảnh hưởng lớn đến hoạt động của tổ chức, chính vì vậy mà các nhà quản trị phải luôn quan tâm đến việc cân nhắc, lựa chọn các điều kiện vận tải vật tư hàng hóa, lựa chọn phương thức vận tải, người vận tải, lộ trình chuyên chở. Từ đó sẽ đưa ra những quyết định đúng đắn, góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động của tổ chức.

5.3. Mối liên hệ giữa vận tải và các yếu tố trong hệ thống logistics.

5.3.1. Vận tải và Marketing

Hai hoạt động vận tải và marketing luôn được các doanh nghiệp xúc tiến đồng thời với nhau. Nếu vận tải là khâu lưu thông hàng hóa từ nhà sản xuất đến tận tay người tiêu dùng, thì marketing là một hoạt động dịch vụ. Nó không trực tiếp đưa sản phẩm đến tận tay người tiêu dùng mà nó là sự gợi mở về mong muốn, nhu cầu của người tiêu dùng. Để thực hiện tốt khâu vận tải thì đòi hỏi phải làm tốt marketing, nếu hoạt động marketing không tốt thì sẽ làm cho vận tải bị sai và có thể gặp nhiều bất trắc. Và ngược lại, nếu như vận tải không đáp ứng kịp thời, không đúng nơi quy định thì sẽ làm cho các hoạt động marketing bị trì hoãn.

5.3.2. Vận tải và kho bãi

Vận tải phải có điểm xuất phát và điểm kết thúc, đó là nơi đi và nơi đến. Chính vì vậy nếu kho bãi không đủ điều kiện thì sẽ làm hư hỏng hàng hóa, ảnh hưởng đến quá trình vận tải. Kho bãi đóng vai trò hỗ trợ cho vận tải, kho bãi cũng là nơi trung gian để cất giữ hàng hóa khi quá trình vận tải bao gồm nhiều phương thức, để bốc dỡ hàng hóa từ phương tiện vận tải này sang phương tiện vận tải khác. Kho bãi cũng là nơi mà từ đó hàng hóa sản phẩm được phân phối đi đến nhiều đại lý, trung tâm phân phối nhỏ khác. Nếu không có kho bãi thì quá trình vận chuyển để phân phối đến các nơi nhỏ khác sẽ gặp khó khăn, hàng hóa sẽ không được bảo quản tốt, gây ra mất thời gian và giảm hiệu quả kinh doanh.

5.3.3. Vận tải và quản trị

Quá trình vận tải có thể gặp rất nhiều rủi ro, chính vì vậy mà cần phải quản trị tốt quá trình vận tải cho thật tốt. Quản trị tất cả các hoạt động trong quá trình vận tải lại với nhau và làm cho các công đoạn này phối hợp thật nhuần nhuyễn từ nơi xếp hàng đến nơi dỡ hàng. Muốn hoạt động của vận tải được xuyên suốt thì đòi hỏi các nhà quản trị phải lên kế hoạch và chiến lược vận tải cho riêng tổ chức của mình sao cho phù hợp với đặc điểm của doanh nghiệp, đặc điểm kinh doanh của công ty.

5.3.4. Vận tải và phân phối.

Phân phối là một khâu không thể thiếu trong quá trình logistics, nó làm nhiệm vụ phân chia hàng hóa từ người sản xuất đến tay người tiêu dùng thông qua nhiều kênh phân phối. Vận tải giúp cho quá trình phân phối được diễn ra xuyên suốt, vận tải là một quá trình không thể thiếu trong phân phối sản phẩm

5.3.5. Vận tải và vấn đề thời gian.

Trong quá trình vận tải thì vấn đề thời gian được đòi hỏi là phải đúng thời điểm. Vận tải giúp đảm bảo được yếu tố JIT cho các doanh nghiệp, yếu tố này giúp tăng khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp trên thương trường.

5.4. Các phương thức vận tải

5.4.1. Vận tải đường bộ

5.4.1.1. Vận tải bằng đường sắt:

Đây là phương thức vận tải được dùng khá phổ biến cho những loại hàng hóa nặng và cồng kềnh cho những chuyến đi dài. Tàu hỏa có thể duy trì một cách chắc chắn, tốc độ cao hợp lý, và có thể liên kết với các phương thức khác để chuyên chở các container và hàng hóa với số lượng lớn. Dịch vụ đường sắt là tổ chức bằng nhiều cách khác nhau. Chúng hầu hết là những nhà chuyên chở công cộng hơn là nhà chuyên chở cá nhân một tổ chức nào đó. Dịch vụ công cộng này thường được xem rất quan trọng vì nó được quản lý bởi quốc gia. Thậm chí khi dịch vụ đường sắt này không quốc gia hóa, thì nó cũng được phép độc quyền. Số lượng nhà chuyên chở chắc chắn là rất nhỏ khi so sánh với vận tải bằng xe. Lý do chính cho việc đầu tư rộng lớn thì cần phải có đường sắt, đầu máy, toa xe và nhà ga. Chi phí có thể được giảm bởi những phương tiện dễ dàng cho việc vận chuyển.

*** Đặc điểm của vận tải đường sắt:**

- Vận tải đường sắt có năng lực chuyên chở lớn: trọng tải và dung tích của toa xe đường sắt chỉ kém các phương tiện chuyên chở đường biển và đường thủy nội địa. Trọng tải trung bình của các toa xe trước đây là 20-30 tấn. Hiện nay, ở một số nước con số này đã lên đến 40-50 tấn/toa xe. Ở các nước phát triển, trọng tải trung bình của đoàn tàu chở hàng hóa đã lên tới 4.000-6.000T, cá

biệt có đoàn tàu đạt tới 10.000 tấn. Năng lực vận chuyển của đường sắt như trên hoàn toàn có thể đáp ứng được nhu cầu vận chuyển hàng hóa xuất nhập khẩu.

- *Tốc độ chuyên chở của vận tải đường sắt tương đối cao*: nó chậm hơn máy bay, nhưng lại nhanh hơn tàu biển và đôi khi còn nhanh hơn cả ô tô. Ở các nước phát triển thì tốc độ tàu đạt đến 100km/giờ. Tốc độ như vậy rất phù hợp với việc vận chuyển các hàng tươi sống, hàng có tính thời vụ.

- *Giá thành trong vận tải đường sắt tương đối thấp*: nhìn chung nó thấp hơn so với vận tải bằng ô tô và máy bay. Giá thành vận tải bằng máy bay cao gấp 60-70 lần so với vận tải bằng đường sắt. Giá thành của vận tải phụ thuộc vào nhiều yếu tố như:

- + Mật độ chuyên chở
- + Khoảng cách chuyên chở
- + Khối lượng và đặc điểm hàng hóa chuyên chở
- + Chất lượng của trang thiết bị trong vận tải đường sắt.
- + Trình độ quản lý và tổ chức quy trình chuyên chở

- *Vận tải đường sắt có khả năng chuyên chở hàng hóa quanh năm và suốt đêm*: nó ít phụ thuộc vào thời tiết, khí hậu nên có thể đảm đương được việc chuyên chở liên tục, thường xuyên, đúng giờ và an toàn hơn so với các phương thức vận tải khác.

*** Ưu nhược điểm của vận tải đường sắt:**

Một trong những ưu điểm của đường sắt là các thiết bị được cố định, nó có khả năng chứa đựng cao và đơn vị giá thấp. Đây là một yếu tố khác làm nản lòng sự cạnh tranh, như một nhà ga được xây dựng bởi một tổ chức giữa 2 điểm, nhìn chung sẽ có đủ khả năng đáp ứng mọi nhu cầu, và nó trở thành không tồn tại được cho đối thủ cạnh tranh để mở ra những phương tiện song song.

Một ưu điểm khác của đường sắt là đơn vị chi phí vận chuyển là thấp, vì vậy nó có thể được sử dụng để vận chuyển số lượng vật tư rất lớn với giá cả thấp, như than và khoáng sản. Lý do cho điều này, vận tải đường sắt phổ biến sớm hơn, theo hướng ngược với dòng sông, những bộ phận của chuỗi cung ứng. Chúng ta có thể thấy các tổ chức sử dụng đường sắt cho các nguyên vật liệu thô đầu vào nhiều hơn là cho thành phẩm ở đầu ra.

Nhược điểm chính của đường sắt là tính bất di bất dịch của nó. Tất cả các dịch vụ tàu lửa có thời gian biểu trước đó. Chính vì vậy mà những nhà phân phối khẩn cấp hoặc chậm trễ thì không được. Mặc dù, người điều khiển tàu có thể cung cấp một số dịch vụ khác, có lẽ đưa ra những dịch vụ chỗ ngủ tư rẽ một chiều (nơi một con tàu di chuyển giữa 2 địa điểm, như một cảng và một nhà máy), dịch vụ tàu nguyên (nơi những khách hàng thuê toàn bộ con tàu), vận chuyển container.

Một khái niệm rõ ràng hơn là những con tàu chỉ có thể đi dọc những tuyến đường giữa các nhà ga cố định, và không thể dừng lại tại những điểm trung gian. Hầu hết các khách hàng là xa những nhà ga, vì vậy họ phải chuyển hàng hóa bằng xe tại cả những điểm cuối của chuyến đi. Những vận chuyển này làm tăng thời gian, và họ có thể bỏ đường sắt khi thay đổi khá chậm. Nó cũng là có lợi hơn cho những khoảng cách xa.

5.4.1.2. Vận tải bằng ô tô

Tuyến đường bộ là được sử dụng rộng rãi nhất và được dùng mọi nơi, hầu hết trong tất cả các chuỗi cung ứng. Lợi ích chủ yếu của nó là linh hoạt, có thể đến bất cứ địa điểm nào. Mặc dù tốc độ tối đa trên các tuyến đường là bị giới hạn, khả năng mang lại dịch vụ từ cửa đến cửa tránh vận chuyển sang phương thức khác và có thể mang lại thời gian ngắn hơn cho toàn bộ chuyến đi. Chúng ta có thể nhìn thấy tác dụng này nếu chúng ta muốn đi giữa Huế và Đà Nẵng. Máy bay đi nhanh hơn, nhưng khi bạn thêm vào thời gian đến và đi từ sân bay, làm thủ tục, nó chậm hơn để bắt một chuyến xe buýt giữa hai thành phố này. Tuy nhiên, tốc độ đi có thể là một cân nhắc quan trọng, đặc biệt khi đường bộ trở nên đông đúc và xe cộ gần như là rất chậm.

Vận chuyển đường bộ có lợi ích là có thể sử dụng mạng lưới đường bộ rộng. Không giống như đường sắt, những cái này đã có sẵn, vì vậy người sử dụng không phải xây dựng và bảo dưỡng tuyến đường của họ. Xe cộ cũng không giữ thời gian biểu cứng nhắc, vì vậy họ có thể đi những chuyến với những lời báo trước ngắn và kế hoạch nhỏ.

Ngược lại với đường sắt, nơi mỗi người điều khiển gần như là độc quyền trên một số tuyến đường. Vận chuyển đường bộ được đặc trưng bởi một số

lượng lớn những người chuyên chở làm việc trong cùng một khu vực như nhau. Với nhiều người chuyên chở như vậy thì cạnh tranh khắc nghiệt và giá cả mềm dẻo hơn. Có một số lượng khổng lồ các loại xe cộ đường bộ. Một số trong đó là chuyên dụng và được thiết kế cho những mục đích đặc biệt, và có những luật lệ khác nhau ở các quốc gia khác nhau.

*** Ưu điểm của vận tải bằng ô tô**

- Vận tải bằng ô tô có tính linh hoạt cao và cơ động: đây là ưu điểm nổi bật của vận tải bằng ô tô so với các phương thức vận tải khác. Vận tải bằng ô tô có tính linh hoạt cao do ô tô có khả năng hoạt động được mọi nơi, nó không phụ thuộc nhiều vào đường sá như các phương thức khác. Nó không đòi hỏi quy trình kỹ thuật quá phức tạp như vận tải hàng không. Thủ tục đối với vận tải bằng ô tô cũng đơn giản.

- Tốc độ vận chuyển của ô tô khá cao: nó chỉ đứng sau vận tải bằng máy bay và hầu như là ngang bằng với vận tải đường sắt. Và nó có ưu điểm là giao nhận hàng hóa nhanh chóng, điều này đem lại hiệu quả kinh tế cao cho chủ hàng ít bị ứ đọng vốn, tăng được vòng quay vốn.

- Đầu tư xây dựng cơ sở vật chất của vận tải ô tô ít tốn kém: nó không đòi hỏi nhiều vốn như đường sắt hay đường không. Đầu tư mua ô tô cũng không đắt đỏ như tàu hỏa, máy bay, tàu biển.

*** Nhược điểm:**

- Cước vận tải ô tô rất cao: các yếu tố dẫn đến cước phí cao là do nó có trọng tải nhỏ hơn so với các phương tiện vận tải khác. Ô tô chủ yếu chuyên chở hàng hóa đoạn đường ngắn nên có giá thành cao. Thời gian ô tô chạy không có hàng hóa thường nhiều.

- Năng suất lao động trong vận tải ô tô thấp: do chủ yếu lao động thô sơ, mặt khác chỉ số mã lực trong vận tải này rất cao, nên năng suất lao động thấp.

- Hạn chế về mặt chuyên chở

- Trọng tải và dung tích của ô tô nhỏ: Ô tô thường có khả năng vận chuyển không quá 15 tấn/chuyến. Một số ô tô chuyên dụng có trọng tải lớn hơn, nhưng cũng chỉ có khoảng 30-40 tấn.

- Vận tải ô tô phụ thuộc nhiều và điều kiện thiên nhiên: nó phụ thuộc vào sự gồ ghề của mặt đất, không thể hoạt động được trong điều kiện mưa hay gió bão ở mức trung bình.

5.4.2. Vận tải đường biển

Cả vận tải đường sắt và đường bộ có giới hạn rõ ràng là chỉ sử dụng ở trên đất liền. Hầu hết các chuỗi cung ứng sử dụng vận chuyển hàng bằng tàu thủy để vượt các đại dương, và trên 90% thương mại thế giới được di chuyển bằng đường biển. Bạn có thể thấy tầm quan trọng đối với một đất nước như vương quốc Anh, nơi có đến 95% hàng hóa đến và đi bằng tàu thủy, vận chuyển bằng tàu thủy là nơi xuất khẩu lớn nhất thứ 5, thành phố London đảm bảo cho 25 % rủi ro tàu thuyền của thế giới.

Có 3 loại vận chuyển bằng đường thủy cơ bản: những con sông và kênh đào (thường được gọi là đường thủy nội địa), vận chuyển bằng tàu thuyền trên biển (di chuyển vật tư từ một cảng đến một cảng khác dọc bờ biển) và vận chuyển đại dương (vượt qua những vùng biển lớn). Một vài nước có vận tải sông và kênh đào phát triển, như Canada và Mỹ...

Hầu hết vận tải bằng tàu thủy được chọn bởi những thuyền lớn đi khắp thế giới. Một vài quốc gia may mắn có đủ đường bờ biển có thể sử dụng cho vận tải thế giới và các thành phố như Rotterdam, Hong Kong và New York đã phát triển những cảng khổng lồ. 20 cảng lớn nhất của thế giới nắm giữ hơn một nửa thương mại thế giới.

*** Ưu điểm của vận tải biển:**

- Vận tải đường biển với những đội tàu lớn và rất nhiều cảng hình thành trên thế giới. Nó tạo ra một sức chở hàng rất lớn.

- Mặc dù lượng hàng hóa được chuyên chở rất lớn nhưng ngược lại chi phí lại thấp so với vận tải hàng không rất nhiều lần.

*** Nhược điểm của vận tải đường biển:**

- Thời gian chuyên chở dài hơn so với các phương thức vận tải khác. Hàng hóa được chuyên chở từ một quốc gia này đến một quốc gia khác phải đi trên biển rất nhiều ngày (1 hải lý = 1,6km, thông thường thì vận tốc của tàu là 14 đến 20 hải lý/1h).

- Các thủ tục rất phức tạp: như đã được học ở môn vận tải thì cần phải nắm các phương thức thuê tàu, các hợp đồng thuê tàu, vận đơn, nhận và đổi vận đơn như thế nào... Nhìn chung các thủ tục này gây mất thời gian, thậm chí là gặp rủi ro trong quá trình làm thủ tục, nếu không nắm vững quá trình làm thủ tục thì chủ hàng có khả năng bị mất hàng mà không thể khiếu kiện được, hay là bị từ chối thanh toán nếu làm thủ tục chậm trễ so với hạn của LC.

- Vận tải biển gặp rủi ro rất cao, bởi vì bị ảnh hưởng bởi thời tiết. Trên biển thường gặp phải các thiên tai, bão, hay tàu đâm phải vào đá ngầm, tảng băng... và đâm va vào nhau. Chính vì vậy khắc phục các rủi ro bằng cách mua bảo hiểm cho hàng hóa và cho tàu thuyền.

* *Giao nhận hàng hóa*: các công ty giao nhận hàng hóa là những người cung cấp dịch vụ logistics.

Theo Fiata: dịch vụ giao nhận là bất kỳ loại dịch vụ nào liên quan đến vận chuyển, gom hàng, lưu kho, xếp dỡ hàng hóa, đóng gói hoặc phân phối hàng cũng như dịch vụ tư vấn kể cả các vấn đề liên quan về hải quan, bảo hiểm...

Người kinh doanh dịch vụ giao nhận là người giao nhận. Và tồn tại nhiều tên gọi khác nhau: đại lý hải quan, môi giới hải quan, đại lý thanh toán, đại lý gửi hàng và giao nhận hàng, người chuyên chở chính.

Phạm vi giao nhận:

- Khi là đại lý:

Chịu trách nhiệm khi:

- + Giao nhận không đúng chỉ dẫn
- + Thiếu sót trong việc mua bảo hiểm
- + Sai sót khi làm thủ tục
- + Chở hàng sai nơi đến
- + Tái xuất không theo thủ tục cần thiết hoặc không hoàn thuế
- + Giao hàng mà không thu tiền từ người nhận hàng (trong thanh toán đối chứng từ DP)

Không chịu trách nhiệm về hành vi hay lỗi lầm của người thứ 3 (như người chuyên chở hoặc người giao nhận khác) nếu người đó chứng minh được mình đã lựa chọn cẩn thận.

- Khi là người chuyên chở

Mọi trách nhiệm của người này giống như quy định của công ước quốc tế về vận tải – hưởng cước vận tải chứ không phải hoa hồng đại lý.

Không chịu trách nhiệm:

- + Lỗi khách hàng
- + Khách hàng đóng gói bao bì, ghi ký mã hiệu không thích hợp
- + Do bản chất hàng hóa
- + Do chiến tranh, đình công
- + Bất khả kháng
- + Chậm trễ

5.4.3. Vận tải hàng không.

* Vị trí:

- Vận tải đường hàng không quan trọng đối với nền kinh tế thế giới
- Nó chiếm 1% khối lượng và 20% giá trị
- Vị trí của nó là ưu tiên số một cho các mặt hàng khẩn cấp
- Vận tải hàng không là phương tiện chính của du lịch quốc tế.
- Nó là một mắt xích quan trọng trong vận tải đa phương thức quốc tế

Mặc dù vận tải hàng không còn non trẻ nhưng tốc độ phát triển lại rất nhanh, các dụng cụ công nghệ hiện đại.

Có 3 loại hoạt động chính:

- Loại hình đầu tiên là dịch vụ thông thường, nơi mà các máy bay lớn sử dụng dung tích của nó để chở hành khách chứ không cần thiết cho hàng lý.
- Loại hình thứ hai là dịch vụ hàng hóa, nơi mà những người điều khiển vận hành máy bay chở hàng vào các kế hoạch đều đặn. Đó là những người chuyên chở công cộng, di chuyển hàng hóa cho bất kỳ khách hàng nào.
- Loại hình thứ ba là hoạt động đặc quyền, nơi mà tất cả các máy bay được thuê cho sự phân phối đặc biệt.

* **Đặc điểm:**

- Về tuyến đường thì nó tương tự như đường biển, vận tải hàng không sử dụng bầu trời làm tuyến đường của mình và không phải đầu tư xây dựng như đường bộ hay đường sắt, mà nó đã có sẵn tuyến đường.

- Tốc độ vận tải của hàng không là nhanh nhất trong các phương thức vận tải.
- Nhìn chung thì vận tải hàng không thì tương đối an toàn. Bởi vì máy bay chỉ ảnh hưởng thời tiết trong quá trình cất cánh và hạ cánh chứ trong quá trình bay thì không bị ảnh hưởng.
- Công cụ vận tải của hàng không sử dụng công nghệ hiện đại so với các phương thức vận tải khác.
- Chính vì tốc độ nhanh, công nghệ hiện đại nên giá thành của nó cũng rất cao.

5.5. Vận tải đa phương thức.

5.5.1. Khái niệm

Chúng ta thấy một số yếu tố có thể ảnh hưởng đến sự lựa chọn phương thức vận tải, nhưng các tổ chức không sử dụng các phương thức như nhau cho toàn bộ chuyến đi. Lựa chọn tốt nhất thường là chia chuyến đi thành nhiều giai đoạn và sử dụng phương thức tốt nhất cho từng giai đoạn. Tất nhiên nó phụ thuộc vào những yếu tố như độ dài của chuyến đi, những chi phí liên quan và sự bất lợi của việc di chuyển giữa các phương thức. Nhưng nếu bạn chuyển nguyên vật liệu từ Lanchow - trung tâm của Trung Quốc đến Warsaw ở Phần Lan, bạn phải bắt đầu bằng gửi hàng lên một xe tải, chuyển chúng đến đường sắt cho chuyến đi từ đó đến Thượng Hải, sau đó ở trên tàu đến Rotterdam, sau đó quay lại đường sắt băng qua Châu Âu, và sau đó xe tải sẽ phân phối về địa phương cần đến. Những chuyến đi này được sử dụng một vài phương thức vận tải được gọi là vận tải đa phương thức.

Theo OECD

- Vận tải liên hợp (intermodal transport): chuyên chở hàng hóa bằng ít nhất 2 phương thức khác nhau. Không có việc di chuyển hàng hóa khỏi công cụ vận tải khi chuyển phương thức vận tải.
- Vận tải kết hợp (combine transport): chuyên chở hàng hóa bằng đường ô tô trên đạo đầu và cuối, phần lớn hành trình là đường sắt, đường sông, đường biển.

- Vận tải đa phương thức (multimodal transport): chuyên chở hàng hóa ít nhất bằng 2 phương thức trở lên, có thể di chuyển hàng hóa ra khỏi công cụ vận tải.

5.5.2. Lịch sử ra đời và phát triển

- Vận tải đa phương thức là sự sát nhập các phương thức vận tải và áp dụng kỹ thuật mới. Logistics là sự phát triển khéo léo của vận tải đa phương thức. Người kinh doanh vận tải đa phương thức được gọi là MTO (multimodal transport operator).

- Vận tải đa phương thức gắn liền với cuộc cách mạng Container, là công cụ vận tải phổ biến của vận tải đa phương thức.

- Malcom Mclean của Sealand Service Inc (Mỹ) lúc đầu là người chuyên chở đường bộ bằng container, thực hiện việc kết hợp đường biển và đường sắt là Seatrain (1928), sau đó mua 2 tàu chở chất lỏng và biến thành tàu chở container.

5.5.3. Các hình thức vận tải đa phương thức trên thế giới

5.5.3.1. Mô hình vận tải đường biển – vận tải hàng không (Sea/Air)

Mô hình này là sự kết hợp giữa tính kinh tế của vận tải đường biển và sự ưu việt về tốc độ của vận tải đường hàng không. Mô hình vận tải này được áp dụng trong việc chuyên chở hàng hóa có giá trị cao như đồ điện, điện tử và những hàng hóa có tính thời vụ cao như quần áo, đồ chơi, giày dép. Hàng hóa sau khi nhận được vận chuyển bằng đường biển tới cảng chuyển tải sẽ được chuyển sang máy bay để vận chuyển nhanh chóng tới người nhận hàng ở các trung tâm thương mại nằm sâu trong đất liền.

Mô hình này được sử dụng phổ biến trên thế giới, đặc biệt là tuyến Viễn đông – Châu Âu, nơi có khối lượng hàng hóa trao đổi rất lớn. Để áp dụng được mô hình này thì đòi hỏi phải có một hệ thống cơ sở hạ tầng phát triển, phải xây dựng các trung tâm chuyên tải (Sea – Air Hub) hiện đại về mặt kỹ thuật và trình độ quản lý tốt.

5.5.3.2. Mô hình vận tải ô tô – vận tải hàng không (Road – Air)

Mô hình này sử dụng để phối kết hợp khai thác ưu thế linh hoạt, cơ động của vận tải đường ô tô và ưu thế nhanh chóng của vận tải đường hàng không.

Người ta sử dụng đường ô tô để tập trung nguồn hàng về các cảng hàng không hoặc phân phối hàng từ cảng hàng không đến nơi giao hàng ở sâu trong nội địa. Trong mô hình vận tải đường biển này, các tuyến bay đường dài xuyên qua Thái Bình Dương, Đại Tây Dương... đóng vai trò là chặng chính, còn ô tô được thực hiện ở cảng hàng không đầu và cuối là những chặng vận tải phụ.

5.5.3.3. *Mô hình vận tải đường sắt – vận tải đường ô tô (Rail – Road)*

Đây là sự kết hợp giữa tính an toàn, chuyên chở đường dài và tốc độ nhanh của vận tải đường sắt với tính cơ động, linh hoạt của vận tải bằng ô tô. Mô hình này được sử dụng nhiều ở Châu Mỹ và châu Âu. Theo phương pháp này người ta đóng hàng vào các trailer và được kéo đến ga đường sắt bằng các đầu máy kéo (tractor). Tại ga, các trailer được kéo và xếp lên các toa xe mặt phẳng và sau đó đoàn tàu chở đến ga đến. Và khi đến nơi người ta cũng sử dụng vận tải bằng ô tô tương tự như vậy để đưa đến người nhận hàng.

5.5.3.4. *Mô hình vận tải đường sắt – đường ô tô – đường nội thủy – đường biển (Rail/Road / Inland Waterway/ Sea)*

Đây là mô hình vận tải khá phổ biến để chuyên chở hàng hóa xuất nhập khẩu. hàng hóa được vận chuyển bằng đường sắt, đường ô tô hoặc đường nội thủy đến cảng biển của nước xuất khẩu, sau đó được vận chuyển bằng đường biển tới cảng của nước nhập khẩu. Từ cảng biển này hàng hóa lại được vận chuyển đến người nhận ở sâu trong nội địa bằng đường ô tô, đường sắt hoặc đường nội thủy. Mô hình này thích hợp với các loại hàng hóa chở bằng Container, không yêu cầu gấp rút về thời gian giao hàng.

5.5.3.5. *Mô hình cầu lục địa (land – bridge)*

Đây là một trong những phát triển sâu sắc nhất của việc hội nhập của phương thức vận tải. Là vận chuyển hàng hóa đáng lẽ bằng đường biển trên một chặng đường nào đó thì lại được vận chuyển trên đất liền (bằng đường sắt), đường sắt đóng vai trò như cầu lục địa.

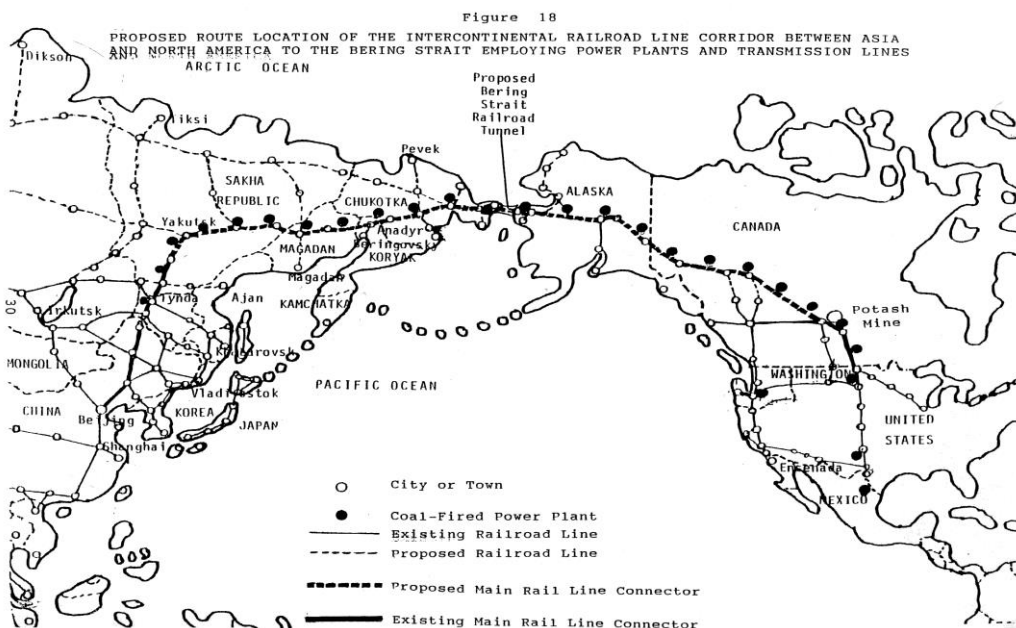
Ưu điểm của mô hình này là giảm được đáng kể thời gian vận chuyển do quãng đường vận chuyển hàng hóa được rút ngắn. Hiện nay, người ta sử dụng tuyến đường sắt xuyên Sibêri của LB Nga như một chiến cầu lục địa để nối liền các cảng biển ở Châu Âu hoặc Trung Đông với các cảng biển Viễn Đông.

Theo mô hình này, hàng hóa đóng trong Container được chuyên chở bằng đường biển đến các cảng biển ở vùng Viễn Đông, sau đó Container được chuyên chở bằng đường sắt đến các cảng biển ở châu Âu hoặc Trung Đông hay ngược lại. Nhờ có tuyến đường này mà tàu biển chạy từ châu Á sang châu Âu không phải đi vòng qua kênh đào Suy-ê. Theo tuyến đường này, khoảng cách chuyên chở giữa châu Á và châu Âu rút ngắn còn 13.000km so với 21.000km vận chuyển bằng đường biển qua kênh đào Suy-ê.

*** Một số cầu Lục địa trên thế giới**

- Cầu Lục địa nối liền Châu Á và Bắc Mỹ

FIGURE 2
Currently existing main routes of the Eurasian Land-Bridge (simplified)



5.6. Lựa chọn người vận chuyển và lộ trình

5.6.1. Lựa chọn điều kiện giao hàng

5.6.1.1. Điều kiện giao hàng nội địa

Mỗi quốc gia, trong quá trình phát triển, đã hình thành nên tập quán giao hàng của mình. Trong nội địa, đặc điểm phổ biến 3 điều kiện sau:

1. *FOB cơ sở của người Mua (địa điểm đến)*: theo điều kiện này thì người bán giao hàng cho người mua tại cơ sở của người mua, người bán chịu mọi rủi ro và phí tổn để mang vật tư tới địa điểm quy định. Trong điều kiện này người bán chỉ định phương tiện vận tải tới nơi đến.

2. *FOB cơ sở người Bán (địa điểm đi)*: người bán giao hàng cho người mua ngay tại cơ sở của người bán. Trong điều kiện này, người mua tự đứng ra chỉ định phương tiện vận tải và trả cước phí vận tải.

3. *FOB cơ sở của người Bán*, nhưng người bán đã trả trước cước vận tải tới nơi đến quy định: người bán giao hàng cho người mua ngay tại cơ sở của người bán, nhưng người bán đứng ra thuê phương tiện vận tải và trả cước phí, còn rủi ro dọc đường do người mua chịu.

Mỗi điều kiện giao hàng nêu trên đều có những ưu, nhược điểm riêng của mình, nên cần căn cứ vào điều kiện cụ thể để lựa chọn.

5.6.1.2. Điều kiện thương mại quốc tế (Incoterms):

Cùng với xu thế phát triển của hội nhập và toàn cầu hóa, nguồn cung ứng từ nước ngoài ngày càng trở nên quan trọng. Để lựa chọn được những điều kiện giao hàng phù hợp, các công ty logistics phải nghiên cứu, nắm vững và vận dụng nhuần nhuyễn các điều kiện thương mại quốc tế.

Incoterms là bộ quy tắc do Phòng Thương mại quốc tế (ICC) phát hành để giải thích các điều kiện thương mại quốc tế. Incoterms được xuất bản lần đầu tiên vào năm 1936. Sau đó sửa đổi vào các năm 1953, 1967, 1976, 1980, 1990, và 2000.

Căn cứ vào điều kiện thương mại quốc tế để xác định quyền chỉ định vận tải. Cụ thể là:

Bảng 5.2: Quyền chỉ định vận tải theo điều kiện cơ sở giao hàng

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

5.6.2. Lựa chọn phương thức vận tải

Sau khi đã lựa chọn và giành được quyền thuê phương tiện vận tải, vấn đề kế tiếp được đặt ra là cần lựa chọn phương thức/ phương tiện vận tải. Có rất nhiều phương thức vận tải khác nhau như đã trình bày ở trên như: đường sắt, đường ô tô, đường hàng không, đường biển, đa phương thức... Mỗi phương thức đều có những ưu nhược điểm riêng nên cần có sự lựa chọn kỹ càng.

5.6.3. Lựa chọn hãng vận tải

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

- Tổng chi phí vận chuyển, bao gồm: chi phí vận chuyển trực tiếp và các chi phí khác như: bao bì, đóng gói, bốc dỡ... Tiền cước vận chuyển và lộ trình vận chuyển của các hãng là rất khác nhau. Vì vậy, người có nhu cầu vận chuyển cần thu thập thông tin về các hãng vận tải và lịch trình của họ.

- Dịch vụ do các hãng vận tải cung cấp. Các hãng vận chuyển khác nhau cũng sẽ cung cấp những dịch vụ khác nhau. Nên người có nhu cầu vận chuyển cũng phải chú ý kỹ đến yếu tố này.

- Mỗi quan hệ giữa hãng vận tải và người có nhu cầu vận tải. Nếu có mối quan hệ thân quen, tốt thường tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng của mình, giúp người có nhu cầu vận tải giải quyết tốt nhu cầu của mình.

5.7. Giao nhận hàng hóa.

5.7.1. Trình tự giao hàng xuất khẩu

** Đối với hàng xuất khẩu phải lưu kho, bãi của cảng. Việc giao hàng gồm 2 bước lớn:*

Chủ hàng ngoại thương (hoặc người cung cấp trong nước) giao hàng xuất khẩu cho cảng, sau đó cảng tiến hành giao hàng cho tàu.

1. Giao hàng XK cho cảng:

- Giao Danh mục hàng hoá XK (Cargo List) và đăng ký với phòng điều độ để bố trí kho bãi và lên phương án xếp dỡ.

- Chủ hàng liên hệ với phòng thương vụ để ký kết hợp đồng lưu kho, bốc xếp hàng hoá với cảng.

- Lấy lệnh nhập kho và báo với hải quan và kho hàng.

- Giao hàng vào kho, bãi của cảng.

2. Giao hàng XK cho tàu:

- Chuẩn bị trước khi giao hàng cho tàu:

+ Kiểm nghiệm, kiểm dịch (nếu cần), làm thủ tục hải quan

+ Báo cho cảng ngày giờ dự kiến tàu đến (ETA), chấp nhận Thông báo sẵn sàng.

+ Giao cho cảng Danh mục hàng hoá xuất khẩu để cảng bố trí phương tiện xếp dỡ. Trên cơ sở Cargo List này, thuyền phó phụ trách hàng hoá sẽ lên Sơ đồ xếp hàng (Cargo plan).

+ Ký hợp đồng xếp dỡ với cảng.

- Tổ chức xếp và giao hàng cho tàu.

+ Trước khi xếp phải vận chuyển hàng từ kho ra cảng, lấy lệnh xếp hàng, ấn định số máng xếp hàng, bố trí xe và công nhân và người áp tải (nếu cần).

+ Tiến hành giao hàng cho tàu. Việc xếp hàng lên tàu do công nhân cảng làm. Hàng sẽ được giao cho tàu dưới sự giám sát của đại diện hải quan. Trong quá trình giao hàng, nhân viên kiểm đếm của cảng phải ghi số lượng hàng giao vào Final Report. Phía tàu cũng có nhân viên kiểm đếm và ghi kết quả vào Tally Sheet.

+ Khi giao nhận một lô hoặc toàn tàu, cảng phải lấy Biên lai thuyền phó (Mate's Receipt) để lập vận đơn. Sau khi xếp hàng lên tàu, căn cứ vào số lượng hàng đã xếp ghi trong Tally Sheet, cảng sẽ lập Bản tổng kết xếp hàng lên tàu (General Loading Report) và cùng ký xác nhận với tàu. Đây cũng là cơ sở để lập B/L.

- Lập bộ chứng từ thanh toán. Căn cứ vào hợp đồng mua bán và L/C, cán bộ giao nhận phải lập hoặc lấy các chứng từ cần thiết để tập hợp thành bộ chứng từ thanh toán, xuất trình cho ngân hàng để thanh toán tiền hàng. Bộ chứng từ thanh toán theo L/C thường gồm: B/L, hồi phiếu, hoá đơn thương mại, giấy chứng nhận phẩm chất, giấy chứng nhận xuất xứ, phiếu đóng gói, giấy chứng nhận trọng lượng, số lượng...

- Thông báo cho người mua về việc giao hàng và mua bảo hiểm cho hàng hoá nếu cần.

- Thanh toán các chi phí cần thiết cho cảng như chi phí bốc hàng, vận chuyển, bảo quản, lưu kho.

- Tính toán thưởng phạt xếp dỡ, nếu có.

Đối với hàng hóa không lưu kho bãi tại cảng. Đây là các hàng hoá xuất khẩu do chủ hàng ngoại thương vận chuyển từ các kho riêng của mình hoặc từ phương tiện vận tải của mình để giao trực tiếp cho tàu. Các bước giao nhận cũng diễn ra như đối với hàng qua cảng. Sau khi đã đăng ký với cảng và ký kết hợp đồng xếp dỡ, hàng cũng sẽ được giao nhận trên cơ sở tay ba (cảng, tàu và chủ hàng). Số lượng hàng hoá sẽ được giao nhận, kiểm đếm và ghi vào Tally Sheet có chữ ký xác nhận của ba bên.

* Đối với hàng XK đóng trong container

+ Nếu gửi hàng nguyên (FCL/FCL)

- Chủ hàng hoặc người được chủ hàng uỷ thác điền vào Booking Note và đưa cho đại diện hãng tàu hoặc đại lý tàu biển để xin ký cùng với Danh mục hàng xuất khẩu.

- Sau khi ký Booking Note, hãng tàu sẽ cấp lệnh giao vỏ container để chủ hàng mượn và giao Packing List và Seal;

- Chủ hàng lấy container rỗng về địa điểm đóng hàng của mình - Chủ hàng mời đại diện hải quan, kiểm nghiệm, kiểm dịch, giám định (nếu có) đến kiểm tra và giám sát việc đóng hàng vào container. Sau khi đóng xong, nhân viên hải quan sẽ niêm phong kẹp chì container. Chủ hàng điều chỉnh lại Packing List và Cargo List, nếu cần.

- Chủ hàng vận chuyển và giao container cho tàu tại bãi container (CY-Container Yard) quy định hoặc hải quan cảng, trước khi hết thời gian quy định (closing time) của từng chuyến tàu (thường là 8 tiếng trước khi bắt đầu xếp hàng) và lấy Mate's Receipt.

- Sau khi hàng đã được xếp lên tàu thì mang Mate's Receipt để đổi lấy vận đơn.

* Nếu gửi hàng lẻ (LCL/LCL)

- Chủ hàng gửi Booking Note cho hãng tàu hoặc đại lý của hãng tàu, cung cấp cho họ những thông tin cần thiết về hàng xuất khẩu. Sau khi Booking Note được chấp nhận, chủ hàng sẽ thoả thuận với hãng tàu về ngày, giờ, địa điểm giao nhận hàng.

- Chủ hàng hoặc người được chủ hàng uỷ thác mang hàng đến giao cho người chuyên chở hoặc đại lý tại CFS hoặc ICD.

- Các chủ hàng mời đại diện hải quan để kiểm tra, kiểm hoá và giám sát việc đóng hàng vào container của người chuyên chở hoặc người gom hàng. Sau khi hải quan niêm phong, kẹp chì container, chủ hàng hoàn thành nốt thủ tục để bốc container lên tàu và yêu cầu cấp vận đơn.

- Người chuyên chở xếp container lên tàu và vận chuyển đến nơi đến.

- Tập hợp bộ chứng từ để thanh toán.

5.7.2. Trình tự nhận hàng nhập khẩu

* Đối với hàng phải lưu kho, lưu bãi tại cảng

1. Cảng nhận hàng từ tàu:

- Trước khi dỡ hàng, tàu hoặc đại lý phải cung cấp cho cảng bản lược khai hàng hoá (Cargo Manifest), sơ đồ hầm tàu để cảng và các cơ quan chức năng khác như Hải quan, Điều độ, cảng vụ tiến hành các thủ tục cần thiết và bố trí phương tiện làm hàng.

- Cảng và đại diện tàu tiến hành kiểm tra tình trạng hầm tàu. Nếu phát hiện thấy hầm tàu ẩm ướt, hàng hoá ở trong tình trạng lộn xộn hay bị hư hỏng, mất mát thì phải lập biên bản để hai bên cùng ký. Nếu tàu không chịu ký vào biên bản thì mời cơ quan giám định lập biên bản mới tiến hành dỡ hàng.

- Dỡ hàng bằng cần cầu của tàu hoặc của cảng và xếp lên phương tiện vận tải để đưa về kho, bãi. Trong quá trình dỡ hàng, đại diện tàu cùng cán bộ giao nhận cảng kiểm đếm và phân loại hàng hoá cũng như kiểm tra về tình trạng hàng hoá và ghi vào Tally Sheet.

- Hàng sẽ được xếp lên ô tô để vận chuyển về kho theo phiếu vận chuyển có ghi rõ số lượng, loại hàng, số B/L

- Cuối mỗi ca và sau khi xếp xong hàng, cảng và đại diện tàu phải đối chiếu số lượng hàng hoá giao nhận và cùng ký vào Tally Sheet;

- Lập Bản kết toán nhận hàng với tàu (ROROC) trên cơ sở Tally Sheet. Cảng và tàu đều ký vào Bản kết toán này, xác nhận số lượng thực giao so với Bản lược khai hàng (Cargo Manifest) và B/L.

- Lập các giấy tờ cần thiết trong quá trình giao nhận như Giấy chứng nhận hàng hư hỏng (COR) nếu hàng bị hư hỏng hay yêu cầu tàu cấp Phiếu thiếu hàng (CSC), nếu tàu giao thiếu.

2. Cảng giao hàng cho chủ hàng:

- Khi nhận được thông báo hàng đến, chủ hàng phải mang vận đơn gốc, giấy giới thiệu của cơ quan đến hãng tàu để nhận lệnh giao hàng (D/O-Delivery order). Hãng tàu hoặc đại lý giữ lại vận đơn gốc và trao 3 bản D/O cho người nhận hàng.

- Chủ hàng đóng phí lưu kho, phí xếp dỡ và lấy biên bản.

- Chủ hàng mang biên lai nộp phí, 3 bản D/O cùng Invoice và Packing List đến văn phòng quản lý tàu tại cảng để ký xác nhận D/O và tìm vị trí hàng, tại đây lưu 1 bản D/O.

- Chủ hàng mang 2 bản D/O còn lại đến bộ phận kho vận để làm phiếu xuất kho. Bộ phận này giữ một D/O và làm hai phiếu xuất kho cho chủ hàng.

- Chủ hàng làm thủ tục hải quan. Sau khi hải quan xác nhận hoàn thành thủ tục hải quan chủ hàng có thể mang ra khỏi cảng và chở hàng về kho riêng.

* Đối với hàng không lưu kho, bãi tại cảng. Khi chủ hàng có khối lượng hàng hoá lớn chiếm toàn bộ hầm hoặc tàu hoặc hàng rời như phân bón, xi măng, clinker, than quặng, thực phẩm... thì chủ hàng hoặc người được chủ hàng ủy thác có thể đứng ra giao nhận trực tiếp với tàu. Trước khi nhận hàng, chủ hàng phải hoàn tất các thủ tục hải quan và trao cho cảng B/L, lệnh giao hàng (D/O). Sau khi đối chiếu với bản lược khai hàng hoá Manifest, cảng sẽ lên hoá đơn cước phí bốc xếp và cấp lệnh giao hàng thẳng để chủ hàng trình cán bộ giao nhận cảng tại tàu để nhận hàng. Sau khi nhận hàng, chủ hàng và giao nhận cảng cùng ký bản tổng kết giao nhận và xác nhận số lượng hàng hoá đã giao nhận bằng Phiếu giao hàng kèm phiếu xuất kho. Đối với tàu vẫn phải lập Tally sheet và ROROC như trên.

* Đối với hàng nhập bằng container

1. Nếu là hàng nguyên (FCL/FCL)

- Khi nhận được thông báo hàng đến (Notice of arrival), chủ hàng mang B/L gốc và giấy giới thiệu của cơ quan đến hãng tàu để lấy D/O.

- Chủ hàng mang D/O đến hải quan làm thủ tục và đăng ký kiểm hoá, chủ hàng có thể đề nghị đưa cả container về kho riêng hoặc ICD để kiểm tra hải quan nhưng phải trả vỏ container đúng hạn nếu không sẽ bị phạt.

- Sau khi hoàn thành thủ tục hải quan, chủ hàng phải mang toàn bộ chứng từ nhận hàng cùng D/O đến Văn phòng quản lý tàu tại cảng để xác nhận D/O.

- Lấy phiếu xuất kho và nhận hàng.

2. Nếu là hàng lẻ (LCL/LCL)

Chủ hàng mang vận đơn gốc hoặc vận đơn gom hàng đến hãng tàu hoặc đại lý của người gom hàng để lấy D/O, sau đó nhận hàng tại CFS quy định và làm các thủ tục như trên.

5.8. Kiểm tra, kiểm soát quá trình vận chuyển

Để có thể nhận được nguyên vật liệu, vật tư hàng hóa...đúng chất lượng, số lượng, kịp thời gian, thì sau khi gửi hàng cần đôn đốc, xúc tiến, kiểm tra, kiểm tra, kiểm tra, kiểm soát toàn bộ quá trình vận chuyển.

Khi hàng đã giao nhận và có được lịch trình vận chuyển, tâm lý của một người nhận bất kỳ thì mong hàng hóa đến kịp lúc. Để đáp ứng nhu cầu khách hàng, người thuê phương tiện vận tải phải trách nhiệm nhắc nhở, đôn đốc, để hàng được vận chuyển gấp hơn bình thường thì cần có thỏa thuận riêng. Nhưng cần lưu ý rằng: yêu cầu vận chuyển khẩn chỉ nên nêu ra khi thực sự cần thiết, còn nếu đưa ra thường xuyên thì sẽ không có tác dụng.

Trong suốt quá trình vận chuyển cần kiểm soát chặt chẽ để hàng được giao đúng lúc và kịp thời. Để làm được việc này cần liên lạc thường xuyên với hãng đại lý vận chuyển. Cụ thể cần nắm đầy đủ chính xác các thông tin liên quan đến quá trình vận chuyển hàng hóa và lưu giữ cẩn thận biên bản ghi nhận quá trình vận chuyển.

Những thông tin cần nắm chắc khi giao hàng theo hình thức CL/TL:

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

Nếu giao hàng theo các hình thức LCL/ LTL thì cần có thêm các thông tin: số lượng hàng, khối lượng hàng, số vận đơn, địa điểm giao hàng đầu tiên.

Đối với các phương thức vận chuyển khác nhau sẽ áp dụng các biện pháp kiểm soát khác nhau.

- Đối với hàng hóa vận chuyển bằng đường sắt theo hình thức CL có thể kiểm soát dễ dàng, bởi hầu hết các công ty đường sắt có lập biên bản vận chuyển hàng hóa, biên bản này được lưu giữ trong suốt quá trình vận chuyển hàng hóa. Để kiểm soát hàng hóa sẽ tiến hành kiểm tra biên bản này. Trong trường hợp vận chuyển theo hình thức LCL thì việc kiểm tra gặp nhiều khó khăn hơn, vì có nhiều công ty đường sắt không lập biên bản trong trường hợp này. Khi cần kiểm soát, nếu có biên bản thì kiểm tra biên bản, nếu không có biên bản thì phải dùng phương pháp suy đoán. Người giao hàng phải tự kiểm tra hàng hóa của mình, lập biên bản và lưu giữ lại.

- Khi vận chuyển bằng ô tô thì việc kiểm soát không mấy khó khăn, kể cả trong hình thức TL hoặc LTL, vì các hãng vận tải và lái xe đều ghi biên bản. Ở Việt Nam, trong trường hợp cần thiết chủ hàng sẽ cử người áp tải đi theo xe.

- Hàng hóa vận chuyển bằng đường thủy sẽ được kiểm soát dễ dàng, bởi một khi hàng hóa đã được xếp lên tàu thì nó sẽ ở nguyên trên tàu cho tới khi đến cảng giao hàng. Vì sẽ ở nguyên trên tàu cho tới khi đến cảng giao hàng, vì thế, việc quan trọng nhất là phải kiểm soát được hàng đã chắc chắn lên tàu hay chưa? Chính vì lý do này mà trong thương mại quốc tế người ta thường thích sử dụng các điều kiện FOB, CFR và CIF trong Incoterms.

Hiện nay với hệ thống thông tin hiện đại được áp dụng trong logistics giúp cho khách hàng biết và kiểm soát được hàng hóa của mình trên đường vận chuyển.

5.9. Hàng hóa bị hư hỏng, mất mát trong quá trình vận chuyển và cách giải quyết.

5.9.1. Hàng hóa bị mất trong quá trình vận chuyển

Đôi khi hàng hóa có thể bị thất lạc trong quá trình vận chuyển. Thông thường hãng vận tải phải có trách nhiệm đối với hàng hóa trong suốt quá trình vận chuyển (kể từ khi hàng hóa được nhận để vận chuyển cho tới khi hàng hóa

được giao cho người nhận). Để được đền bồi một cách thỏa đáng, người nhận hàng cần làm các công việc sau:

- Nếu đã quá thời hạn dự định vài ngày mà hàng vẫn chưa đến thì người mua cần liên lạc với người bán (nếu người bán chịu trách nhiệm giao hàng cho người vận chuyển) để biết chắc chắn hàng đã gửi đi chưa? Nếu đã gửi đi thì đề nghị giao các bằng chứng cụ thể.

- Tiếp đó cần liên lạc với hãng vận tải để được biết các thông tin chính xác về hàng hóa.

- Nếu không xác định được hàng ở đâu và trong tình trạng thế nào, thì người mua cần làm thủ tục khiếu nại, đòi bồi thường. Lưu ý: thủ tục này làm càng sớm càng tốt.

5.9.2. Hàng hóa bị hư hỏng trong quá trình vận chuyển.

Trong quá trình vận chuyển hàng hóa có thể bị hư hỏng dưới các dạng:

- + Hư hỏng dễ thấy
- + Hư hỏng khó thấy

Đối với các loại dễ thấy: khi nhận hàng nếu phát hiện được hàng hóa bị hư hỏng/mất một phần, thì cần lập biên bản, yêu cầu thuyền trưởng/lái xe ký xác nhận, trên cơ sở đó lập hồ sơ đòi bồi thường.

Đối với dạng hư hỏng khó thấy: khi mở hàng mà phát hiện hàng hóa bị hư hỏng thì cần dừng lập tức, liên hệ ngay với người bán, người vận tải, người giám định, bảo hiểm... Với sự có mặt của các bên liên quan mới tiếp tục mở hàng. Thông thường dùng máy quay hình ghi lại hiện trạng của hàng hóa. Trên cơ sở kết quả kiểm tra, giám định, lập hồ sơ đòi bồi thường. Hồ sơ bao gồm: đơn khiếu nại, biên bản giám định, các chứng từ có liên quan.

Nói chung các hợp đồng đều quy định chủ tàu phải chịu trách nhiệm như Công ước Brussels 1924 đã nói: Tồn thất hư hỏng của hàng hoá do xếp không cẩn thận, do chèn lót không tốt, do hun khói, do thiếu cần mẫn thích đáng nên tàu không đủ khả năng đi biển...

Các trường hợp miễn trách nhiệm (exemption from liability) gồm: thiên tai, tai hoạ ngoài biển, thủy thủ phá hoại, cháy, cướp biển, ẩu tày của vỏ tàu và máy móc, do bản chất hàng, sơ sót của thuyền trưởng, bị cầm giữ do vua chúa và

chính phủ, đi lệch hướng (deviation). Ngoài ra, chủ tàu được miễn trách do trì hoãn lúc khởi hành và trong chuyến hải trình bởi đình công, thiếu thủy thủ hoặc những người ảnh hưởng đến hải trình.

5.10. Bốc dỡ hàng hóa, cước phí và các điều khoản thưởng phạt xếp dỡ

5.10.1. Cảng xếp dỡ

Có thể là một hay nhiều cảng hoặc ở một khu vực hay một nhóm cảng. Cảng xếp phải là cảng an toàn về hàng hải và chính trị tức là phải đủ độ sâu để tàu luôn nổi hoặc nếu chạm bùn vẫn đảm bảo an toàn cho tàu và không có chiến tranh, đình công, bạo loạn.

5.10.2. Chi phí xếp dỡ hàng

Bốn cách chủ yếu quy định ai phải chịu chi phí xếp dỡ:

- Theo điều kiện tàu chợ (Liner Terms): người vận chuyển phải chịu trách nhiệm và chi phí xếp dỡ hàng. Các chi phí xếp dỡ đã được tính gộp trong giá cước thuê tàu. Theo cách này, mức xếp dỡ được quy định theo tập quán của cảng (người ta ghi According to customs of port hoặc With all despatch hoặc customary quick despatch chứ không quy định tiền thưởng phạt xếp dỡ nhanh hay chậm như thuê tàu chuyên).

- Theo điều kiện miễn xếp (Free In: FI): Chủ tàu được miễn phí xếp xuống tàu, nhưng phải chịu phí dỡ hàng tại cảng đến.

- Theo điều kiện miễn dỡ (Free Out: FO): chủ tàu được miễn phí dỡ hàng khỏi tàu tại cảng đến nhưng phải chịu chi phí xếp hàng xuống tàu tại cảng xếp.

- Theo điều kiện miễn xếp dỡ (Free In and Out: FIO): Người thuê tàu phải chịu các chi phí xếp hàng xuống tàu tại cảng xếp cũng như phí dỡ hàng khỏi tàu tại cảng dỡ...

Ngoài ra còn quy định chi phí san hàng (Trimming) đối với hàng rời và xếp đặt (Stowage) đối với hàng có bao bì ở hầm tàu do ai chịu. Nếu chủ tàu được miễn phí xếp dỡ, san xếp thì ghi FIOST ở sau giá cước.

Ví dụ: Freight: USD 15/MT, FIOST

5.10.3. Cước phí và thanh toán

- Giá cước: Trong hợp đồng cần ghi rõ giá cước, loại tiền thanh toán; đồng thời đơn vị tính cước là theo trọng lượng hay thể tích đều có thể dùng

chung một đơn vị là tấn cước (Freight Ton). Khi ấn định giá cước, cần xác định ai chịu phí xếp, dỡ và chi phí xếp hàng dưới tàu.

Ví dụ : Freight: USD 30 FIO and Stowed Per Metric Ton (Giá cước là 30 đôla Mỹ một tấn mét, chủ tàu được miễn phí xếp dỡ và xếp hàng dưới tàu) hoặc USD 30 M3 FIO (30 đôla Mỹ một mét khối, miễn phí xếp dỡ). Nếu tính cước theo trọng lượng, cũng cần ghi rõ trọng lượng tính cước phí theo số lượng hàng xếp lên tàu ở cảng xếp hay theo số lượng hàng giao ở cảng đến.

- Thanh toán tiền cước:

+ Cước phí trả trước (Freight Prepaid): người thuê phải trả toàn bộ tiền cước cho chủ tàu sau khi xếp xong hàng hoặc sau khi ký B/L một số ngày do hai bên quy định nếu bán theo CIF, CF.

Ví dụ: Cước phí phải trả trong vòng 04 ngày kể từ ngày ký B/L , không được khấu trừ và không hoàn lại dù tàu và/hoặc hàng mất hay không mất (freight to be paid in four days after signing B/L, discountless and not returnable, ship and/or cargo lost or not lost)

+ Cước phí trả sau (Freight to collect): thời điểm trả có thể ấn định: Trả tiền trước khi mở hầm tàu để dỡ hàng (freight payable before breaking bulk- b.b.b) Trả đồng thời với việc dỡ hàng (freight payable concurrent with discharge). Trả sau khi dỡ xong hàng (freight payable after completion of discharge)

+ Trả trước một phần và trả sau một phần (advance freight):

Ví dụ: trả 80% tiền cước tại cảng xếp sau khi ký B/L, số tiền còn lại trả dứt trong vòng 5 ngày sau khi dỡ hàng xong.

Việc giữ lại một phần tiền cước nhằm giúp người thuê gây áp lực nếu có tranh chấp, thường phạt với hãng tàu. Hợp đồng cũng phải quy định tiền cước được thanh toán tại ngân hàng nào, cách thức trả tiền...

5.10.4. Thông báo sẵn sàng NOR (Notice of Readiness)

Có hai loại thông báo:

- Thông báo ngày dự kiến tàu đến cảng. Việc thông báo ngày dự kiến tàu đến cảng trong một khoảng thời gian ngắn (7,5,3 ngày) trước khi tàu đến cảng xếp dỡ là rất cần cho có đủ thời gian làm thủ tục cho tàu ra vào cảng và chuẩn bị

xếp dỡ hàng theo đúng lịch trình đã quy định giữa hai bên chủ tàu và người thuê tàu.

- Thông báo sẵn sàng xếp dỡ hàng. Thời gian được phép đưa thông báo sẵn sàng xếp dỡ là thời gian tàu đã đến bến, tàu đã sẵn sàng để nhận hoặc giao hàng.

Đối với các mặt hàng ngũ cốc, theo tập quán vận chuyển sản phẩm này, bản thông báo sẵn sàng xếp hàng thường phải kèm theo một biên bản giám định các khoang hầm đã sạch sẽ có thể nhận hàng được.

Thời gian đưa thông báo sẵn sàng xếp dỡ còn tùy thuộc vào điều khoản về tàu đến bến.

+ Nếu hợp đồng thuê tàu quy định Tàu đến lượt (In turn hay In regular turn) khi có nhiều tàu phải chờ đợi, bao giờ tàu chở hàng đến lượt mình cập cầu, lúc ấy thuyền trưởng mới được đưa thông báo sẵn sàng xếp dỡ cho người thuê tàu, cũng giống như điều khoản vị trí (berth clause). Nếu thuê tàu nên chọn cách này.

+ Nếu hợp đồng quy định Miễn đến lượt tức là không cần tàu cập cầu (Free turn) hay Thời gian chờ cầu cũng tính (time waiting for berth to count), khi tàu đã sẵn sàng là có thể đưa thông báo sẵn sàng xếp dỡ và người thuê tàu phải chịu trách nhiệm về thời gian tàu chờ cầu để cập cầu.

+ Nếu hợp đồng quy định Đến lượt không quá 48 giờ tức là đến lượt cập cầu nhưng 48 tiếng rồi mà vẫn chưa cập cầu, tàu cứ đưa NOR (In turn not exceeding 48 hours), tàu chỉ chờ tối đa 48 giờ đồng hồ sau đó nếu cần phải chờ nữa, người thuê tàu phải chịu trách nhiệm.

5.10.5. Mức xếp dỡ (Loading/ Discharging Rate): là số lượng đơn vị, trọng lượng hoặc thể tích hàng phải xếp hoặc dỡ trong vòng 01 giờ hay 01 ngày.

Có hai cách thoả thuận về mức xếp dỡ.

- Quy định mức xếp dỡ trung bình cho cả tàu là bao nhiêu tấn/ngày
- Quy định mức xếp dỡ trung bình cho từng khoang hầm là bao nhiêu tấn/ngày.

5.10.6. Thời gian xếp dỡ (Laytime hay Layday)

Có hai cách quy định về thời hạn xếp dỡ (Loading/Discharging Laytime):

- Phân chia thời hạn xếp dỡ làm 2 giai đoạn: Thời hạn xếp và dỡ hàng Cargo to be loaded at the rate of 3000 MT and discharge at the rate of 900 MT per weather working day of 24 hours, Sunday and holiday excepted both and even if used (hàng được xếp với mức 3000 tấn và dỡ với mức 900 tấn ngày làm việc nghỉ, có làm cũng không tính (S.H.E.X.E.U)

- Gộp thời gian xếp dỡ hàng làm một để tính: gọi là thời hạn xếp dỡ bù trừ (reversible laydays) 2000 MT per weather working day of 24 consecutive hours, Sundays and holidays excepted unless used (SHEXUU). Như vậy nếu tàu chở 10 000 MT thời hạn xếp dỡ sẽ là: $10\,000\text{ MT} / 2000\text{ MT} = 5$ ngày quy định (5 WWDSHEX UU- Working days Sundays holidays excepted, unless used) có nghĩa là 5 ngày làm việc, chủ nhật, ngày lễ được nghỉ nhưng nếu có làm thì tính)

Ngoài ra, còn quy định thời hạn xếp dỡ được tính từ thời điểm nào:

Ví dụ: Theo mẫu hợp đồng thuê tàu GENCON, thời hạn xếp dỡ bắt đầu tính từ 1 giờ chiều nếu thông báo sẵn sàng xếp dỡ được trao và chấp nhận trước 12 giờ trưa; bắt đầu tính từ 6 giờ sáng ngày làm việc hôm sau, nếu NOR xếp dỡ được trao trong giờ làm việc buổi chiều ngày hôm trước.

5.10.7. *Thưởng phạt về xếp dỡ (Demurrage/ Despatch money: DEM/DES):* mức tiền bồi thường hoặc phạt thường được quy định theo ngày hoặc tấn dung tích đăng ký toàn phần của tàu mỗi ngày

Ví dụ: quy định mức phạt USD 2000/ngày hoặc USD 0,3/GRT/ngày... Nguyên tắc của phạt là: Khi đã phạt là luôn bị phạt, tức các ngày sau đó dù là ngày chủ nhật, ngày lễ, xấu hay tốt trời đều bị phạt. Mức thưởng thường chỉ bằng 1/2 mức phạt. Tiền thưởng thường được tính theo ngày hoặc theo tỷ lệ một phần của ngày (Pro-rata), không hẳn ngày chẵn mà còn tính thêm giờ phút. Lưu ý: tàu chợ không có tiền thưởng phạt về xếp dỡ nhanh chậm, chỉ có trong tàu chuyên.

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

Như đã trình bày thì vận tải có ảnh hưởng rất lớn đến hoạt động logistics, nó giúp cho công ty/ bộ phận logistics hoàn thành tốt nhiệm vụ của mình: cung cấp đầy đủ, chính xác, kịp thời nguyên vật liệu, vật tư cho sản xuất. Đến lượt

mình, thuê phương tiện vận tải là một phần của dịch vụ, thuộc lĩnh vực hoạt động của bộ phận logistics. Chính vì vậy, bộ phận logistics đóng vai trò đặc biệt trong vận chuyển vật tư hàng hóa.

Bộ phận logistics phải phối hợp chặt chẽ với bộ phận vận tải để xây dựng chiến lược vận tải khoa học, hợp lý, ký các hợp đồng vận tải không bị sơ hở về phía mình. Bộ phận logistics cũng sẽ tham gia vào việc xác định lộ trình vận tải, chọn hãng vận tải thích hợp. Thêm vào đó, bộ phận logistics còn phải xúc tiến, đôn đốc và kiểm soát hàng hóa trong quá trình vận chuyển; Làm hồ sơ khiếu nại khi hàng hóa bị hư hỏng, mất mát...

Các công ty/ bộ phận logistics đóng vai trò rất quan trọng trong toàn bộ quá trình vận chuyển hàng hóa.

Bài tập:

1. Hãy trình bày hiểu biết của anh chị về vận tải và vai trò của vận tải đối với nền kinh tế quốc dân, nói chung, trong hoạt động logistics nói riêng.

2. So sánh các phương thức vận tải? Trình bày vận tải đa phương thức, các loại hình của nó?

3. Một L/C qui định thanh toán một tổng số tiền 100.000USD – 5%, và giao hàng làm 2 lần tháo rời CKD

Ngân hàng đã thanh toán cho người hưởng lợi 95.000\$

Người mua từ chối hoàn trả tiền cho ngân hàng, với lý do hàng thiếu, không đồng bộ, nên không lắp ráp được.

Hội đồng trọng tài phán xét rằng ngân hàng sai, do đó phải bồi thường thiệt hại cho người mua?

Ngân hàng không đồng ý vì dẫn chiếu điều 39C – UCP 500

Vấn đề này lý giải thế nào?

4. Một L/C qui định ngày giao hàng vào ngày 15/6/2007 (shipment has to be made on June, 15th. 2007) và không qui định ngày xuất trình chứng từ.

Khi nhà xuất khẩu giao hàng xong thuyền trưởng ký B/L “On Board” vào ngày 18/6/2007 và xuất trình chứng từ đòi tiền ngân hàng phát hành.

Chứng từ đến tay ngân hàng vào ngày 10/7/2007. Ngân hàng từ chối thanh toán với 2 lý do:

- Ngày giao hàng ghi trên B/L không phù hợp với ngày giao hàng qui định trong L/c

- Thời gian xuất trình chứng từ chậm mất 4 ngày (tức là sau 21 ngày kể từ ngày giao hàng)

Trường hợp này ai đúng sai?

5. Vụ kiện S.Electronic kiện Sch. (Australia)

S.Electronic có hợp đồng khung với Sch. (Australia) để vận chuyển hàng bằng đường không từ Đức tới Chi nhánh của mình ở Australia

Hàng được giao tới kho hàng của Sch. (Australia) ở Melbourne, đặt tại bên ngoài khu vực sân bay, cách cổng chính 4km

Sch. (Australia) vận chuyển 3 pallets thiết bị điện tử từ Berlin (Đức) đến Melbourne qua SGP Airlines

Một pallet bị rơi khỏi xe tải do người lái xe chằng dây không đúng trong khi vận chuyển từ sân bay Melbourn đến kho hàng của Sch. (Australia).

S.Electronic kiện đòi bồi thường tổn thất, không được giới hạn trách nhiệm, vì lỗi bất cẩn của người vận tải, lập luận rằng vụ việc xảy ra ngoài sân bay, không thể áp dụng Công ước Vacsava cũng như giới hạn bồi thường.

6. Một lô hàng may mặc có 24 kiện hàng giống nhau:

- Kích thước 1 kiện là: 30 x 30 x 60 (cm)
- Khi cân lên thì trọng lượng thực tế là: 240 kgs
- Thể tích thực tế: 1.296.000 cm³.

Nếu tính cước phí cho lô hàng nếu vận chuyển bằng hàng không thì phải dựa vào trọng lượng gì?

7. Biểu cước do hàng hàng không bán cho công ty giao nhận là:

Cước Nội Bài – Tokyo:

- <50 kgs: 200USD – 4USD/ kgs
- 51 kgs – 100 kgs: 390USD ~ 3,9USD/ kgs
- 101 kgs – 150 kgs: 562,5USD ~ 3,75USD/ kgs
- 151 kgs – 200 kgs: 710USD ~ 3,55USD/ kgs
- 201 kgs – 500 kgs: 1650USD ~ 3,30USD/ kgs
- 500 kgs – 1000 kgs: 3000USD ~ 3USD/ kgs

Có 2 lô hàng: + L1: 40 kiện: 30 x 40 x 60 (cm);

Trọng lượng thực tế: 512kgs

+ L2: 15 kiện: 25 x 30 x 80 (cm)

Trọng lượng thực tế: 135kgs

Tính cước phí?

CHƯƠNG 6: KHO BÃI

6.1. Kho bãi và vai trò của kho bãi

6.1.1. Khái niệm

Kho bãi là một bộ phận quan trọng của mỗi hệ thống logistics. Nó đóng vai trò quan trọng trong việc cung cấp vị trí mong muốn của dịch vụ khách hàng tại tổng chi phí thấp nhất có thể. Kho bãi là một điểm nối đầu tiên giữa những người sản xuất và khách hàng. Từ rất nhiều năm, kho bãi đã được phát triển từ một khía cạnh tương đối không quan trọng của hệ thống logistics đến một trong những chức năng quan trọng nhất.

Định nghĩa: Kho bãi là một phần của hệ thống logistics, nơi cất giữ những sản phẩm như nguyên vật liệu thô, bán thành phẩm, thành phẩm... trong suốt quá trình chu chuyển từ điểm đầu đến điểm cuối của dây chuyền cung ứng, và cung cấp thông tin về tình trạng, điều kiện và cách sắp xếp của hàng hóa được cất giữ.

Mọi người sử dụng một số thuật ngữ khác cho kho bãi, phổ biến nhất là trung tâm phân phối (DC – Distribution centres). Nhưng kho bãi và trung tâm phân phối không hoàn toàn giống nhau.

| Kho bãi | Trung tâm phân phối |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - Cất giữ tất cả các loại sản phẩm - Hầu hết hàng hóa khi qua kho phải trải qua 4 khâu: nhập kho, lưu kho, phân loại, xuất kho. - Không chú trọng vào việc thực hiện các giá trị gia tăng. Chỉ chú trọng vào việc bảo quản, dự trữ... - Thu thập và cung cấp dữ liệu theo từng đợt. - Tập trung tối thiểu hóa chi phí hoạt động để đáp ứng nhu cầu vận chuyển. | <ul style="list-style-type: none"> - Cất giữ sản phẩm ở mức dự trữ tối thiểu và tập trung vào những mặt hàng có nhu cầu lớn - Chỉ có 2 khâu: nhập kho và xuất kho - Thực hiện một phần tẩm rất cao về giá trị gia tăng, bao gồm cả việc lắp ráp đồng bộ. - Thu thập và cung cấp dữ liệu theo thời điểm. - Tối đa hóa yếu tố lợi nhuận. |

6.1.2. Vai trò của kho bãi.

Kho bãi được sử dụng cho việc dự trữ hàng hóa trong suốt tất cả các công đoạn của quá trình logistics. Loại tồn tại cơ bản của dự trữ: nguyên vật liệu thô, các bộ phận cấu thành,... (cung cấp vật chất); thành phẩm (phân phối vật chất). Cũng có dự trữ bán thành phẩm, mặc dù một số công ty thì bán thành phẩm chiếm vị trí nhỏ của tổng đầu tư vào dự trữ.

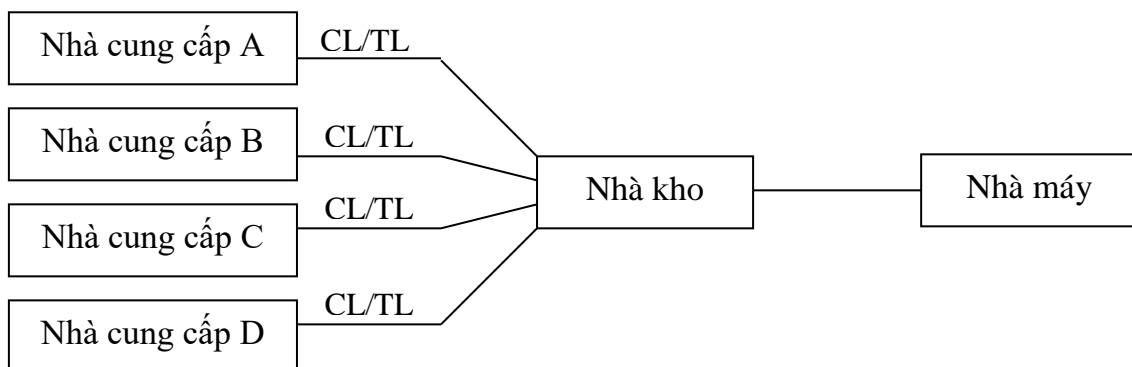
Tại sao cần thiết phải dự trữ? Nhìn chung, kho bãi của dự trữ là cần thiết vì các lý do sau:

- Giúp tiết kiệm chi phí vận tải: các tổ chức nhờ có kho mà có thể gom các lô hàng nhỏ thành các lô hàng lớn, sau đó vận chuyển một lần. Làm như vậy sẽ tiết kiệm được chi phí vận tải.
- Tiết kiệm chi phí sản xuất: kho bãi giúp bảo quản tốt các nguyên vật liệu, bán thành phẩm, thành phẩm; giảm được hao hụt, mất mát và hư hỏng. Kho giúp cung cấp nguyên vật liệu đúng lúc, tạo điều kiện cho sản xuất được nhịp nhàng, liên tục. Như vậy thì chi phí sản xuất sẽ giảm.
 - Được hưởng giá chiết khấu số lượng mua và mua theo kỳ hạn.
 - Duy trì nguồn cung ứng.
 - Hỗ trợ cho các chính sách.
 - Đáp ứng những điều kiện thay đổi của thị trường (ví dụ: tính thời vụ, sự dao động nhu cầu, cạnh tranh).
- Vượt qua cả những sự khác biệt về không gian và thời gian tồn tại giữa những người sản xuất và khách hàng.
 - Giúp thỏa mãn nhu cầu của khách hàng với chi phí logistics thấp nhất.
 - Hỗ trợ những chương trình JIT của những người cung cấp và khách hàng.
 - 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 khách hàng.
 - Lưu trữ các phế liệu, phế phẩm...trên cơ sở đó tiến hành phân loại, xử lý, tái chế. Giúp cho quá trình logistics ngược được thành công.

6.2. Chức năng của kho bãi

Kho bãi có thể sử dụng để hỗ trợ sản xuất, để ghép đồng bộ các sản phẩm từ các nhà máy khác nhau để giao cho khách hàng; tách các lô hàng lớn hoặc chia một khối lượng lớn thành các lô hàng nhỏ để thỏa mãn nhu cầu của một số khách hàng; và kết hợp hoặc gom nhiều lô hàng nhỏ thành lô hàng với khối lượng lớn hơn. Nhà kho được sử dụng như một nơi trung chuyển hơn là một nơi giữ hàng như trước đây. Các tổ chức ngày càng tích cực thu thập và cập nhật thông tin, tổ chức tốt hoạt động logistics để có thể giảm, tiến tới không phải lưu kho, mua hàng với số lượng thích hợp và sử dụng nhà kho như một địa điểm để gom, tách, ghép đồng bộ, hoàn thiện hàng hóa, để phục vụ tốt nhu cầu của khách hàng trên cơ sở tiết kiệm chi phí vận tải và các dịch vụ khác.

6.2.1. Hỗ trợ sản xuất

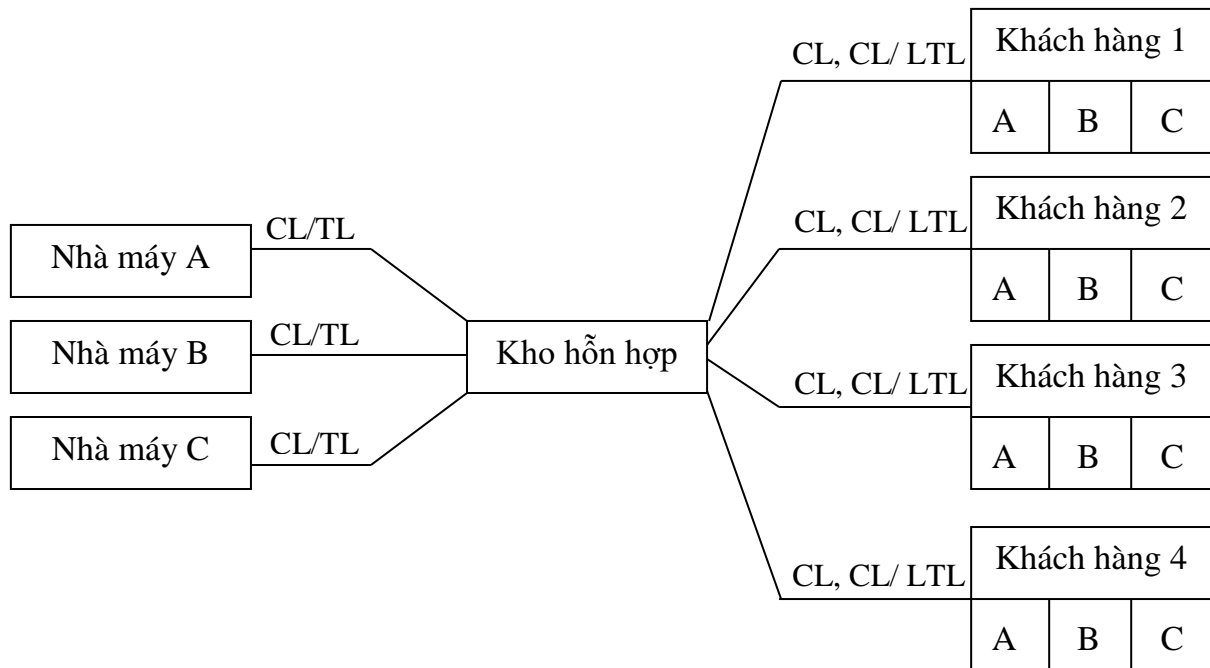


Hình 6.1: Kho hỗ trợ sản xuất

Trong các hoạt động hỗ trợ sản xuất, nhà kho có vai trò như đầu vào hợp nhất của các biên nhận vật tư từ các nhà cung cấp. Như hình trên, các công ty đặt hàng nguyên vật liệu thô, các bộ phận cấu thành, hoặc cung cấp từ những nhà cung cấp đa dạng. Những nhà cung cấp sử dụng các phương thức nguyên toa xe (CL) hoặc nguyên toa tàu (TL) để vận chuyển về nhà kho được đặt gần nhà máy. Hàng hóa sẽ được cất giữ trong kho và giao cho nhà máy sản xuất khi có nhu cầu. Kho nguyên vật liệu thường nằm ngay trong nhà máy, nên việc cung cấp hàng rất nhanh chóng, thuận lợi. Nhờ có kho đảm bảo được vật tư, hỗ trợ cho sản xuất được tiến hành liên tục nhịp nhàng, cho ra những sản phẩm đúng chất lượng, đủ số lượng, đáp ứng kịp thời cho thị trường, đúng thời gian.

6.2.2. Tổng hợp sản phẩm

Từ một khối lượng đầu ra lớn, nhà kho được sử dụng để tổng hợp hàng hóa, hoặc chia tách hàng hóa. Kho hỗn hợp thường gồm nhiều vị trí của các nhà máy (A, B, C), vận chuyển những sản phẩm (sản phẩm A, B, C) đến kho hàng trung tâm. Mỗi nhà máy chỉ sản xuất một phần của tổng sản phẩm cung cấp cho công ty. Vận chuyển thường là với khối lượng lớn (TL hoặc CL) đến kho trung tâm, nơi mà khách hàng đặt hàng cho nhiều sản phẩm được kết hợp hoặc ghép đồng bộ tại đó rồi vận chuyển.



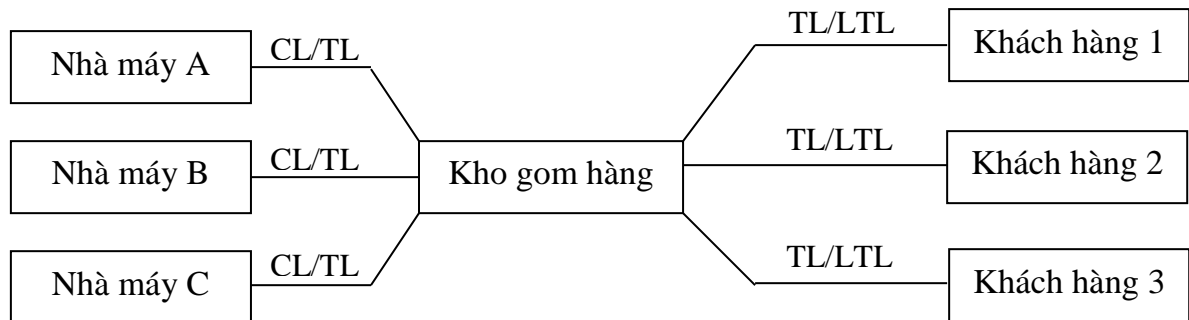
Hình 6.2: Kho hỗn hợp

Tùy thuộc vào khối lượng lô hàng lớn hay nhỏ mà sử dụng phương thức vận chuyển nào. Nếu lô hàng lớn sẽ dùng phương thức CL/TL, còn lô hàng nhỏ sẽ dùng phương thức LCL/LTL (giao chưa đủ xe hoặc chưa đủ toa tàu) để chuyển đến cho khách hàng.

6.2.3. Gom hàng

Quản lý vận chuyển có thể là cả hệ thống cung cấp vật chất và hệ thống phân phối vật chất. Trong trường hợp của cung cấp vật chất, những đơn đặt hàng nhỏ từ một số nhà cung cấp có thể được vận chuyển đến kho gom hàng gần nguồn cung ứng; bằng cách này người sản xuất có thể đạt được nguyên toa xe hoặc toa tàu để vận chuyển về nhà máy, đây là cách thông thường cho khoảng

cách lớn từ nhà kho. Kho hàng được đặt ở vị trí gần nguồn cung ứng, vì vậy phương thức giao không nguyên xe chỉ áp dụng cho một đoạn đường ngắn, và khối lượng được sử dụng cho đoạn đường dài từ nhà kho đến nhà máy.

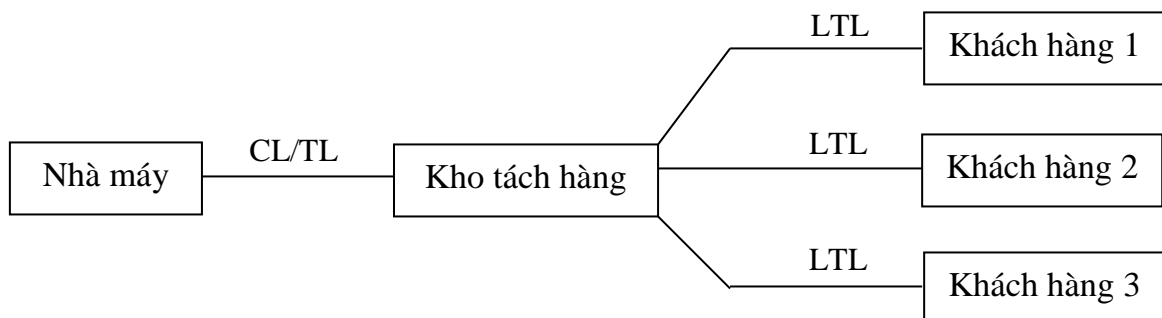


Hình 6.3: Kho gom hàng

Trong hình trên, có những khách hàng có nhiều lô hàng lớn, như khách 1, 2, 3. Hàng sẽ được vận chuyển theo phương thức CL/TL từ các nhà cung cấp A, B, C về kho công ty. Tại kho của công ty, hàng được tập trung từ nhiều nhà cung cấp thành một lô hàng lớn để cung cấp cho khách hàng.

6.2.4. Tách hàng thành nhiều lô hàng nhỏ

Kho tách hàng là nơi nhận khối lượng hàng chuyên chở lớn của sản phẩm từ một nhà máy sản xuất. Một số đơn đặt hàng được kết hợp thành một khối vận chuyển đơn lẻ từ nhà máy đến kho tách hàng. Khi kho hàng đã nhận hàng, tại đây sẽ tiến hành tách lô hàng lớn đó thành những lô hàng nhỏ hơn phù hợp với yêu cầu của khách hàng. Sau đó vận chuyển đến khách hàng bằng phương thức giao không nguyên xe.



Hình 6.4: Kho tách hàng

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

6.3.1. Mối liên hệ giữa kho và vận tải

Kho bãi được sử dụng để đạt được tiết kiệm chi phí vận tải trong hệ thống phân phối vật chất. Trong những thùng hàng hóa công nghiệp, sản xuất thường có nhiều vị trí nhà máy khác nhau, với mỗi nhà máy chỉ sản xuất một bộ phận sản phẩm của công ty. Thông thường, các công ty này cũng duy trì các vị trí kho bãi, nơi mà ghép hàng để vận chuyển toàn bộ sản phẩm đến khách hàng.

Nhờ cả hệ thống kho: vật tư và kho thành phẩm, ở đầu vào và đầu ra của quá trình sản xuất mà người ta có thể tiết kiệm được chi phí vận tải. Các kho thu gom, tổng hợp hàng hóa được đặt gần nguồn cung ứng, để tiết kiệm chi phí vận chuyển vật tư phục vụ đầu vào. Cụ thể là với các lô hàng nhỏ đến tập trung ở kho vật tư. Tại đây sẽ tiến hành gom nhiều kho lớn, rồi dùng phương tiện thích hợp vận chuyển đến nhà máy. Như vậy sẽ tiết kiệm được chi phí vận tải.

Tương tự như vậy, thì kho thành phẩm sẽ được đặt gần thị trường tiêu thụ. Sản phẩm tập trung tại kho tách hàng, sau đó được phân chia thành các lô hàng có khối lượng nhỏ phù hợp với yêu cầu khách hàng, rồi vận chuyển cho khách hàng.

6.3.2. Mối liên hệ giữa kho với sản xuất

Giữa kho, chi phí quản lý kho và chi phí sản xuất có mối quan hệ rất mật thiết.

Nếu doanh nghiệp nghiên cứu kỹ nhu cầu thị trường, tổ chức các lô hàng nhỏ phù hợp với nhu cầu thì sẽ không có hàng tồn kho. Nhờ đó mà chi phí quản lý kho sẽ giảm xuống, nhưng ngược lại chi phí sản xuất sẽ tăng lên. Bởi vì doanh nghiệp phải thay đổi trang thiết bị, các yếu tố đầu vào phù hợp. Chi phí sản xuất một đơn vị sản phẩm luôn tỷ lệ nghịch với quy mô sản xuất. Một trường hợp có thể xảy ra, không có đủ hàng để đáp ứng nhu cầu khách hàng, làm như vậy sẽ mất khách hàng, gây ra thiệt hại lớn đối với nhà cung cấp. Còn nếu sản xuất với quy mô lớn có khả năng hàng không bán hết, gây ra hàng tồn kho lớn, vốn quay vòng chậm, làm ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

Đó là trường hợp của đầu ra trong quá trình sản xuất, nhưng bài toán cũng đặt ra tương tự tại đầu vào. Nếu mua nguyên vật liệu với số lượng lớn thì sẽ

giảm giá và chi phí vận tải cho một đơn vị sản phẩm cũng giảm, giúp giảm chi phí sản xuất. Nhưng mua với số lượng lớn cũng có nghĩa là làm tăng chi phí dự trữ, chi phí quản lý kho.

6.3.3. *Mối liên hệ giữa kho với dịch vụ khách hàng.*

Muốn đáp ứng được kịp thời nhu cầu của khách hàng thì kho hàng cũng là một trong những công cụ trợ giúp đắc lực. Trong những trường hợp luôn có thể xảy ra những bất trắc thì không thể nào dự đoán được. Chính vì vậy mà để phục vụ tốt khách hàng thì cần phải có hệ thống kho để cất trữ hàng hóa.

6.3.4. *Mối liên 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 khác của hoạt động logistics, nên không thể tùy tiện tăng hoặc giảm. Cần phải xác định số lượng kho, bố trí mạng lưới kho sao cho phục vụ khách hàng được tốt nhất với tổng chi phí logistics là thấp nhất.

6.4. Các loại kho.

Có bốn nhân tố chủ yếu ảnh hưởng đến kho hàng bao gồm:

- Thời gian là một trong số những thành phần quan trọng nhất ảnh hưởng đến hiệu quả của kho hàng. Vì vậy, những hoạt động của một kho hàng tốt nhất là chúng được thiết kế để giảm được thời gian của chu trình đặt hàng.
- Chất lượng cũng rất quan trọng, và những người sử dụng dịch vụ kho hàng mong đợi sự toàn diện.
- Tầm quan trọng trong việc sử dụng nhà kho là tận dụng hiệu suất của tài sản. Ba chức năng then chốt là giảm tổng chi phí, tái sử dụng, tái chế.
- Bước vào thế kỷ 21, những nhà quản trị kho bãi cần phải phát triển một lực lượng lao động mới, và đòi hỏi cho cả việc quản trị và nhân lực sẽ thay đổi đáng kể.

Thêm vào những nhân tố khác cũng sẽ ảnh hưởng đến kho bãi bao gồm: tập trung ngày càng nhiều vào nhu cầu khách hàng và dịch vụ giá trị tăng thêm; giảm bớt các hoạt động và thời gian (ví dụ: vận chuyển thường xuyên hơn, tỉ lệ quay vòng hàng dự trữ nhanh hơn, kích thước nhỏ hơn); tiếp tục dòng thông tin và những sản phẩm trong hệ thống logistics; kho đa năng; theo dõi bằng điện tử

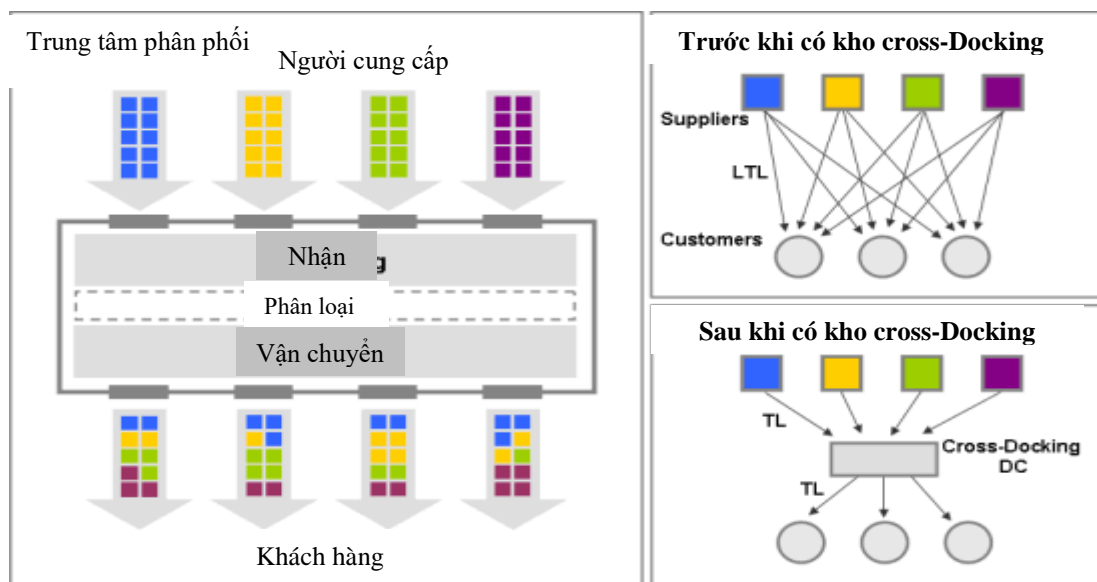
và không chế sản phẩm; làm dịch vụ kho bãi theo yêu cầu (ví dụ: đóng gói theo nhu cầu, dán nhãn,..); tăng cường sử dụng tự động; và điều quan trọng nhất là con người và người quản trị.

6.4.1. Cross – docking

Cross – docking tạm dịch là kho đa năng phân loại, tổng hợp, hoàn thiện hàng hóa để phục vụ khách hàng. Loại kho này có chức năng cơ bản giống như một trung tâm phân phối tổng hợp. Sản phẩm sẽ được chuyển từ nơi sản xuất đến cross – docking theo những lô hàng lớn, tại đây lô hàng sẽ được tách ra, chuẩn bị theo những yêu cầu cần thiết của khách hàng, rồi vận chuyển đến cho khách. Do đã chuẩn bị đầy đủ nên khi chở hàng đến giao cho khách hàng sẽ được đưa vào sử dụng luôn mà không cần phải qua kho nữa.

Cross – docking ngày càng trở nên quan trọng và phục vụ đắc lực cho các nhà bán lẻ và hệ thống siêu thị. Hàng hóa được tập trung tại cross – docking, sau đó được phân loại, chuẩn bị (ví dụ: treo lên móc, xếp vào thùng hay hộp...) rồi chuyển thẳng đến cửa hàng.

Hầu hết các kho đa năng được bố trí trong khoảng giữa các nhà sản xuất và nơi tiêu thụ. Các công ty có nhu cầu sử dụng loại kho này để tự tổ chức tại kho của mình, đi thuê kho, thuê chung kho hay thuê các công ty logistics.



Hình 6.5: Kho cross - Docking

6.4.2. Kho thuê theo hợp đồng

Hợp đồng thuê kho là sự thỏa thuận giữa hai bên cho thuê kho và bên đi thuê về quyền lợi và nghĩa vụ của các bên, trong đó bên cho thuê kho sẽ cung cấp những dịch vụ kho bãi thỏa thuận cho khách hàng và bên đi thuê sẽ thanh toán tiền thuê kho cho bên cho thuê. Thuê kho 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.



6.4.3. Các loại kho công cộng

Có 6 loại kho công cộng: kho hàng hóa tổng hợp, kho hàng hóa đông lạnh, kho hải quan, kho hàng gia dụng, kho hàng hóa đặc biệt, kho hàng rời. mỗi loại kho cung cấp người sử dụng với 1 chuỗi rộng các dịch vụ đặc biệt.

- Kho hàng tổng hợp hầu như là loại hình phổ biến nhất. Nó được thiết kế để sử dụng bởi những nhà sản xuất, người phân phối và những khách hàng.

- Kho đông lạnh cung cấp một môi trường cất giữ có nhiệt độ được điều khiển. Thông thường, chúng được sử dụng để bảo quản những hàng hóa dễ hỏng như: trái cây, rau củ quả. Tuy nhiên một số hàng hóa khác như thực phẩm đông lạnh, một số loại thuốc, giấy sang ảnh và phim, và các lông thú...cũng đòi hỏi phải sử dụng loại hình này.

- Một số kho hàng hóa tổng hợp và kho hàng đặc biệt được biết đến như kho hải quan. Những loại hàng hóa như thuốc lá nhập khẩu và các loại rượu bia được cất giữ trong loại kho hàng này, chính phủ giữ lại những hàng hóa này cho đến khi chúng được phân phối vào thị trường. Lúc đó người nhập khẩu phải trả thuế hải quan. Lợi ích của kho hải quan là thuế nhập khẩu và thuế đánh một số mặt hàng không cần phải trả cho đến khi hàng hóa được bán.

- Kho hàng gia dụng được sử dụng để cất giữ tài sản cá nhân hơn là hàng hóa. Tài sản được cất giữ cho một giai đoạn mở rộng như tạm thời ngừng mua bán. Trong loại kho hàng, có một số loại hình dự trữ thay thế. Đó là sự mở rộng khái niệm dự trữ. Hàng hóa được cất giữ tính theo mét khối trên một tháng trên sàn của kho hàng. Hàng hóa cá nhân là loại hình tiêu biểu trong loại dự trữ này. Loại thứ 2 là phòng cá nhân hoặc kho hình vòm, nơi mà người sử dụng được cung cấp với một phòng cá nhân hoặc kho hình vòm để khóa lại và đảm bảo hàng hóa. Loại thứ ba, kho container đủ khả năng bảo vệ tốt hơn sản phẩm hơn là kho hở.

- Kho hàng hóa đặc biệt được sử dụng cho sản phẩm nông nghiệp như lương thực, sợi len và cotton. Thông thường mỗi nhà kho này cất giữ một loại sản phẩm và đưa ra các dịch vụ đặc biệt đối với sản phẩm đó.

- Kho hàng rời cung cấp thùng chứa chất lỏng và không được gói hay là hàng hóa cần được bảo vệ kín gió như than, cát và chất hóa học. Những dịch vụ cung cấp bởi những kho hàng có thể bao gồm thùng hình ống đầy cho hàng rời hoặc ghép các loại chất hóa học với các sản phẩm khác để sản xuất hợp chất mới hoặc hỗn hợp.

6.4.4. Kho bảo thuế

Đây là loại kho của chủ hàng dùng để chứa hàng hóa nhập khẩu đã được thông quan nhưng chưa nộp thuế.

6.4.5. Kho ngoại quan

Là loại kho lưu trữ hàng hóa sau đây:

- Hàng hóa đã được 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.



6.5. Địa điểm xây dựng kho hàng hóa

Kho hàng hóa là nơi dự trữ và bảo quản một khối lượng lớn hàng hóa. Do chức năng và nhiệm vụ của mình, hoạt động của kho hàng hóa phải gắn liền với đường ra, vào và phương tiện chuyên chở nặng. Vì vậy lựa chọn địa điểm xây dựng kho có ý nghĩa kinh tế - kỹ thuật quan trọng.

Nơi nào là tốt nhất để xây dựng kho hàng để phục vụ số lượng khách hàng khổng lồ? Nếu một công ty mong muốn đặt các phương tiện gần nhất với khách hàng tiềm năng, sử dụng một hoặc nhiều hơn các nhà kho trong hệ thống logistics, một số lượng vị trí có thể chấp nhận được.

Với sự sáng tạo của Nike, Nike Europe bắt tay vào một chiến lược là loại trừ hơn 20 nhà kho rải rác khắp lục địa và hợp nhất những hoạt động đơn lẻ. Mẫu mới được thiết kế để cất trữ tất cả các quần áo và chủ yếu những đôi giày của công ty. Vào cuối năm 1994, kho hàng mới được mở ra ở Meerhout, Bỉ. Gộp lại, kho hàng được bao phủ hơn 70000 m².

Kho hàng của Nike Europe đặt ở vị trí hoàn hảo. Nó gần với hầu hết các đại lộ, một đường sông trong nội địa, và một đường sắt, và không quá một giờ đến sân bay ở Antwerp.

Lựa chọn vị trí có thể được tiếp cận từ cả mặt vi mô và vĩ mô. Mặt vĩ mô nghiên cứu kết quả nơi đặt nhà kho để cải thiện nguồn nguyên vật liệu và tìm kiếm thị trường của công ty (cải thiện dịch vụ và giảm chi phí). Mặt vi mô nghiên cứu các yếu tố địa điểm nhỏ đặc biệt bên trong vùng địa lý rộng lớn.

6.5.1. Mặt vĩ mô.

Trong cách tiếp cận vĩ mô, Edgar Hoover định nghĩa 3 loại vị trí chiến lược: Thị trường xác định nhà kho, Sản xuất xác định vị trí kho hàng, Với tư cách trung gian xác định kho hàng.

- Thị trường xác định nhà kho: Thị trường xác định chiến lược đặt kho hàng gần nhất với người tiêu dùng cuối cùng. Điều này tối đa hóa mức độ dịch vụ khách hàng và cho phép công ty sử dụng vận tải một cách tiết kiệm – vận chuyển TL và CL – từ các kế hoạch và nguồn đến mỗi vị trí kho hàng. Những yếu tố ảnh hưởng địa điểm kho hàng gần vùng thị trường đã đáp ứng bao gồm:

chi phí vận tải, thời gian đặt hàng, khối lượng đặt hàng, vị trí sẵn sàng vận chuyển và mức độ phục vụ khách hàng.

- Sản xuất xác định vị trí kho hàng: Sản xuất xác định nhà kho được đặt gần với nguồn cung cấp và sản xuất. Những kho hàng này nhìn chung không đi vào việc là tìm kiếm thị trường, nâng cao dịch vụ khách hàng; thay vì thế, chúng phục vụ như sự thu gom các điểm hay là trộn những thứ cần thiết cho sản xuất sản phẩm tại một số nhà máy khác. Đối với những công ty đa sản phẩm thì việc gom hàng để vận chuyển với khối lượng lớn sẽ tiết kiệm được chi phí vận chuyển. Những yếu tố ảnh hưởng đến địa điểm kho hàng gần với điểm sản xuất bao gồm sự bảo đảm chất lượng của nguyên vật liệu thô, số lượng sản phẩm trong sản phẩm hỗn hợp, sự phân loại sản phẩm được đặt bởi khách hàng và tỷ lệ vận tải gom hàng.

- Với tư cách trung gian xác định kho hàng: vị trí chiến lược cuối cùng đặt kho hàng là tại điểm trung gian giữa người tiêu dùng cuối cùng và người sản xuất. Nếu lấy mức độ dịch vụ khách hàng để xác định, thì đối với kho hàng trung gian đặc trưng của dịch vụ khách hàng cao hơn đối với sản xuất xác định kho hàng và thấp hơn đối với thị trường xác định kho hàng. Một công ty thường làm theo chiến lược này nếu nó phải thực hiện mức độ dịch vụ khách hàng cao hơn và nếu nó có sản phẩm đa dạng được sản xuất tại một số nhà máy.

6.5.2. Mặt vi mô.

Quan điểm vi mô để phân tích vị trí: trong quan điểm này có nhiều yếu tố được nghiên cứu hơn.

** Nếu một công ty muốn sử dụng nhà kho riêng của mình thì cần phải xem xét:*

- Chất lượng và sự đa dạng của người chuyên chở phục vụ địa điểm này.
- Chất lượng và số lượng của lao động sẵn có.
- Tỷ lệ lao động
- Chi phí và chất lượng của vùng công nghiệp
- Tiềm năng mở rộng
- Cấu trúc thuế

- Luật xây dựng
- Môi trường tự nhiên
- Chi phí xây dựng
- Chi phí và sự sẵn cso cầu các tiện ích
- Chi phí cho vị trí
- Sự trợ cấp thuế của chính quyền địa phương

** Nếu một công ty muốn sử dụng kho hàng công cộng, nó sẽ cần phải xem xét*

- Đặc điểm của các tiện nghi
- Dịch vụ kho hàng được cung cấp
- Sự sẵn sàng và gần với các kho người chuyên chở
- Sự sẵn sàng của chuyên chở trong địa phương
- Những công ty khác sử dụng tiện nghi
- Sự sẵn sàng của dịch vụ điện tử và giao tiếp
- Loại hình và tần suất của các báo cáo dự trữ

6.5.3. Những yêu cầu khi xác định vị trí kho hàng.

Các kho hàng hóa thông thường là một bộ phận cấu thành của các xí nghiệp sản xuất, xây dựng hoặc là cơ sở của mạng lưới kinh doanh – dịch vụ của doanh nghiệp thương mại. Do đó, khi xây dựng các xí nghiệp, công trường, địa điểm kho được quy hoạch và lựa chọn trong địa điểm của xí nghiệp, công trường phù hợp với quy mô, tính chất và phạm vi phục vụ của kho, cũng như hàng cung ứng. Đối với kho hàng của doanh nghiệp thương mại, ngoài yếu tố chung khi lựa chọn địa điểm kho phải tính đến là: độ nặng của công trình trên nền đất; mối liên hệ của công trình với sự hoạt động của các loại phương tiện vận tải giao hàng và nhận hàng; tính chất vật lý của hóa học của hàng hóa với môi trường xung quanh (ảnh hưởng độc hại, ô nhiễm, bảo vệ...) còn phải tính đến các yếu tố đặc thù khác như nguồn hàng và sự phát triển lâu dài của nguồn hàng; nhu cầu của khách hàng và sự phát triển trong tương lai của khách hàng; luồng hàng và sự vận động của luồng hàng hóa; tính chất, chức năng, nhiệm vụ và phạm vi của kho; đặc điểm đất đai, thời tiết, khí hậu của vùng đất nơi đặt kho.

Tuy có nhiều yếu tố ảnh hưởng khác nhau, khi xác định một địa điểm kho cụ thể, cần phải cân nhắc một cách toàn diện các yếu tố, thấy rõ mặt thuận lợi của địa điểm đặt kho, đồng thời phải thấy mặt khó khăn, mặt không thuận lợi trước mắt, lâu dài cần phải khắc phục. Việc quyết định lựa chọn địa điểm xây dựng kho phải bảo đảm những yêu cầu chủ yếu sau đây:

- Một là: bảo đảm an toàn hàng hóa và điều kiện bình thường của môi trường.

Địa điểm xây dựng kho có ảnh hưởng nhiều mặt đến an toàn hàng hóa và lao động làm việc trong kho. Mặt khác tính chất, đặc điểm của hàng hóa dự trữ trong kho cũng ảnh hưởng đến môi trường (ví dụ loại hàng hóa độc hại, dễ cháy nổ, bụi bẩn...). Lựa chọn địa điểm xây dựng kho phải bảo đảm an toàn về số lượng và chất lượng hàng hóa trong điều kiện bình thường, cũng như trong điều kiện thời tiết có những biến động (mưa, bão lụt, hỏa hoạn...) và thuận lợi cho việc bảo quản, bảo vệ chúng an toàn và chống cháy... Đối với loại hàng hóa có ảnh hưởng độc hại nguy hiểm và ô nhiễm không khí, nguồn nước, hoặc đến an toàn của dân cư... phải rất thận trọng, cân nhắc khi lựa chọn địa điểm xây dựng kho.

- Hai là: bảo đảm chi phí xây dựng và vận hành kho hợp lý nhất. Yêu cầu này đòi hỏi địa điểm xây dựng kho phải là nơi có địa chất công trình tốt, chịu được tải trọng lớn, ở nơi cao ráo, đất sạch, ít mùn, gần các tuyến vận tải, đặc biệt gần các đường giao thông của phương tiện chính chuyển hàng đến và nhận hàng đi, có như vậy mới tạo điều kiện thuận lợi cho việc hoạt động của kho sau này. Đối với chi phí xây dựng và vận hành kho, có loại chi phí lần đầu và chi phí bổ sung trong quá trình hoạt động của kho; có chi phí một lần và chi phí thường xuyên cần phải chú ý đầu tư thích đáng để giảm chi phí bổ sung, chi phí thường xuyên nếu có thể... để tiết kiệm các khoản chi phí đầu tư xây dựng kho.

- Ba là: bảo đảm mở rộng quy mô kho trong tương lai. Lựa chọn địa điểm xây dựng kho cần chú ý xem xét quy hoạch tổng thể vùng hoặc địa phương nơi đặt kho, xác định kích thước (phạm vi) nơi đặt kho có chú ý tới việc mở rộng quy mô của kho trong tương lai. Có như vậy cơ sở kinh doanh mới có thể phát triển khi mở rộng kinh doanh.

Ngoài ba yêu cầu chủ yếu trên, khi xác định địa điểm kho hàng hóa nào đó, ở những nơi nhất định, tùy theo tình hình thực tế mà đề ra các yêu cầu khác, ví dụ cung cấp các dịch vụ phục vụ cho kho (điện, nước...), dịch vụ lao động (thời vụ...), dịch vụ gửi hàng... để có giải pháp thực thi đạt hiệu quả kinh tế cao...

Schmenner đã đề xuất 8 bước tiếp cận để tìm kiếm một vị trí kinh doanh mà chúng ta có thể áp dụng để quyết định vị trí kho hàng.

1. Sau khi công ty có quyết định ban đầu để thiết lập một nhà kho tại địa điểm mới (chưa đưa ra quyết định), nó thu hút ý kiến từ những người trong công ty tác động đến quyết định này.

2. Người quản trị bổ nhiệm một nhóm hợp tác để nghiên cứu những vị trí tiềm năng và thu thập các thông tin dựa trên những thuộc tính đã được lựa chọn, ví dụ như là đất đai sẵn có, nhu cầu về lao động, điều kiện vận chuyển, yếu tố môi trường, và sản phẩm được dự trữ

3. Công ty thiết lập một đội ngũ kỹ sư riêng để nghiên cứu các vị trí tiềm năng trong các điều khoản của địa hình, địa chất, và thiết kế thuận tiện.

4. Đội ngũ hợp tác phát triển một danh sách các yếu tố tiêu chuẩn cho vị trí mới. Như là các tiêu chuẩn để đưa vào tài khoản các nhu cầu của vùng chức năng kinh doanh.

5. Đội ngũ này định giá vùng địa lý trong quan điểm của những tiêu chuẩn đã được thiết lập. Nó xác định vùng vị trí tiềm năng.

6. Đội ngũ này xác định vị trí đặc biệt trong vùng chấp nhận được. Diễn hình, nó chọn 10 hay một vài vị trí cho việc đầu tư chiều sâu.

7. Đội ngũ hợp tác này nghiên cứu mỗi vị trí tương lai, sử dụng tập hợp các yếu tố thấy rằng quan trọng. Đội này thăm thường xuyên những vị trí này và tạo ra một chuỗi các vị trí tiềm năng.

8. Đội ngũ này sẽ chọn một vị trí đặc biệt từ các vị trí được gợi ý đó. Quyết định này thường được đưa ra bởi một người có ảnh hưởng trực tiếp, thông thường là người có cấp bậc trong lĩnh vực logistics.

6.6. Nghiệp vụ kinh doanh kho hàng

6.6.1. Nghiệp vụ nhận hàng hóa ở kho

6.6.1.1. Nhiệm vụ của việc nhận hàng

Tiếp nhận hàng hóa là khâu mở đầu các nghiệp vụ kho, cho nên nó rất quan trọng trong hoạt động sản xuất, kinh doanh của kho và hoạt động logistics. Vì vậy việc nhận hàng phải thực hiện tốt các nhiệm vụ sau đây:

- Thứ nhất, nhận đúng số lượng và chất lượng hàng hóa theo hợp đồng mua bán, phiếu giao hàng, hóa đơn hoặc vận đơn. Mỗi loại hàng hóa theo đặc tính của chúng, có các quy định cụ thể về phẩm cấp chất lượng, về bao bì đóng gói, về cân đo đong đếm trong quá trình giao nhận. Do đó, khi tiếp nhận loại hàng nào cần phải nắm vững tiêu chuẩn chất lượng và những quy định cụ thể về giao nhận liên quan đến mặt hàng đó để chuẩn bị các điều kiện, phương tiện cần thiết nhằm thực hiện tốt việc nhận hàng theo kế hoạch.

- Thứ hai, đưa nhanh hàng hóa từ nơi tiếp nhận về nơi bảo quản hoặc chế biến. Đây là một trong những nhiệm vụ quan trọng của công tác tiếp nhận hàng hóa của kho. Để thực hiện tốt nhiệm vụ này cần có kế hoạch phối hợp hoạt động giữa các khâu nhận hàng, bốc xếp, vận chuyển, bảo quản và chế biến kho.

6.6.1.2. Nguyên tắc nhập hàng ở kho

Mỗi loại hàng hóa có đặc điểm, tính chất riêng, mỗi nguồn hàng khi giao nhận có thể có những yêu cầu và quy định cụ thể. Dưới đây là những nguyên tắc chung cần phải tuân theo khi tiến hành nhận hàng ở kho.

- Một là, tất cả hàng hóa nhập kho phải có đầy đủ chứng từ hợp lệ. Tùy theo từng nguồn hàng nhập khác nhau, ngoài phiếu nhập kho hợp lệ phải có những chứng từ khác như hợp đồng kinh tế, phiếu xuất hàng, hóa đơn, vận đơn...theo những quy định hiện hành.

- Hai là, tất cả các hàng hóa nhập kho đều phải được kiểm nhận và kiểm nghiệm. Có những loại hàng phải thực hiện hóa nghiệm. Nếu khi tiếp nhận không kiểm nhận, kiểm nghiệm hoặc hóa nghiệm theo đúng quy định thì dẫn đến thiếu hụt hàng hóa, không đảm bảo chất lượng.

- Ba là, khi kiểm nhận, kiểm nghiệm hoặc hóa nghiệm, nếu thấy hàng hóa bị hư hỏng thiếu hụt hoặc có hiện tượng không bình thường về bao bì, đóng

gói thì phải tiến hành đầy đủ thủ tục theo đúng quy định của chế độ giao nhận với sự chứng kiến của các bên hữu quan để quy trách nhiệm rõ ràng.

- Bốn là, khi nhận hàng hóa xong phải ghi rõ số hàng hóa thực nhập, chất lượng của chúng và cùng với người giao hàng xác nhận vào các chứng từ hoặc các thủ tục khác theo chế độ giao nhận đã quy định.

6.6.1.3. Tổ chức nghiệp vụ nhận hàng ở kho.

* Chuẩn bị nhận hàng

Làm tốt công tác chuẩn bị nhận hàng có vai trò quan trọng trong công việc thực hiện kế hoạch tiếp nhận hàng hóa của kho. Công tác chuẩn bị nhận hàng bao gồm:

- Chuẩn bị kho chứa hàng: căn cứ vào loại hàng, số lượng, chủng loại sẽ nhận để chuẩn bị diện tích và vị trí kho hàng cho phù hợp với quy hoạch mặt bằng trong kho.

- Chuẩn bị phương tiện bốc dỡ, vận chuyển: để tiếp nhận được an toàn, kịp thời và đưa nhanh hàng hóa từ nơi tiếp nhận về đến nơi chế biến, bảo quản ở kho cần chuẩn bị các phương tiện bốc dỡ, vận chuyển phù hợp.

- Chuẩn bị các thiết bị dụng cụ cần thiết khác để thực hiện kiểm nhận, kiểm nghiệm hoặc hóa nghiệm phù hợp với yêu cầu quy định, cụ thể đối với từng lô hàng sẽ tiếp nhận.

- Chuẩn bị nhân lực để tiếp nhận gồm cán bộ, nhân viên tiếp nhận, công nhân bốc xếp vận chuyển phù hợp với khối lượng công việc. Cần sắp xếp, bố trí hợp lý, phân công trách nhiệm rõ ràng để mỗi người lao động, mỗi bộ phận công tác thực hiện tốt nhiệm vụ được giao.

- Chuẩn bị các chứng từ cần thiết có liên quan đến việc giao nhận hàng hóa, giải quyết kịp thời mọi tình huống, bảo đảm đúng nguyên tắc, thủ tục theo quy định.

* Tiến hành nghiệp vụ nhận hàng

- Nhận hàng theo số lượng: là dựa trên cách xác định số lượng hàng hóa thực có bằng cách cân, đong, đo, đếm và đối chiếu với số lượng hàng ghi trên các chứng từ kèm theo. Việc nhận hàng theo số lượng phải do bên nhận hàng trực tiếp kiểm tra và có bên giao hàng tham gia để phát hiện kịp thời tình trạng

thiếu hụt, mất mát, hư hỏng của hàng hóa để xác định nguyên nhân và quy rõ trách nhiệm. Đối với những hàng hóa nhận từ các đơn vị vận tải mà không có chủ hàng đi cùng thì người nhận hàng cùng với đại diện chủ phương tiện đó phối hợp kiểm tra.

- Nhận hàng theo chất lượng: là việc quan sát, phân tích thực trạng hàng hóa và đối chiếu với chất lượng theo yêu cầu đặt mua xem có phù hợp hay không. Nhận hàng theo chất lượng phải chú ý đến các nội dung sau: xác định tính chất cơ, lý hóa, thành phần, cơ cấu, hình thái, màu sắc, kích thước, mức độ hư hỏng, ký mã hiệu ...

- Phương pháp cảm quan giám định: là dựa vào tri thức và kinh nghiệm thực tế của nhân viên nghiệm thu, dùng các giác quan để đánh giá chất lượng hàng hóa.

- Phương pháp phân tích thí nghiệm: dựa vào tính chất vật lý, hóa học của hàng hóa, dùng các máy móc thiết bị, dụng cụ thí nghiệm, các chất hóa học để đánh giá chất lượng hàng hóa.

* Những trường hợp cần xử lý khi nhận hàng

- Trường hợp nhận hàng, chứng từ không hợp lệ, số lượng hàng hóa thực tế không khớp với hóa đơn, vận đơn; chất lượng hàng hóa không đúng tiêu chuẩn...đều phải lập biên bản có đại diện của các bên hữu quan xác nhận, làm rõ trách nhiệm của các bên liên quan và đề ra biện pháp xử lý kịp thời.

- Trường hợp nhận hàng mà thiếu hóa đơn thì bộ phận nghiệp vụ căn cứ vào hợp đồng kinh tế kế hoạch nhập hàng hoặc vận đơn... để lập phiếu nhập kho ghi “hàng nhập kho chưa có hóa đơn”; đồng thời vào sổ theo dõi “hóa đơn chưa đến”; khi có hóa đơn phải đối chiếu kiểm tra với số lượng hàng thực nhập rồi chuyển cho bộ phận nghiệp vụ vào sổ sách.

- Trường hợp nhận được hóa đơn mà hàng hóa chưa đến thì giải quyết như sau:

+ Trường hợp đã nhận trả tiền: bộ phận nghiệp vụ đối chiếu với hợp đồng kinh tế rồi chuyển cho bộ phận kế toán kiểm tra lại nội dung hóa đơn để ghi vào sổ: “Hàng đang đi trên đường”.

+ Trường hợp chưa nhận trả tiền: bộ phận nghiệp vụ ghi sổ theo dõi và giữ hóa đơn, đến khi hàng hóa đến sẽ giải quyết như trường hợp hàng hóa và hóa đơn đến cùng một lúc.

6.6.2. Nghiệp vụ xuất hàng ở kho.

6.6.2.1. Nhiệm vụ của nghiệp vụ xuất hàng

- Xuất đúng số lượng và chất lượng hàng hóa cho khách hàng theo các chứng từ giao hàng. Các chứng từ giao nhận phản ánh nhu cầu cụ thể của khách hàng về số lượng, chủng loại, chất lượng hàng hóa. Việc xuất hàng đảm bảo đúng, đủ, tốt theo nhu cầu của khách hàng là nhiệm vụ quan trọng của kho hàng cần được thực hiện một cách nghiêm túc.

- Giao hàng nhanh gọn, an toàn, thuận tiện cho người nhận. Để thực hiện tốt nhiệm vụ này kho cần chuẩn bị hàng hóa, phương tiện cần thiết, cán bộ giao nhận kiểm nghiệm thích hợp đối với từng đối tượng, phương thức giao hàng. Phối hợp đồng bộ giữa người xuất hàng với phương tiện nhằm thực hiện việc giao nhận nhanh gọn nhất, tiết kiệm mọi chi phí.

6.6.2.2. Các hình thức giao hàng

Trong thực tế có nhiều cách thức giao hàng, nhưng có thể khái quát thành những hình thức giao hàng chính sau đây:

- Giao hàng thẳng cho đơn vị nhận hàng. Đó là cách giao hàng cho đơn vị nhận hàng tại các địa điểm tiếp nhận (ga, cảng...) của kho. Trong trường hợp này, hàng hóa không phải đưa về kho của doanh nghiệp thương mại.

Hình thức này có thể được thực hiện bằng hai cách:

+ Thứ nhất: Các khách hàng đem phương tiện vận tải đến nhận hàng tại địa điểm tiếp nhận của kho.

+ Thứ hai: Các kho của doanh nghiệp thương mại, dùng phương tiện vận chuyển của mình (hoặc thuê ngoài) chở hàng hóa đến kho hàng của khách hàng tới địa điểm giao nhận do hai bên thỏa thuận trong hợp đồng mua bán hàng hóa và dịch vụ.

Áp dụng hình thức giao hàng thẳng cho phép giảm được các chi phí bốc dỡ, vận chuyển, giảm hao hụt hàng hóa và hàng hóa được lưu chuyển nhanh.

- Giao hàng hóa từ kho. Đó là hình thức giao hàng đã nhập vào kho của doanh nghiệp. Hình thức giao hàng đã nhập vào kho của doanh nghiệp. Hình thức giao qua kho cũng được thực hiện bằng 2 cách:

+ Thứ nhất: Giao hàng tại kho của doanh nghiệp thương mại. Trong trường hợp này khách hàng mang phương tiện vận tải (hoặc thuê) đến làm thủ tục và nhận hàng tại kho. Thủ kho căn cứ vào các chứng từ xuất kho để giao hàng cho người nhận.

+ Thứ hai: Kho chuẩn bị đầy đủ hàng hóa theo yêu cầu của khách hàng, chủ động phương tiện vận tải để chở hàng hóa đến tận kho (hoặc nơi yêu cầu) của khách hàng. Hình thức dịch vụ vận chuyển hàng đến tận nơi yêu cầu của khách đem lại nhiều thuận lợi và lợi ích kinh tế cho cả hai bên. Bởi vậy ngày nay hình thức này đang được phát triển rộng rãi ở các doanh nghiệp.

6.6.2.3. Nguyên tắc xuất hàng.

Để đảm bảo phục vụ kịp thời các yêu cầu của khách hàng và để thực hiện tốt nhiệm vụ giao hàng đúng số lượng, chất lượng, giao hàng nhanh gọn, an toàn, khi giao hàng cần thực hiện tốt các nguyên tắc sau đây:

- Tất cả hàng hóa khi xuất kho phải có phiếu xuất kho hợp lệ và chỉ được xuất hàng theo đúng số lượng, phẩm chất và quy cách ghi trong phiếu trong kho. Người nhận hàng phải có đầy đủ giấy tờ hợp lệ và có đủ thẩm quyền khi giao nhận hàng hóa.

- Trước khi giao hàng, cán bộ giao nhận, thủ kho phải làm tốt công tác chuẩn bị: Chuẩn bị hàng hóa theo đúng với số lượng và chất lượng, chủng loại ghi trong phiếu xuất hóa trong kho. Nếu phiếu xuất kho không sát với tình hình hàng hóa trong kho, thủ kho đề nghị người nhận hàng làm lại phiếu xuất kho khác, tuyệt đối không được tự ý sửa chữa chứng từ hoặc giao hàng hóa khác khi chưa có ý kiến của cấp có thẩm quyền.

- Căn cứ vào phiếu xuất kho, cán bộ giao nhận, thủ kho cùng với người nhận hàng kiểm tra số lượng, chất lượng hàng hóa và giải quyết các trường hợp phát sinh phù hợp với các quy định chung. Khi giao hàng xong, cán bộ giao nhận thủ kho cùng với người nhận hàng làm đầy đủ các thủ tục giao nhận hàng hóa.

- Hàng nhập trước xuất trước, hàng nhập sau xuất sau.

- Hàng xuất trong nội bộ phải có chữ ký của thủ trưởng trong phiếu (lệnh) xuất kho. Hàng xuất bán ra bên ngoài trên hóa đơn xuất kho phải có chữ ký của thủ trưởng đơn vị và chữ ký của kế toán trưởng.

6.6.2.4. Tổ chức nghiệp vụ xuất hàng.

* Công tác chuẩn bị xuất hàng

Xuất hàng là khâu cuối cùng của nghiệp vụ kho, phản ánh kết quả của quá trình từ khâu tiếp nhận, bảo quản và gia công chế biến hàng hóa ở kho. Nội dung của công tác chuẩn bị xuất hàng bao gồm:

- Đối chiếu giữa chứng từ xuất hàng với hàng hóa thực tế trong kho, xem có phù hợp với nhau không. Nếu không phù hợp giữa hàng hóa thực tế với phiếu xuất kho thì thủ kho phải kịp thời đề nghị với các bộ phận có liên quan làm lại phiếu xuất khác cho phù hợp.

- Chuẩn bị đầy đủ số hàng hóa như phiếu xuất kho đã ghi. Tùy theo yêu cầu của khách hàng và tình hình thực tế của hàng hóa trong kho mà tiến hành các công việc khác nhau như thu gom, phân loại, chọn lọc, làm đồng bộ, đóng gói... tạo điều kiện thuận lợi nhất cho việc giao nhận được nhanh gọn, chính xác và an toàn.

- Chuẩn bị các phương tiện và dụng cụ cần thiết đáp ứng được yêu cầu của công tác gia công chế biến, đóng gói, cân đo, bốc xếp, vận chuyển, kiểm nghiệm chất lượng hàng hóa... phù hợp với yêu cầu hàng hóa của khách hàng.

- Chuẩn bị đầy đủ nhân lực phù hợp với khối lượng và tính chất công việc để thực hiện tốt kế hoạch, tiến bộ giao hàng và chuẩn bị đầy đủ thủ tục, giấy tờ cần thiết để giao hàng được nhanh, gọn.

* Giao hàng

Tùy thuộc vào sự thỏa thuận của các bên mà có hình thức giao hàng thích hợp. Nhưng khi giao hàng thì phải do cả hai bên giao nhận thực hiện. Bên giao hàng giao đủ số lượng, chất lượng, quy cách chủng loại hàng hóa theo các thủ tục giao nhận đối với từng loại hàng hóa. Bên nhận hàng kiểm tra, kiểm nghiệm số hàng.

* Những trường hợp cần xử lý khi xuất hàng

Khi tiến hàng giao nhận hàng hóa với khách hàng, có thể xảy ra những trường hợp không bình thường, không đúng với kế hoạch, tiến độ... lúc đó cần có sự bàn bạc giữa hai bên để cùng nhau giải quyết thỏa đáng trên cơ sở của các nguyên tắc, chế độ đã quy định.

- Tất cả các hình thức giao hàng đều quy định trong một thời gian nhất định. Nếu một bên không chấp hành đúng thời hạn để lãng phí phương tiện, nhân lực, hư hao hàng hóa... thì bên đó phải chịu mọi phí tổn do việc không chấp hành thời hạn đó gây ra.

- Tất cả những trường hợp hư hỏng thừa thiếu, kém mất phẩm chất, không đồng bộ... trong lô hàng giao, nếu vẫn tiến hàng giao hàng cho khách, hai bên phải lập biên bản kiểm nghiệm tại chỗ, quy rõ trách nhiệm, làm cơ sở pháp lý cho việc xử lý sau này.

- Trường hợp giao hàng thiếu hoặc hàng không đúng yêu cầu của người mua hàng nếu khách hàng phát hiện, kiểm tra lại thấy đúng thì thủ kho phải giao đủ, giao đúng cho họ, không thấy được dây dưa kéo dài hoặc từ chối.

6.6.3. Nghiệp vụ bảo quản hàng hóa

Bảo quản hàng hóa là sự thống nhất giữa kỹ thuật bảo quản và nghiệp vụ bảo quản. Về mặt kỹ thuật bảo quản, mỗi loại hàng hóa có quy phạm bảo quản riêng. Nghiệp vụ bảo quản dựa trên cơ sở kỹ thuật bảo quản, tổ chức thực hiện việc dự trữ và bảo quản hàng hóa trong điều kiện môi trường tốt nhất, nhằm chống lại các ảnh hưởng có hại đến số lượng và chất lượng hàng hóa. Nghiệp vụ bảo quản gồm nhiều nội dung, tùy theo từng loại hàng hóa cụ thể có những nội dung khác nhau.

6.6.3.1. Lựa chọn kho và phân bố hàng hóa trong kho.

Có nhiều loại kho khác nhau: kho kín, kho hở, kho lộ thiên. Trong các loại kho kín lại được trang bị các thiết bị có thể đạt được yêu cầu về mặt kỹ thuật: kho có nhiệt độ thấp, kho có nhiệt độ, độ ẩm không thay đổi, kho có thể hạn chế với mức độ khác nhau về ánh sáng, độ ẩm và thời tiết như mưa nắng, gió, bão lụt... Đây chính là điều kiện của việc dự trữ và bảo quản và bảo vệ hàng hóa hàng hóa. Mỗi hàng hóa có đặc tính lý hóa khác nhau, có trạng thái, hình dáng, kích thước, điều kiện bao gói, yêu cầu về thời hạn dự trữ bảo quản khác

nhau và chịu ảnh hưởng của thời tiết khí hậu, côn trùng... gây hại khác nhau. Vì vậy, trước khi đưa hàng hóa vào kho phải lựa chọn kho và phân bố hàng hóa trong kho phù hợp với đặc tính lý hóa của hàng hóa.

Lựa chọn cho thích hợp và phân bố hàng hóa vào các nơi bảo quản chúng trong kho phù hợp là tiền đề không thể thiếu khi thực hiện tổ chức nghiệp vụ bảo quản hàng hóa. Có thể dựa vào quy hoạch kho và kiểm tra điều kiện vật chất – kỹ thuật thực tế của kho về đặc điểm xây dựng diện tích mặt bằng, độ cao của nhà kho, phương tiện chứa đựng và vận tải hàng hóa để quyết định lựa chọn kho theo nguyên tắc ưu tiên cho những hàng hóa ở từng nhóm bảo quản.

6.6.3.2. Định vị, định lượng hàng hóa trong kho.

Định vị hàng hóa ở kho là việc xác lập các ký hiệu riêng hay đánh số thứ tự cho nhà kho, gian kho, tầng giá, ô...theo sơ đồ chi tiết quy hoạch kho để cố định tương đối mỗi danh điểm mặt hàng vào một vị trí nhất định.

Định lượng hàng hóa ở kho là việc quy định số lượng (khối lượng) hàng hóa chứa trong một nhà kho, gian kho, giá, ô...tức là quy định số lượng hàng hóa tối đa mỗi vị trí để hàng phải đảm nhận.

Định vị và định lượng hàng hóa trong kho phải dựa vào các căn cứ sau:

- Phải căn cứ vào kết quả của quy hoạch chi tiết kho
- Phải căn cứ vào số lượng hàng hóa và danh điểm mặt hàng để cố định tương đối mỗi danh điểm vào một vị trí nhỏ nhất trong sơ đồ chi tiết quy hoạch kho thì chứa một mặt hàng cùng tên, cùng quy cách, kích thước.

- Phải căn cứ vào nguyên tắc dễ thấy, dễ lấy, dễ kiểm.

Phương pháp định vị, định lượng hàng hóa ở kho như sau:

- Phải thống nhất theo quy tắc nhất định trong cả khu vực kho, từng nhà kho, gian kho, tầng giá, ô...tránh hiện tượng trùng lặp hoặc không nhất quán từ tổng hợp đến chi tiết, từ chung đến riêng. Phải đảm bảo tất cả vị trí để hàng nhỏ nhất đều phải có ký hiệu riêng nằm trong ký hiệu chung và phù hợp với danh điểm mặt hàng dự trữ ở kho.

- Khi đặt ký hiệu rồi phải ghi ký hiệu vào sơ đồ chi tiết của quy hoạch kho, gắn nhãn hiệu có ký hiệu vào vị trí để hàng ở nơi dễ thấy để tiện việc theo dõi, tìm kiếm.

- Khi lập ký hiệu rồi phải để cách quãng (có những ký hiệu để trống) để khi có mặt hàng mới xuất hiện chỗ cần điền thêm ký hiệu.

- Các bộ phận có liên quan đến việc theo dõi kho, mặt hàng đều phải thống nhất kỹ hiệu, để dễ dàng tra cứu qua máy tính, vào sổ sách, chứng từ, tiện cho việc hoạt động nghiệp vụ quản lý.

6.6.3.3. Kê lót và chất xếp hàng hóa trong kho.

* Kê lót hàng hóa

Nền kho gắn liền với mặt đất nên dễ bị ẩm thấp do khí ẩm từ dưới đất và môi trường xung quanh truyền lên. Hàng hóa trực tiếp để trên nền kho dễ bị ẩm do hơi nước bốc lên và do không khí gần nền kho (sàn kho) không thoáng, nhiệt độ thấp, hơi nước dễ bốc thành giọt nước đọng lại làm cho hàng hóa bị ẩm ướt. Vì vậy, phải kê lót hàng hóa dự trữ ở kho.

Kê lót là một biện pháp cần thiết để giữ gìn phẩm chất hàng hóa, chống lại ảnh hưởng có hại của môi trường xung quanh.

Phần lớn hàng hóa bị han gỉ, hư hỏng, biến chất, mốc mục, bốc nóng là do độ ẩm quá lớn, do không được kê lót hoặc kê lót không đúng cách.

Việc xác định loại hàng hóa cần phải kê lót và kỹ thuật kê lót như thế nào phải căn cứ vào:

- Tính chất, đặc tính vật lý, hóa học và trạng thái của hàng hóa.
- Tình trạng bao bì của hàng hóa
- Vị trí nền kho, loại nền kho và độ cao của nền kho so với môi trường xung quanh
- Thời gian dự trữ và bảo quản hàng hóa đó dài hay ngắn.
- Tình hình thời tiết khí hậu nơi đặt kho.

Khi quyết định kê lót hay không kê lót một loại hàng hóa nào đó phải dựa vào cả năm căn cứ trên, không thể bỏ qua một căn cứ nào, bởi vì chúng có liên quan với nhau.

Ví dụ như hàng hóa đóng bao bì tốt không cần phải kê lót, nhưng nền kho thấp, ẩm và dự trữ trong thời gian dài thì phải kê lót.

Những loại hàng hóa có tính chất vật lý, hóa học khác nhau đòi hỏi phải dùng các phương tiện kê lót khác nhau. Điều này cần tránh là các loại dùng làm phương tiện kê lót và hàng hóa có tác dụng hóa học với nhau.

Những vật liệu thường được dùng để kê lót hàng hóa dự trữ bảo quản ở kho là gỗ, kim loại, bê tông cốt thép...dưới dạng bục kê, đôn kê, chân kê...

Trong thực tế, tùy theo điều kiện cụ thể của từng nơi và từng loại hàng, người ta dùng các nguyên vật liệu sẵn có rẻ tiền, chế tạo tại chỗ để kê lót chống ẩm như dùng tre ngâm, gỗ, dùng ván kê trên trụ xi măng, có nơi dùng trấu dày từ 10 đến 40cm...

Yêu cầu chung đối với vật liệu kê lót là: phải có độ vững chắc chịu được trọng tải của khối lượng hàng xếp lên, cơ cấu đơn giản, có thể thay thế lẫn nhau; có thể tạo hoặc mua sẵn tại địa phương; phải phù hợp với tính chất vật lý, hóa học của loại hàng được kê lót...

** Chất xếp hàng hóa trong kho*

Chất xếp hàng hóa trong kho là nghiệp vụ kinh tế - kỹ thuật quan trọng. Chất xếp hàng hóa trong kho phải bảo đảm yêu cầu sau:

- Tiết kiệm diện tích, dung tích nhà kho và trang thiết bị bảo quản.
- Đảm bảo an toàn hàng hóa.
- Thuận tiện cho công tác kiểm tra, kiểm kê và nắm vững lực lượng hàng hóa dự trữ.
- Đảm bảo tiết kiệm vật liệu kê lót và đảm bảo an toàn lao động trong kho.

** Có ba phương pháp chất xếp hàng hóa ở kho*

Một là: Phương pháp đổ đống

Phương pháp này thường áp dụng đối với loại hàng rời, không có bao bì như than, cát, sỏi, đá dăm, thạch cao, gạch vụn... và không đòi hỏi điều kiện bảo quản đặc biệt như tránh ẩm, tránh nóng...Đổ đống là đổ trực tiếp trên nền kho hoặc sàn, bãi kho.

Hai là: Phương pháp xếp đống

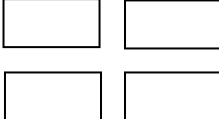
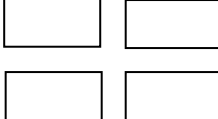
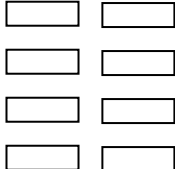
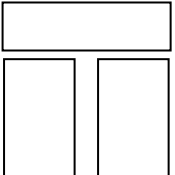
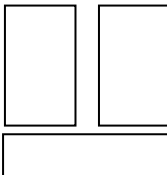
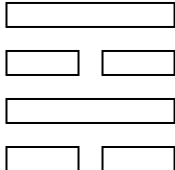
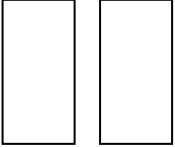

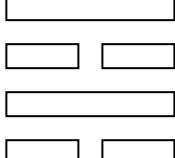
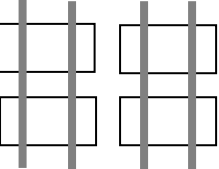
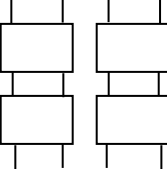
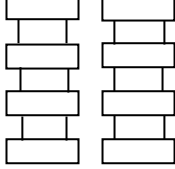
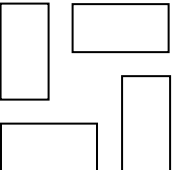
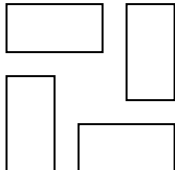
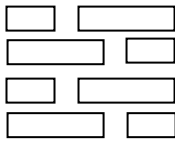
Phương pháp này áp dụng cho những hàng hóa ở dạng từng chiếc hoặc có bao gói, nhưng chúng phải có hình dạng, độ cứng nhất định, có khối lượng lớn đến mức độ nhất định với một mặt hàng chúng có kích thước giống nhau.

Có hai cách xếp chồng: xếp chồng hình lập phương và xếp chồng hình kim tự tháp.

1. Xếp chồng hình lập phương có 5 loại hình chủ yếu là: xếp thẳng, xếp trái ngược, xếp kiểu chữ thập, xếp cách ván và xếp kiểu miệng giếng.

Khi xếp chồng hình lập phương cần quy định cự ly hợp lý giữa các chồng hàng, giữa chồng hàng với tường, cột; nhất là quy định chiều cao của chồng hàng. Căn cứ để quy định chiều cao của chồng hàng:

Bảng 6.1: Xếp chồng hình lập phương

| Hình thức chất xếp | Lớp thứ nhất (trên nhìn xuống) | Lớp thứ 2 (trên nhìn xuống) | Phía bên chồng hàng |
|--------------------|---|--|---|
| Xếp thẳng |  |  |  |
| Xếp trái ngược |  |  |  |
| Xếp chữ thập |  |  |  |
| Xếp cách ván |  |  |  |
| Xếp miệng giếng |  |  |  |

+ Trọng tải theo thiết kế trên 1m^2 diện tích nền kho

+ Tình trạng bao bì của hàng hóa: sự bền vững (độ chịu nén) của bao bì khi xếp nhiều lớp bảo đảm an toàn hàng hóa chứa trong bao bì và không làm biến dạng bao bì, đặc biệt các bao bì lớp dưới cùng.

+ Điều kiện, phương tiện xếp dỡ của kho và an toàn lao động trong kho.

Có nhiều loại hàng hóa cồng kềnh, nặng nề, quá khổ, quá cỡ...phải có phương tiện cơ giới mới xếp dỡ được. Có loại hàng hóa xếp dỡ bằng thủ công bị hạn chế bởi chiều cao của người công nhân xếp dỡ, nhưng có phương tiện cơ giới có thể xếp cao hơn.

2. Xếp đồng hình kim tự tháp có hai loại hình chủ yếu: xếp tóm hai bên (như kiểu mái nhà thông dụng) và xếp tóm bốn bên (như hình chóp)

Xếp đồng hình kim tự tháp thì lớp trên nhỏ hơn lớp dưới. Loại hình này thường áp dụng đối với loại hàng hóa chứa trong bao bì mềm, hoặc bao bì cứng nhưng bên trong không hoàn toàn đồng chất, những loại hàng hóa xếp trong bao bì khi bị đổ dễ xảy ra hư hỏng.

Xếp đồng hình kim tự tháp có ưu điểm: chồng hàng khá vững chắc, trọng lượng đồng hàng được phân bổ đều; đồng hàng không bị hạn chế về diện tích. Nhược điểm không triệt để tận dụng dung tích kho.

Ba là: Phương pháp xếp trên giá

Phương pháp này được áp dụng đối với những loại hàng hóa có nhiều loại, kiểu, quy cách, kích thước, trọng lượng tương đối nhẹ, không thể để lẫn lộn với nhau dễ sinh ra nhầm lẫn. Nếu xếp trực tiếp trên nền kho, sàn kho thì không xếp được nhiều, dễ hư hỏng, không tận dụng được trọng tải nền kho và dung tích nhà kho.

Khi xếp trên giá cần chú ý:

- Số lượng hàng hóa xếp trong một ô hoặc nâng nên quy định một số lượng nhất định (chẵn – lẻ). Sắp xếp trong một giá và toàn bộ giá để hàng phải theo trình tự: hàng nhẹ để trên cao, hàng nặng ở dưới thấp, hàng xuất nhập khẩu nhiều ở nơi thuận tiện (dễ lấy).

- Phải căn cứ vào danh điểm và khối lượng của từng danh điểm, vào điều kiện cụ thể của thiết bị bảo quản theo nguyên tắc ưu tiên những mặt hàng cần được xếp trước và khối lượng hàng xếp trên giá.

- Phải tận dụng tối đa diện tích và dung tích mỗi ô, ngăn để dự trữ và bảo quản tối đa hàng trên cơ sở định mức lượng hàng cho phép mỗi ngăn, theo thiết kế.

6.6.3.4. Điều hòa nhiệt độ và độ ẩm trong kho.

Nhiệt độ và độ ẩm là hai yếu tố có ảnh hưởng rất lớn đến sự biến đổi lý hóa tính của nhiều loại hàng hóa trong quá trình dự trữ và bảo quản.

Nhiệt độ và độ ẩm của không khí là quan trọng nhất vì nó là môi trường bao quanh. Nó ảnh hưởng trực tiếp và thường xuyên đến nhiệt độ và thủy phân của hàng hóa dự trữ trong kho.

Trong việc bảo quản hàng hóa chúng ta cần chú ý tới nhiệt độ của môi trường, đặc biệt là không khí. Nhiệt độ của không khí là một trong những yếu tố cơ bản ảnh hưởng đến tốc độ của các quá trình biến đổi vật chất của hàng hóa. Khi nhiệt độ của không khí tăng hay giảm, nhiệt độ của bản thân hàng hóa cũng tăng lên hay giảm đi, nhiệt độ cao làm cho một số hàng hóa dễ biến chất, hóa già, tự bốc cháy, sinh nỏ. Nhiệt độ tăng làm tăng thể tích của loại hàng hóa ở thể lỏng như các loại hóa chất, xăng dầu, diesel... có thể làm tràn ra khỏi bao bì, làm hư hỏng, biến dạng bao bì.

Ở nước ta, nhiệt độ quá thấp ít xảy ra, nhưng biên độ dao động giữa nhiệt độ thấp và cao nhất khá lớn, đặc biệt về mùa hè nhiệt độ khá cao.

Sự thay đổi về nhiệt độ và nhiệt độ cao ảnh hưởng rất lớn đến việc bảo quản hàng hóa. Vì vậy, đòi hỏi cán bộ nhân viên công tác kho phải nắm được đặc điểm khí hậu nước ta, đặc biệt biến động nhiệt độ ở vùng đặt kho, khiến cho kho lúc nào cũng có nhiệt độ cần thiết. Đối với hệ thống kho có máy điều hòa nhiệt độ cần thường xuyên theo dõi và điều hòa nhiệt độ ở mức cần thiết. Đối với loại kho chưa có máy điều hòa nhiệt độ có thể dùng các biện pháp sau:

- Lợi dụng khí hậu thiên nhiên để thông hơi, thông gió. Khi nhiệt độ không khí ngoài kho thấp hơn nhiệt độ không khí trong kho, mở các cửa thông gió, cửa sổ để hạ bớt nhiệt độ.

- Hạn chế bớt nhiệt độ cao của môi trường truyền vào kho. Có thể làm thêm trần bằng cát, cát ép, gỗ dán, ván sê hay vôi rơm tùy theo từng loại nhà kho, có thể làm tường hai lớp, mái hai tầng giữa có lớp vật liệu cách nhiệt hoặc dưới mái phải có ống hút gió lùa qua.

- Hạn chế ánh nắng mặt trời chiếu vào kho. Quét vôi trắng xung quanh tường kho, bao bì. Dùng liếp che, dùng lá, cỏ, rơm rạ phủ lên mái ngó hoặc trồng cây xung quanh kho.

- Tự chế các loại quạt gió người kéo để không khí trong kho lưu thông
- Dùng vải bị kín đóng hàng.
- Có hệ thống vòi nước làm lạnh.

Về độ ẩm hiểu một cách đơn giản là lượng nước (hoặc hơi nước) có chứa trong một đơn vị vật thể hoặc môi trường. Độ ẩm của hàng hóa, của môi trường như độ ẩm của không khí, của nền kho, của tường kho... và xung quanh là những yếu tố quyết định đến độ ẩm trong kho. Trong đó, độ ẩm của không khí là quan trọng nhất.

Cán bộ nhân viên làm công tác bảo quản hàng hóa cần phải nắm được độ ẩm không khí ở kho có chứa các hàng hóa chịu ảnh hưởng nhiều bởi độ ẩm.

Nước ta, đặc biệt từ đèo Hải Vân trở ra miền Bắc là khu vực có độ ẩm tương đối thường xuyên cao. Độ ẩm tương đối cao và kéo dài kết hợp với nhiệt độ cao sẽ gây ra nhiều tác hại đối với hàng hóa dự trữ. Tốc độ ăn mòn của kim loại tăng lên nhanh. Hàng hóa cấu tạo bằng kim loại dễ bị gỉ, vật liệu dễ bị ẩm mốc, gỗ dễ bị mục, cao su dễ bị hóa già. Những chất háo nước dễ hút nước, côn trùng, vật gặm nhấm sinh sôi và phát triển nhanh.

Để bảo vệ chất lượng hàng hóa ở kho cần phải khống chế và điều hòa độ ẩm. Ở các kho hiện đại người ta trang bị các phương tiện điều hòa được nhiệt độ và độ ẩm, có thể đảm bảo nhiệt độ, độ ẩm không thay đổi ở một chỉ tiêu nào đó. Ở các kho thông thường cần phải có biện pháp để hạ thấp nhiệt độ. Những biện pháp đó là:

- Thông hơi thông gió để hạ bớt độ ẩm. Khi không khí bên ngoài khô có thể mở các cửa thông gió, cửa sổ, cửa nhà kho cho không khí lùa vào kho. Điều kiện để mở cửa kho để thông gió, hạ bớt độ ẩm là: khi quan sát ẩm kế nhiệt biểu,

nếu thấy có sự chênh lệch giữa bên ẩm và bên khô 4°C trở lên, có thể thông gió và kho được mở với điều kiện bên ngoài trời không mưa, không có sương mù, gió cấp 3 trở xuống, nhiệt độ ngoài trời không dưới 10°C và không cao quá 30°C . Độ ẩm tuyệt đối ngoài kho thấp hơn độ ẩm tuyệt đối trong kho.

- Dùng các chất hóa học để hút ẩm. Những chất có tác dụng hút hơi nước trong không khí như Clorua canxi... ở một số kho người ta dùng vôi chưa tôi, than củi để hút ẩm. Khi dùng loại này cần chú ý ảnh hưởng của nó tới hàng hóa dự trữ và đề phòng bụi bẩn.

- Có hệ thống thoát nước nhanh. Để đề phòng trời mưa lớn và khi dùng nước xong, kho phải có hệ thống thoát nước nhanh ra khỏi vùng kho. Tạo cho nền kho cao hơn tương đối so với xung quanh – chống dột. Không để trong kho và gần nhà kho có chỗ đọng nước hoặc nền ẩm thấp... phía dưới nền kho có thể xây cuộn cho gió lùa vào phía dưới làm nền kho.

- Dùng nhiệt độ cao để hạ thấp độ ẩm. Hàng hóa ướt có độ ẩm cao phải phơi nơi khô hoặc dùng không khí nóng làm khô trước khi đưa vào vị trí bảo quản. Có thể dùng các chất không thấm nước (ni-lon, bao nhựa...) gói lại để cách ly.

6.6.3.5. Thường xuyên kiểm tra chăm sóc hàng hóa và vệ sinh kho.

Kịp thời tìm ra nguyên nhân, những thiếu sót đe dọa số lượng và chất lượng hàng hóa dự trữ trong kho và sớm có những biện pháp tương ứng, hữu hiệu để khắc phục những ảnh hưởng có hại đòi hỏi phải thường xuyên kiểm tra chăm sóc hàng hóa dự trữ.

Kinh nghiệm ở các kho bảo quản hàng hóa đã chỉ rõ: đây là một biện pháp rất có hiệu quả để ngăn ngừa và khắc phục kịp thời những nguyên nhân, những thiếu sót ảnh hưởng lớn đến hàng hóa, hạn chế được nhiều thiệt hại, lại khá đơn giản và ít tốn kém, nhưng lại đòi hỏi phải thực hiện kiên trì, cẩn thận, có tinh thần trách nhiệm, thường xuyên và phải quy định thành chế độ trong việc thực hiện.

Chế độ vệ sinh trong kho bao gồm các nội dung chính sau:

- Quy định việc lau chùi, quét dọn các khu vực trong kho, các nơi bảo quản, nơi xuất nhập, các thiết bị, dụng cụ và hàng hóa sự trữ bảo quản. Phải

hàng ngày quét dọn nơi làm việc, nhà kho, trần kho, hệ thống cửa kho, hệ thống thải nước. Phải lau chùi các thiết bị dụng cụ khi làm việc xong. Phải quy định chế độ kiểm tra vệ sinh đối với loại hàng hóa cần giữ vệ sinh khi nhập kho cũng như khi xuất kho.

- Quy định vệ sinh cá nhân đối với cán bộ, công nhân viên công tác trong kho. Tùy theo yêu cầu vệ sinh đối với loại hàng hóa dự trữ trong kho, cần quy định thành nội quy, hoặc chế độ vệ sinh cá nhân đối với công nhân khi làm việc trong kho.

- Quy định chế độ vệ sinh ở kho và kiểm tra vệ sinh. Quy định những đơn vị làm vệ sinh hàng ngày, hàng tuần, hàng tháng. Những công việc vệ sinh phải thực hiện và số cán bộ, công nhân viên tham gia. Mặt khác, phải quy định chế độ kiểm tra vệ sinh có các bộ phận có liên quan tham gia, có nhận xét, có đánh giá. Việc kiểm tra vệ sinh là nhằm đưa công tác này đi vào nề nếp, vừa nâng cao tinh thần tự giác, ý thức trách nhiệm của cán bộ công nhân viên công tác kho, vừa là hoạt động nghiệp vụ cần phải thường xuyên, nghiêm túc.

Bài tập

1. Trình bày những hiểu biết của anh chị về kho bãi và vai trò của kho bãi?
2. Chức năng của kho bãi.
3. Các loại kho? Trình bày đặc điểm của từng loại kho.
4. Trình bày các nghiệp vụ giao nhận hàng hóa trong kho?
5. Các công việc cần thực hiện trong quá trình bảo quản hàng hóa trong kho là gì?
6. Bài tập thảo luận nhóm

Trong buổi lễ khánh thành giai đoạn II trung tâm kho vận của công ty Diethelm Việt Nam thuộc tập đoàn Diethelm Keller Siber Hegner (DKSH), Thụy Sĩ, tại khu công nghiệp Việt Nam – Singapore (Bình Dương), Tiến sĩ Joerg Wolle, chủ tịch kiêm giám đốc điều hành tập đoàn DKSH đã phát biểu: “Trong năm 2004 doanh số của công ty Việt Nam đạt khoảng 5 triệu USD đối với các dịch vụ kho vận. Khi chúng tôi bắt đầu hoạt động trở lại Việt Nam vào năm 1999 với qui mô rất nhỏ, số tiền đầu tư lúc đó là 2.5 triệu USD. Đến tháng 2 năm 2002, chúng tôi đã tăng vốn lên 4,5 triệu USD và tháng 7 năm 2004 vừa qua, số vốn đầu tư tăng lên 6 triệu USD. Sau một thời gian hoạt động, đến nay chỉ tính cho 2 dịch vụ kho vận và giao hàng đã tăng lên 45 lần. Chúng tôi vừa đầu tư thêm 1,5 triệu USD, nâng tổng số vốn đầu tư lên 6 triệu USD mua 12.000m² đất liền kề, để xây dựng giai đoạn III trung tâm kho vận Diethelm Việt Nam. Dự kiến, trung tâm sẽ khởi công vào giữa năm 2006 và chính thức đi vào hoạt động vào tháng 6 sau đó. Lúc đó, Diethelm Việt Nam sẽ trở thành một trong những trung tâm kho vận lớn nhất Việt Nam với tổng diện tích kho bãi lên đến 27.000m² và có sức chứa hơn 22.000 palet”.

Vận dụng những kiến thức đã học về Quản trị Logistics nói chung và quản trị kho bãi nói riêng, anh chị có suy nghĩ gì về lời phát biểu của Tiến sĩ Joerg Wolle về vai trò, tiềm năng, xu thế phát triển... của ngành kho bãi tại vùng kinh tế trọng điểm phía Nam và đề xuất các giải pháp phát triển kho bãi ở khu vực này, như một bộ phận của ngành logistics.

Tài liệu tham khảo

1. PGS.TS. Đoàn Thị Hồng Vân, Quản Trị Logistics, Nhà Xuất bản Thống Kê, 2006.
2. PGS.TS. Đoàn Thị Hồng Vân, Logistics – Những vấn đề cơ bản, nhà xuất bản Thống Kê, 2003.
3. Cục Quản lý cạnh tranh và Tổng công ty Hàng Hải Việt Nam- TS.Dương Chí Dũng – TS.Đinh Thị Mỹ Loan, Sổ tay kinh doanh Logistics, Nhà xuất bản Tài Chính, 2008.
4. James R.Stock and Douglas M. Lambert, Strategic Logistics Management, McGraw-Hill, New York, 2001.
5. Donal Water, Logistics – An Introduction to Supply Chain and Management, Palgrave Macmillan, 2003.
6. John Fernie and Leigh Sparks, Logistics and Retail Management, Kogan Page, 2004.
7. Website: Vietnam's Supply Chain and Logistics Blog:
www.360vietnam.com/scm/
8. Website: www.apllogistics.com
9. Website: www.maersk-logistics.com