Đồng chủ biên
GS.TS. Đặng Đình Đào - PGS. TS. Trần Văn Bão
TS. Phạm Cảnh Huy - TS. Đặng Thị Thúy Hồng

GIÁO TRÌNH
QUẢN TRỊ LOGISTICS

(Dùng cho ngành Kinh tế và Quản trị kinh doanh)



NHÀ XUẤT BẢN TÀI CHÍNH

Đồng chủ biên

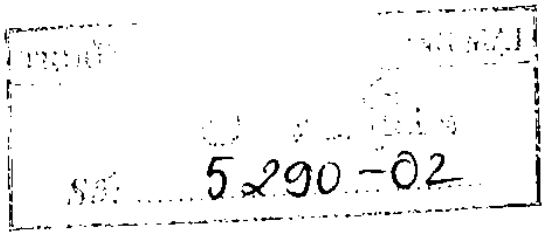
GS. TS. ĐẶNG ĐÌNH ĐÀO, PGS. TS. TRẦN VĂN BÃO

TS. PHẠM CẢNH HUY, TS. ĐẶNG THỊ THÚY HỒNG

GIÁO TRÌNH

QUẢN TRỊ LOGISTICS

(Dùng cho ngành Kinh tế và Quản trị kinh doanh)



NHÀ XUẤT BẢN TÀI CHÍNH

MỤC LỤC

LỜI NÓI ĐẦU 7

Chương 1. NHỮNG VẤN ĐỀ CHUNG VỀ LOGISTICS 9

1.1. Khái quát về Logistics 9

1.2. Phân loại và vai trò của hoạt động Logistics 26

1.3. Đặc trưng và yêu cầu cơ bản của Logistics 34

1.4. Hệ thống chỉ tiêu đánh giá hoạt động Logistics của doanh nghiệp 44

1.5. Câu hỏi ôn tập và thảo luận 48

CHƯƠNG 2. QUẢN TRỊ LOGISTICS DOANH NGHIỆP 49

2.1. Khái quát quản trị Logistics doanh nghiệp 49

2.2. Nội dung quản trị Logistics đầu vào 59

2.3. Nội dung quản trị logisics đầu ra 62

2.4. Câu hỏi ôn tập và thảo luận 72

CHƯƠNG 3. CƠ SỞ CỦA QUẢN TRỊ LOGISTICS 73

3.1. Ý nghĩa của việc tiết kiệm trong sản xuất kinh doanh 73

3.2. Phương pháp định mức tiêu dùng các yếu tố vật chất của sản xuất 74

3.3. Hệ thống các chỉ tiêu sử dụng các yếu tố vật chất 81

3.4. Nguồn và biện pháp tiết kiệm trong sản xuất kinh doanh 86

3.5. Xác định hiệu quả của những biện pháp cải tiến sử dụng các yếu tố vật chất 92

3.6. Câu hỏi ôn tập và thảo luận 94

CHƯƠNG 4. QUẢN TRỊ NHU CẦU 95

4.1. Nhu cầu vật tư và những đặc trưng cơ bản 95

4.2. Kết cấu nhu cầu vật tư và các nhân tố hình thành 98

4.3. Các phương pháp xác định nhu cầu vật tư của doanh nghiệp 104

4.4. Phương pháp tính toán nhu cầu vật tư cho kế hoạch sản xuất một loại sản phẩm 114

4.5. Phương pháp xác định các nguồn hàng để đáp ứng nhu cầu doanh nghiệp 118
4.6. Câu hỏi ôn tập và thảo luận 120
CHƯƠNG 5. QUẢN TRỊ DỰ TRỮ 121
5.1. Khái quát về dự trữ hàng hoá 121
5.2. Dự trữ sản xuất 124
5.3. Định mức dự trữ sản xuất 127
5.4. Quản lý dự trữ ở doanh nghiệp 138
5.5. Theo dõi và điều chỉnh dự trữ 147
5.6. Câu hỏi ôn tập và thảo luận 151
CHƯƠNG 6. QUẢN TRỊ KHO HÀNG HÓA 152
6.1. Khái niệm và vai trò của kho hàng hóa 152
6.2. Chức năng kho và các loại nhà kho 154
6. 3. Tổ chức quản lý kho và các chỉ tiêu về hoạt động kinh doanh kho hàng 158
6.4. Chế độ trách nhiệm vật chất đối với cán bộ công tác kho 165
6.5. Công tác kiểm tra, kiểm kê ở kho 166
6.6. Các chỉ tiêu đánh giá hoạt động kinh doanh kho hàng 169
6.7. Câu hỏi ôn tập và thảo luận 179
CHƯƠNG 7. QUẢN TRỊ DỊCH VỤ GIAO NHẬN HÀNG HÓA 180
7.1. Khái quát về giao nhận và người giao nhận 180
7.2. Dịch vụ Giao nhận hàng hóa 187
7.3. Câu hỏi ôn tập và thảo luận 195
CHƯƠNG 8. THIẾT LẬP CÁC MỐI QUAN HỆ KINH TẾ TRONG HOẠT ĐỘNG LOGISTICS 196
8.1. Bản chất và đặc trưng của các mối quan hệ kinh tế trong hoạt động Logistics 196
8.2. Hệ thống các mối quan hệ kinh tế trong hoạt động Logistics 198
8.3. Quan hệ kinh tế trực tiếp và quan hệ kinh tế gián tiếp trong hoạt động Logistics 200

8.4. Tổ chức các mối quan hệ kinh tế trong hoạt động Logistics.....205
8.5. Cơ sở pháp lý của các mối quan hệ kinh tế.....210
8.6. Câu hỏi ôn tập và thảo luận.....234

CHƯƠNG 9. HỆ THỐNG THÔNG TIN LOGISTICS 236
9.1. Khái quát về Công nghệ thông tin Logistics.....236
9.2. Hệ thống thông tin Logistics.....240
9.3. Các hệ thống phần mềm ứng dụng trong Logistics.....247
9.4. Câu hỏi ôn tập và thảo luận.....253

CHƯƠNG 10. QUẢN TRỊ DỊCH VỤ KHÁCH HÀNG 254
10.1. Khái niệm dịch vụ khách hàng.....254
10.2. Xây dựng chiến lược dịch vụ khách hàng.....262
10.3. Tiêu chuẩn đánh giá dịch vụ khách hàng.....270
10.4. Hoàn thiện hoạt động dịch vụ khách hàng.....272
10.5. Câu hỏi ôn tập và thảo luận.....273

CHƯƠNG 11. NHỮNG ĐIỀU CẦN BIẾT TRONG QUẢN TRỊ LOGISTICS 274
11.1. Các cam kết của Việt Nam trong tổ chức Thương mại thế giới (WTO).....274
11.2. Các thỏa thuận khu vực.....288
11.3. Một số tập quán quốc tế.....311
11.4. Câu hỏi ôn tập và thảo luận.....307

TÀI LIỆU THAM KHẢO

LỜI NÓI ĐẦU

Sự thay đổi nhanh chóng của môi trường kinh doanh và sự phát triển của khoa học công nghệ, đặc biệt là công nghệ thông tin đã ảnh hưởng to lớn đến quản trị Logistics ở các doanh nghiệp. Điều này đòi hỏi các doanh nghiệp phải có cách thức tiếp cận thực tế và khoa học trong quá trình tổ chức và quản lý các hoạt động Logistics. Nói đến Logistics là nói đến hiệu quả, nói đến tối ưu hóa trong các ngành, các doanh nghiệp và nền kinh tế quốc dân, quan điểm Logistics đồng nghĩa với quan điểm hiệu quả cả quá trình, chuỗi cung ứng, nó đối lập với lợi ích cục bộ, lợi ích nhóm mà làm tổn hại đến lợi ích toàn cục, lợi ích quốc gia. Vì vậy, các doanh nghiệp phải xác định một cách rõ ràng tầm quan trọng, mục tiêu và nội dung của các hoạt động Logistics trong điều kiện thị trường cạnh tranh ngày càng gay gắt hơn; Khả năng ứng dụng những tiến bộ của công nghệ thông tin vào quá trình kế hoạch hoá và tổ chức các hoạt động Logistics; Nâng cao năng lực và kỹ năng cho các nhân viên hoạt động trong lĩnh vực Logistics.

Giáo trình quản trị Logistics được biên soạn nhằm đáp ứng yêu cầu giảng dạy và học tập ngày càng mở rộng ở các trường Đại học Kinh tế do GS.TS. Đặng Đình Đào, PGS.TS. Trần Văn Bão, TS. Phạm Cảnh Huy và TS. Đặng Thị Thúy Hồng, chịu trách nhiệm đồng chủ biên. ***Quản trị Logistics*** là một trong những môn học quan trọng trong đào tạo ngành Kinh tế và Quản trị kinh doanh, giáo trình có thể được dùng làm tài liệu tham khảo bổ ích cho các nhà doanh nghiệp, sinh viên các trường đại học kinh tế.

Nội dung giáo trình tập trung chủ yếu vào quản trị các hoạt động Logistics đầu vào (Inbound Logistics) và các hoạt động Logistics đầu ra (Outbound Logistics)

Tham gia biên soạn giáo trình lần này gồm:

- *GS.TS. Đặng Đình Đào, TS. Phạm Cảnh Huy, viết chương 1.*
- *TS, Đặng Thị Thúy Hồng, TS. Phạm Thị Lụa, ThS. Trần Đức Hạnh, viết chương 2, mục 5.5, chương 5.*
- *PGS.TS. Nguyễn Thị Xuân Hương, ThS. Đoàn Thị Hồng Anh, viết chương 3, mục 4.4 chương 4.*
- *TS. Đinh Lê Hải Hà, TS. Nguyễn Thị Hồng Cẩm, ThS. Vũ Thị Nữ, viết chương 4, mục 2.4 chương 2.*
- *PGS.TS. Nguyễn Văn Tuấn, TS. Phạm Thị Thanh Xuân, viết chương 5, mục 6.6 chương 6.*
- *PGS.TS. Trần Văn Bão, PGS.TS. Trương Tấn Quân và ThS. Kiều Thị Hường, viết các chương 6, 7.*
- *TS. Trần Hoàng Long, ThS. Phạm Quang Huy, viết chương 8*
- *ThS. Phạm Thảo, ThS. Nguyễn Quỳnh Mai, viết chương 9.*
- *PGS.TS. Nguyễn Minh Ngọc, Ths. Lê Thùy Dương, viết chương 10*
- *TS. Nguyễn Thị Diệu Chi, ThS. Nguyễn Thị Minh Nguyệt , ThS. Trần Hoàng Kiên, viết chương 11.*

Mặc dù có rất nhiều cố gắng lựa chọn, tiếp thu thành tựu của các tài liệu đã có trong và ngoài nước, bám sát thực tiễn hoạt động Logistics doanh nghiệp hiện nay, nhưng với thời gian và trình độ có hạn nên giáo trình biên soạn lần này không tránh khỏi những thiếu sót. Tập thể tác giả mong nhận được ý kiến đóng góp của bạn đọc để lần xuất bản sau được tốt hơn.

TM tập thể tác giả

GS.TS. Đặng Đình Đào

Chương 1

NHỮNG VẤN ĐỀ CHUNG VỀ LOGISTICS

Phạm vi chương

Logistics có vai trò quan trọng trong nền kinh tế quốc dân và là "dịch vụ cơ sở hạ tầng" có giá trị gia tăng cao trong các ngành dịch vụ. Chương này đề cập đến các nội dung cơ bản về Logistics và dịch vụ Logistics; Phân loại và vai trò của hoạt động Logistics; Đặc trưng và yêu cầu cơ bản của Logistics; Hệ thống chỉ tiêu đánh giá hoạt động Logistics.

1.1. Khái quát về Logistics

1.1.1. Lược sử phát triển Logistics

Logistics hoàn toàn không phải là khái niệm quá xa lạ, cho dù một thực tế là cũng không phải nhiều người am hiểu sâu sắc về vấn đề này. Logistics đã xuất hiện từ lâu trong lịch sử phát triển của nhân loại[1]. Cho đến nay, ở nước ta, vẫn chưa tìm được thuật ngữ thống nhất, phù hợp để dịch từ Logistics sang tiếng Việt. Có tài liệu dịch là hậu cần, có tài liệu dịch là tiếp vận hoặc tổ chức cung ứng, đảm bảo, thậm chí là giao nhận... Tuy nhiên, có thể thấy rằng tất cả các cách dịch đó đều chưa thỏa đáng, chưa phản ánh đúng đắn và đầy đủ bản chất của Logistics. Vì vậy, giữ nguyên thuật ngữ Logistics như trong Luật thương mại

---

[1] Ở Phương Đông, theo sử ký Tư Mã Thiên, thời Hán Cao Tổ Lưu Bang xây dựng Nhà Hán, Trương Lương lần đầu tiên đưa ra khái niệm hậu cần và do Tiêu Hà phụ trách, năm 202 trước Công nguyên. Ở Phương Tây, thời kỳ Hy Lạp cổ đại, đế chế Roman và Byzantine đã có sĩ quan "Logistikas" - Người chịu trách nhiệm về các vấn đề tài chính ,cung cấp và phân phối.

2005 là cần thiết, không dịch sang tiếng Việt và bổ sung thêm thuật ngữ này vào vốn từ tiếng Việt của chúng ta.

Ngày nay, Logistics đã hiện diện trong rất nhiều lĩnh vực khác nhau của nền kinh tế, mau chóng phát triển và mang lại thành công cho nhiều công ty và tập đoàn đa quốc gia nổi tiếng trên thế giới. Tuy nhiên, một điều thực tế là Logistics được phát minh và ứng dụng lần đầu tiên không phải trong hoạt động thương mại mà là trong lĩnh vực quân sự. Napoleon đã từng định nghĩa: *"Logistics là hoạt động để duy trì lực lượng quân đội"* và ông cũng đã từng nói: *"Kẻ nghiệp dư bàn về chiến thuật, người chuyên nghiệp bàn về Logistics"*. Logistics được các quốc gia ứng dụng rất rộng rãi trong hai cuộc Đại chiến thế giới để di chuyển lực lượng quân đội cùng với một khối lượng lớn vũ khí và đảm bảo hậu cần cho lực lượng tham chiến. Hiệu quả của hoạt động Logistics là yếu tố có tác động rất lớn tới thành bại trên chiến trường. Cuộc đổ bộ thành công của quân đồng minh vào vùng Normandie tháng 6/1944 chính là nhờ vào sự nỗ lực của khâu chuẩn bị hậu cần và quy mô của các phương tiện hậu cần được triển khai.

Sau khi chiến tranh thế giới lần thứ II kết thúc, các chuyên gia Logistics trong quân đội đã áp dụng các kỹ năng Logistics của họ trong hoạt động tái thiết kinh tế thời hậu chiến. Đây cũng là lúc hoạt động Logistics trong thương mại lần đầu tiên được ứng dụng và triển khai. Trước những năm 1950, công việc Logistics chỉ đơn thuần là một hoạt động chức năng đơn lẻ. Trong khi các lĩnh vực marketing và quản trị sản xuất đã có những chuyển biến rất lớn thì vẫn chưa hình thành một quan điểm khoa học về quản trị Logistics một cách hiệu quả. Sự phát triển nhanh

chóng của khoa học công nghệ và quản lý cuối thế kỷ XX đã tạo cho Logistics bước phát triển mới, có thể gọi đó là giai đoạn phục hưng của Logistics (Logistical renaissance). Trong lịch sử Việt Nam, hai người đầu tiên ứng dụng thành công Logistics trong hoạt động quân sự chính là vua Quang Trung - Nguyễn Huệ trong cuộc hành quân thần tốc ra miền Bắc đại phá quân Thanh (1789) và sau đó là Đại tướng Võ Nguyên Giáp trong chiến dịch Điện Biên Phủ (1954) và chiến dịch giải phóng miền Nam thống nhất đất nước - Trên tuyến đường mòn Hồ Chí Minh lịch sử (1975).

Trong lịch sử phát triển, Logistics được nghiên cứu và áp dụng trong lĩnh vực kinh doanh, nếu giữa thế kỷ XX rất hiếm doanh nghiệp hiểu được Logistics là gì, thì đến cuối thế kỉ, Logistics được ghi nhận như một chức năng kinh tế chủ yếu, một công cụ hữu hiệu mang lại thành công cho các doanh nghiệp cả trong khu vực sản xuất lẫn trong khu vực dịch vụ.

Theo Uỷ ban Kinh tế và Xã hội châu Á - Thái Bình Dương (Economic and Social Commission for Asia and the Pacific - ESCAP), Logistics phát triển qua 3 giai đoạn - Phân phối vật chất, Hệ thống Logistics và Quản trị Logistics.

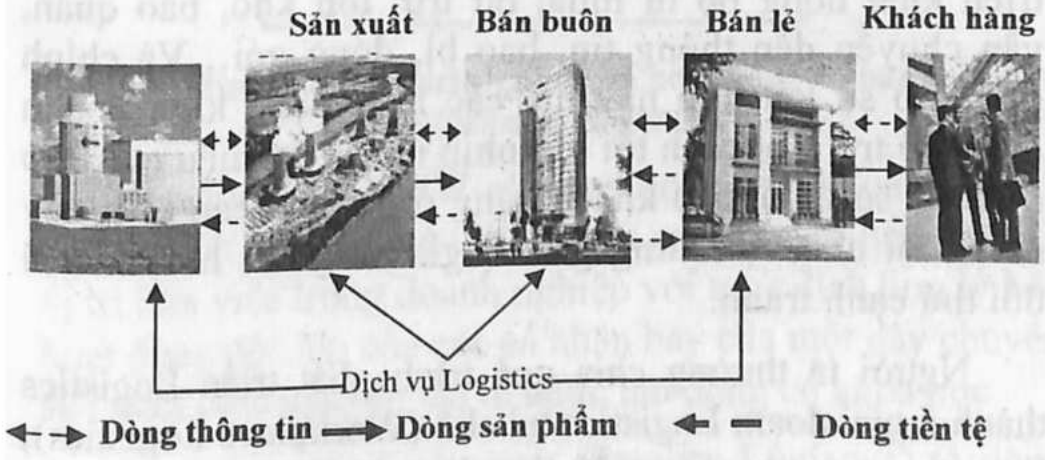
- *Giai đoạn phát triển hệ thống phân phối vật chất* (Physical distribution): Vào những năm 60, 70 của thế kỷ XX, Logistics là hoạt động cung ứng sản phẩm vật chất, hay còn gọi là *Logistics đầu ra*. Logistics đầu ra là quản lý một cách có hệ thống các hoạt động liên quan đến nhau để đảm bảo cung cấp sản phẩm, hàng hoá cho khách hàng một cách có hiệu quả.

- *Giai đoạn phát triển hệ thống Logistics* (Logistics system): Vào những năm 80, 90 của thế kỷ XX, hoạt động Logistics là sự kết hợp cả hai khâu đầu vào (cung ứng vật tư) và đầu ra (tiêu thụ sản phẩm) để tiết kiệm chi phí, tăng hiệu quả. Đây gọi là "*quá trình Logistics*".

- *Giai đoạn quản trị dây chuyền cung ứng - Quản trị Logistics* (Supply chain manangement): Đây là giai đoạn phát triển của Logistics vào những năm cuối thế kỷ XX. Theo định nghĩa của Hiệp hội các nhà chuyên nghiệp về quản trị chuỗi cung ứng (Council of Supply Chain Management Professionals - CSCMP): "Quản trị Logistics là một phần của quản trị chuỗi cung ứng bao gồm việc hoạch định, thực hiện, kiểm soát việc vận chuyển và dự trữ hiệu quả hàng hóa, dịch vụ cũng như những thông tin liên quan từ nơi xuất phát đến nơi tiêu thụ để đáp ứng yêu cầu của khách hàng. Hoạt động của quản trị Logistics cơ bản bao gồm quản trị vận tải hàng hóa xuất và nhập, quản lý đội tàu, kho bãi, nguyên vật liệu, thực hiện đơn hàng, thiết kế mạng lưới Logistics, quản trị tồn kho, hoạch định cung/cầu, quản trị nhà cung cấp dịch vụ thứ ba. Ở một số mức độ khác nhau, các chức năng của Logistics cũng bao gồm việc tìm nguồn đầu vào, hoạch định sản xuất, đóng gói, dịch vụ khách hàng. Quản trị Logistics là chức năng tổng hợp kết hợp và tối ưu hóa tất cả các hoạt động Logistics cũng như phối hợp hoạt động Logistics với các chức năng khác như marketing, kinh doanh, sản xuất, tài chính, công nghệ thông tin".

Cũng theo định nghĩa của Hiệp hội các nhà quản trị chuỗi cung ứng "Quản trị chuỗi cung ứng bao gồm hoạch định và quản lý tất cả các hoạt động liên quan đến tìm

nguồn cung, mua hàng, sản xuất và tất cả các hoạt động quản trị Logistics. Ở mức độ quan trọng, quản trị chuỗi cung ứng bao gồm sự phối hợp và cộng tác của các đối tác trên cùng một kênh như nhà cung cấp, bên trung gian, các nhà cung cấp dịch vụ, khách hàng. Về cơ bản, quản trị chuỗi cung ứng sẽ tích hợp vấn đề quản trị cung cầu bên trong và giữa các công ty với nhau. Quản trị chuỗi cung ứng là một chức năng tích hợp với vai trò đầu tiên là kết nối các chức năng kinh doanh và các quy trình kinh doanh chính yếu bên trong công ty và của các công ty với nhau thành một mô hình kinh doanh hiệu quả cao và kết dính. Quản trị chuỗi cung ứng bao gồm tất cả những hoạt động quản trị Logistics đã nêu cũng như những hoạt động sản xuất và thúc đẩy sự phối hợp về quy trình và hoạt động của các bộ phận marketing, kinh doanh, thiết kế sản phẩm, tài chính, công nghệ thông tin". Có thể hình dung vị trí của dịch vụ Logistics trong chuỗi cung ứng theo Hình 1.1.



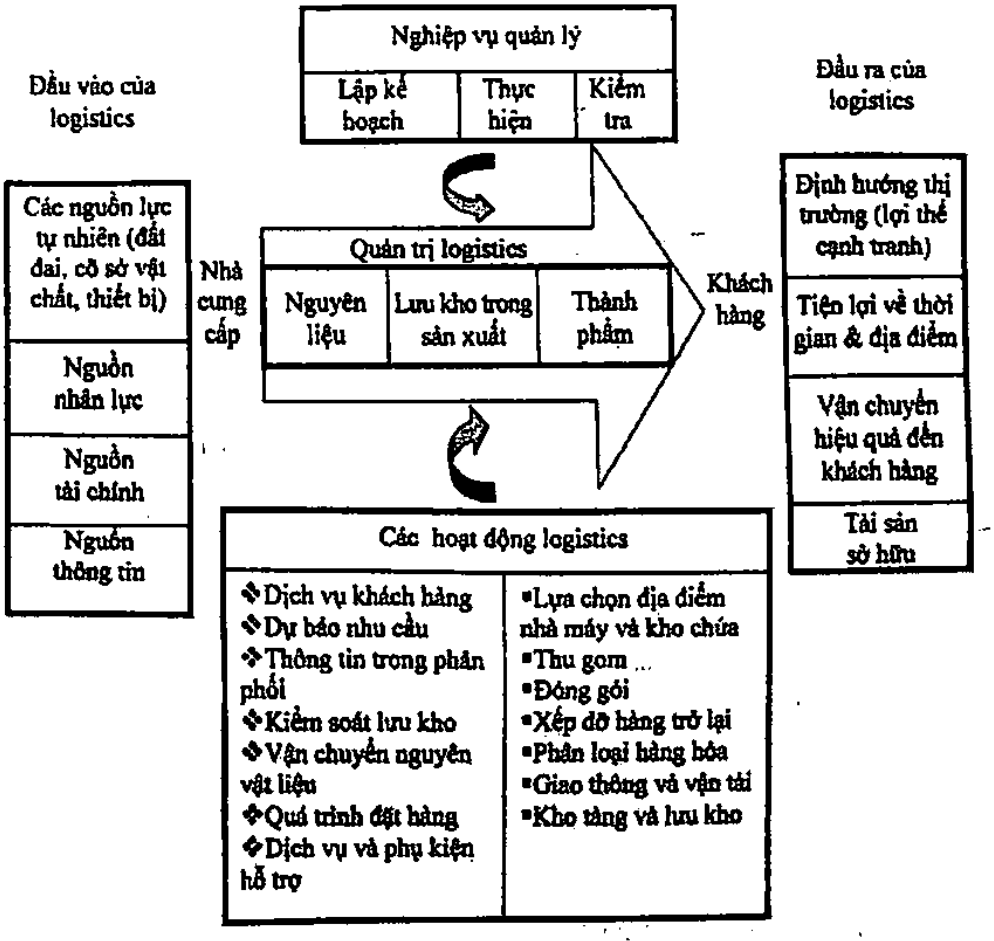
Hình 1.1: Vị trí của dịch vụ Logistics trong chuỗi cung ứng

Đối với các doanh nghiệp, Logistics có vai trò rất to

lớn. Logistics hóa giải cả đầu ra lẫn đầu vào của doanh nghiệp một cách hiệu quả. Nhờ có thể thay đổi các nguồn tài nguyên đầu vào hoặc tối ưu hoá quá trình chu chuyển nguyên vật liệu, hàng hoá, dịch vụ,... Logistics giúp nâng cao trình độ kỹ thuật sản xuất, sử dụng hợp lý và tiết kiệm các nguồn lực nhờ đó giảm chi phí, tăng khả năng cạnh tranh cho doanh nghiệp.

Hình 1.1 cho thấy Logistics không phải là một hoạt động đơn lẻ mà là một chuỗi các hoạt động liên tục, có quan hệ mật thiết và tác động qua lại lẫn nhau, bao trùm mọi yếu tố tạo nên sản phẩm từ việc nhập nguyên liệu đầu vào cho đến giai đoạn tiêu thụ sản phẩm cuối cùng. Các nguồn tài nguyên đầu vào không chỉ bao gồm vốn, vật t-ư, nhân lực mà còn bao hàm cả dịch vụ, thông tin, bí quyết và công nghệ. Các hoạt động này cũng được phối kết hợp trong một chiến lược kinh doanh tổng thể của doanh nghiệp từ tầm hoạch định đến thực thi, tổ chức và triển khai đồng bộ từ mua, dự trữ, tồn kho, bảo quản, vận chuyển đến thông tin, bao bì, đóng gói...Và chính nhờ vào sự kết hợp này mà các hoạt động kinh doanh được hỗ trợ một cách tối ưu, nhịp nhàng và hiệu quả, tạo ra được sự thoả mãn khách hàng ở mức độ cao nhất hay mang lại cho họ những giá trị gia tăng lớn hơn so với đối thủ cạnh tranh.

Người ta thường chia quá trình phát triển Logistics thành 5 giai đoạn: Logistics tại chỗ (Workplace Logistics); Logistics cơ sở sản xuất (Facility Logistics); Logistics công ty (Corporate Logistics); Logistics chuỗi cung ứng (Supply chain Logistics); Logistics toàn cầu (Global Logistics) .



Hình 1.2: Các thành phần và hoạt động cơ bản của Quản trị Logistics[2]

Logistics tại chỗ (Workplace Logistics) là quá trình tổ chức, quản lý dòng vận động của nguyên vật liệu tại một vị trí làm việc trong doanh nghiệp với mục đích hợp lý hóa hoạt động độc lập của các cá nhân hay của một dây chuyền sản xuất theo nguyên tắc tổ chức lao động có khoa học.

Logistics cơ sở sản xuất (Facility Logistics) là dòng vận động của vật tư giữa các phân xưởng trong nội bộ của

[2] *Nguồn: Lamber, Strategic Logistics management, page 3*

một doanh nghiệp. Facility Logistics như là một khâu đảm bảo đúng và đủ vật tư cho sản xuất, là công tác hậu cần vật tư trong chính nội bộ của doanh nghiệp.

Logistics công ty (Corporate Logistics) là dòng vận động của nguyên vật liệu và thông tin giữa các cơ sở sản xuất và các quá trình sản xuất trong một công ty. Với công ty sản xuất, là hoạt động Logistics diễn ra giữa các nhà máy và các kho lưu trữ hàng, với một đại lý bán buôn, là giữa các đại lý phân phối của nó; còn với một đại lý bán lẻ, là giữa đại lý phân phối và các cửa hàng bán lẻ của mình.

Logistics chuỗi cung ứng (Supply chain Logistics) được phát triển vào những năm 1980, quan điểm này nhìn nhận Logistics là dòng vận động của nguyên vật liệu, thông tin và tài chính giữa các công ty (các đơn vị sản xuất, các cơ sở trong công ty) trong một chuỗi thống nhất. Đó là một mạng lưới các cơ sở hạ tầng (nhà máy, kho hàng, cầu cảng, cửa hàng...), các phương tiện vận tải cùng với hệ thống thông tin được kết nối với nhau giữa các nhà cung ứng của một công ty và các khách hàng của công ty đó. Các hoạt động Logistics (dịch vụ khách hàng, quản trị dự trữ, vận chuyển và bảo quản hàng hóa...) được liên kết với nhau để thực hiện các mục tiêu trong chuỗi cung ứng. Điểm nhấn trong chuỗi cung ứng là tính tương tác và sự kết nối giữa các chủ thể trong chuỗi thông qua 3 dòng liên kết: *(1) Dòng thông tin:* dòng giao và nhận của các đơn đặt hàng, theo dõi quá trình dịch chuyển của hàng hóa và chứng từ giữa người gửi và người nhận. *(2) Dòng sản phẩm:* con đường dịch chuyển của hàng hóa và dịch vụ từ nhà cung cấp tới khách hàng, đảm bảo đúng đủ về số lượng và chất lượng. *(3) Dòng tài chính:* chỉ dòng tiền và

chứng từ thanh toán giữa các khách hàng và nhà cung cấp, thể hiện hiệu quả kinh doanh (Hình 1.1).

Trong chuỗi cung ứng, Logistics bao trùm cả hai cấp độ hoạch định và tổ chức. Cấp độ thứ nhất đòi hỏi phải giải quyết vấn đề tối ưu hóa *vị trí* của các nguồn tài nguyên. Cấp độ thứ hai liên quan đến việc tối ưu hóa các *dòng vận động* trong hệ thống. Trong thực tế, hệ thống Logistics ở các quốc gia và các khu vực có nhiều điểm khác nhau nhưng đều có điểm chung là sự kết hợp khéo léo, khoa học và chuyên nghiệp chuỗi các hoạt động như marketing, sản xuất, tài chính, vận tải, thu mua, dự trữ, phân phối,... để đạt được mục tiêu phục vụ khách hàng tối đa với chi phí tối thiểu.

Logistics toàn cầu (Global Logistics) là dòng vận động của nguyên vật liệu, thông tin và tiền tệ giữa các quốc gia. Nó liên kết các nhà cung ứng của các nhà cung ứng với khách hàng của khách hàng trên toàn thế giới. Các dòng vận động của Logistics toàn cầu tăng một cách đáng kể trong suốt những năm qua. Đó là do quá trình toàn cầu hóa trong nền kinh tế tri thức, việc mở rộng các khối thương mại và việc mua bán qua mạng. Logistics toàn cầu phức tạp hơn nhiều so với Logistics trong nước bởi sự đa dạng phức tạp hơn trong luật chơi, đối thủ cạnh tranh, ngôn ngữ, tiền tệ, múi giờ, văn hóa và những rào cản khác trong kinh doanh quốc tế.

Hiện có nhiều ý kiến khác nhau về giai đoạn tiếp theo của Logistics. Nhiều nhà kinh tế cho rằng, Logistics hợp tác (Collaborative Logistics) sẽ là giai đoạn tiếp theo và nó được kết hợp trên hai khía cạnh - không ngừng tối ưu hóa

thời gian thực hiện với việc liên kết tất cả các thành phần tham gia chuỗi cung ứng.

1.1.2. Khái niệm về Logistics

Hiện có rất nhiều định nghĩa về Logistics, tuy nhiên, Logistics cần được hiểu cả nghĩa rộng và nghĩa hẹp.

Theo nghĩa rộng, Logistics được hiểu như là một quá trình tác động từ giai đoạn tiền sản xuất cho tới khi hàng hóa tới tay của người tiêu dùng cuối cùng, tiêu biểu là các định nghĩa:

- Logistics là quá trình lập kế hoạch, thực hiện và kiểm soát một cách hiệu quả về mặt chi phí dòng lưu chuyển và phần dự trữ nguyên vật liệu, bán thành phẩm và thành phẩm, cùng những thông tin liên quan từ điểm khởi đầu của quá trình sản xuất đến điểm tiêu thụ cuối cùng nhằm mục đích thỏa mãn được các yêu cầu của khách hàng [3]. Đây là định nghĩa phổ biến và được nhiều người đồng tình hiện nay.

- 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[4].

Theo các quan niệm này, Logistics gắn liền cả quá trình nhập nguyên vật liệu làm đầu vào cho quá trình sản xuất, sản xuất ra hàng hóa và đưa vào các kênh lưu thông, phân phối đến tay người tiêu dùng cuối cùng. Ở đây có sự

---

[3] Theo Hội đồng quản trị Logistics (Council of Logistics Management - CLM, 1991):

[4] Liên Hiệp Quốc - Khóa đào tạo quốc tế về vận tải đa phương thức và quản lý Logistics, Đại học Ngoại Thương, tháng 10/2002

phân định rõ ràng giữa các nhà cung cấp dịch vụ đơn lẻ như dịch vụ vận tải, giao nhận, khai thuê hải quan, phân phối, dịch vụ hỗ trợ sản xuất, tư vấn quản lý... với một nhà cung cấp dịch vụ Logistics chuyên nghiệp, người sẽ đảm nhận toàn bộ các khâu trong quá trình hình thành và đưa hàng hóa tới tay người tiêu dùng cuối cùng.

Theo nghĩa hẹp, Logistics được hiểu như là các hoạt động dịch vụ gắn liền với quá trình phân phối, lưu thông hàng hóa và Logistics là hoạt động thương mại gắn với các dịch vụ cụ thể.

Luật Thương mại Việt Nam năm 2005 (Điều 233), lần đầu tiên khái niệm về dịch vụ Logistics được chính thức đưa vào luật, quy định "Dịch vụ Logistics là hoạt động thương mại, theo đó thương nhân tổ chức thực hiện một hoặc nhiều công đoạn 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 hiệù, giao hàng hoặc các dịch vụ khác có liên quan tới hàng hóa theo thỏa thuận với khách hàng để hưởng thù lao". Như vậy, theo nghĩa hẹp, chỉ định nghĩa Logistics trong phạm vi một số hoạt động cụ thể.

Ngoài ra, còn có khá nhiều khái niệm được các nhà nghiên cứu về Logistics đưa ra thông qua từng góc độ nghiên cứu:

- Logistics là quá trình tiên liệu trước các nhu cầu và mong muốn của khách hàng, sử dụng vốn, nguyên vật liệu, nhân lực, công nghệ và những thông tin cần thiết để đáp ứng những nhu cầu và mong muốn đó, đánh giá những hàng hóa, hoặc dịch vụ, hoặc mạng lưới sản phẩm có thỏa mãn được yêu cầu của khách hàng; và sử dụng mạng lưới

này để thỏa mãn yêu cầu của khách hàng một cách kịp thời nhất (Coyle, 2003). Định nghĩa này của Coyle cho thấy một điểm chung rất lớn giữa Logistics và marketing, đó là thỏa mãn nhu cầu của khách hàng. Tuy nhiên, Logistics nhấn mạnh tới việc sử dụng các nguồn tài nguyên đầu vào, công nghệ, thông tin để đáp ứng được những nhu cầu đó của khách hàng.

- Logistics là một tập hợp các hoạt động chức năng được lặp đi lặp lại nhiều lần trong suốt quy trình chuyển hóa nguyên vật liệu thành thành phẩm (Grundey, 2006). Định nghĩa khá đơn giản này của Grundey lại tập trung chủ yếu vào phạm vi của hoạt động Logistics, đó là phạm vi trải dài, bao trùm toàn bộ quy trình từ điểm khởi đầu tới điểm cuối cùng của quá trình sản xuất (nguyên vật liệu - thành phẩm). Tuy nhiên, nhược điểm của định nghĩa này là không đề cập đến quy trình phân phối sản phẩm tới tay người tiêu dùng, một bộ phận rất quan trọng trong Logistics.

- Sứ mệnh của Logistics là đưa được đúng sản phẩm và dịch vụ tới đúng địa điểm, thời gian và hoàn cảnh yêu cầu, đồng thời phải đem lại những đóng góp lớn nhất cho doanh nghiệp (Ballou, 1992)[5]. Khác với nhiều định nghĩa khác thường đề cập tới các hoạt động trong Logistics, Ballou lại nhấn mạnh vào sứ mệnh mà Logistics phải thực hiện. Cũng đưa ra một quan điểm tương tự, E.Grosvenor Plowman cho rằng hệ thống Logistics sẽ cung cấp cho các công ty 7 lợi ích (7 rights): *đúng khách hàng, đúng sản phẩm, đúng số lượng, đúng điều kiện, đúng địa điểm, đúng thời gian, đúng chi phí.*

---

[5] *Business Logistics management (3rd edition),* Prentice Hall

- Logistics là việc lên kế hoạch, thực hiện và kiểm soát sự di chuyển và sắp đặt con người và/hoặc hàng hóa và các hoạt động hỗ trợ liên quan tới sự di chuyển và sắp đặt đó[6]. Điểm khác biệt của định nghĩa này là đưa cả yếu tố con người, cùng với hàng hóa và các yếu tố khác, là một bộ phận trong một chuỗi các nhân tố mà Logistics phải xử lí.

- Logistics là nghệ thuật tổ chức sự vận động của hàng hóa, nguyên vật liệu từ khi mua sắm, qua các quá trình lưu kho, sản xuất, phân phối, cho đến khi đưa đến tay người tiêu dùng.

- 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.

- Logistics là nghệ thuật và khoa học của quản lý bố trí và các hoạt động kỹ thuật có liên quan đến yêu cầu, thiết kế và cung cấp, duy trì các nguồn lực để hỗ trợ thực hiện mục tiêu, kế hoạch[7].

- Logistics là một khoa học và nghệ thuật trong việc sử dụng nguồn nhân lực để đạt được các mục tiêu đề ra trong điều kiện khả năng của cá nhân và năng lực của tổ chức[8].

---

[6] www.go2uti.com/utilities/dictionary/l.html

[7]. TS. Dư Đức Thành, Khoa Quản trị hậu cần - Đại học Hằng Hải Cao Hùng, Đài Loan - Kỷ yếu Hội thảo Khoa học Quốc tế - ĐHKTQD, Hà Nội 11/ 2004

[8]. TS. Dư Đức Thành, Khoa Quản trị hậu cần - Đại học Hằng Hải Cao Hùng, Đài Loan - Kỷ yếu Hội thảo Khoa học Quốc tế - ĐHKTQD, Hà Nội 11/ 2004

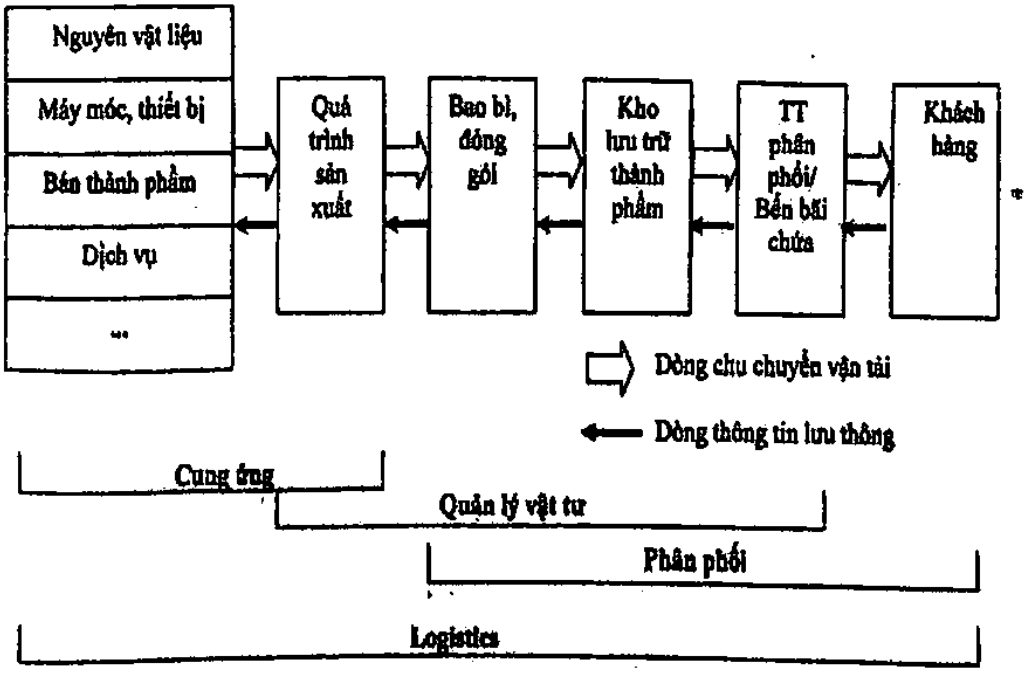
Như vậy, các khái niệm khác nhau về Logistics được đưa ra căn cứ vào góc độ nghiên cứu, ngành nghề và mục đích nghiên cứu về Logistics hay dịch vụ Logistics. Dù tiếp cận theo nghĩa rộng hay nghĩa hẹp, một số định nghĩa trên thường đồng nhất giữa Logistics, dịch vụ Logistics và quản trị Logistics, chưa phân định rõ ràng các khái niệm này và chưa có các định nghĩa cụ thể về dịch vụ Logistics. Ở Việt Nam, Luật Thương mại 2005 lần đầu tiên đưa ra khái niệm về dịch vụ Logistics như là hoạt thương mại nhưng lại không đề cập đến khái niệm Logistics. Vì vậy, theo chúng tôi, cần tiếp cận Logistics cả theo nghĩa rộng và nghĩa hẹp nhưng đồng thời cần phải tiếp cận Logistics trên cả hai góc độ: vĩ mô và vi mô, phải coi Logistics như là một khoa học và Logistics như là ngành dịch vụ của nền Kinh tế Quốc dân.

Với tư cách là một khoa học, chúng tôi cho rằng, Logistics là quá trình phân phối và lưu thông hàng hóa được tổ chức và quản lý khoa học việc lập kế hoạch, tổ chức thực hiện và kiểm soát quá trình lưu chuyển hàng hóa, dịch vụ... từ điểm khởi nguồn sản xuất đến tay người tiêu dùng cuối cùng với chi phí thấp nhất nhằm đảm bảo cho quá trình sản xuất xã hội tiến hành được nhịp nhàng, liên tục và đáp ứng tốt nhất các yêu cầu của khách hàng.

Dịch vụ Logistics gắn liền với quá trình trên cũng được hiểu theo cả nghĩa rộng và nghĩa hẹp. Theo nghĩa hẹp, dịch vụ Logistics là hoạt động thương mại bao gồm các dịch vụ bổ sung về vận chuyển, giao nhận, kho hàng, hải quan, tư vấn khách hàng và các dịch vụ khác liên quan đến hàng hóa được tổ chức hợp lý và khoa học nhằm đảm bảo quá trình phân phối, lưu chuyển hàng hóa một cách

hiệu quả, đáp ứng yêu cầu của khách hàng. Theo nghĩa rộng, dịch vụ Logistics là hoạt động thương mại bao gồm một chuỗi các dịch vụ được tổ chức và quản lý khoa học gắn liền với các khâu của quá trình sản xuất, phân phối, lưu thông và tiêu dùng trong nền sản xuất xã hội. Nói đến Logistics là nói đến hiệu quả, nói đến tối ưu hóa trong các ngành, các doanh nghiệp và nền kinh tế quốc dân, quan điểm Logistics đồng nghĩa với quan điểm hiệu quả cả quá trình, chuỗi cung ứng, nó đối lập với lợi ích cục bộ, lợi ích nhóm mà làm tổn hại đến lợi ích toàn cục, lợi ích quốc gia.

Có thể thấy nội dung cơ bản của hoạt động logsistics như trong Hình 1.3 dưới đây



Hình 1.3: Các nội dung cơ bản của hoạt động Logistics

Dù có rất nhiều khái niệm và cách tiếp cận khác nhau về Logistics nhưng có thể rút ra một số điểm chung sau

đây:

Thứ nhất, Logistics là quá trình mang tính hệ thống, chặt chẽ và liên tục từ điểm đầu tiên của dây chuyền cung ứng cho đến tay người tiêu dùng cuối cùng.

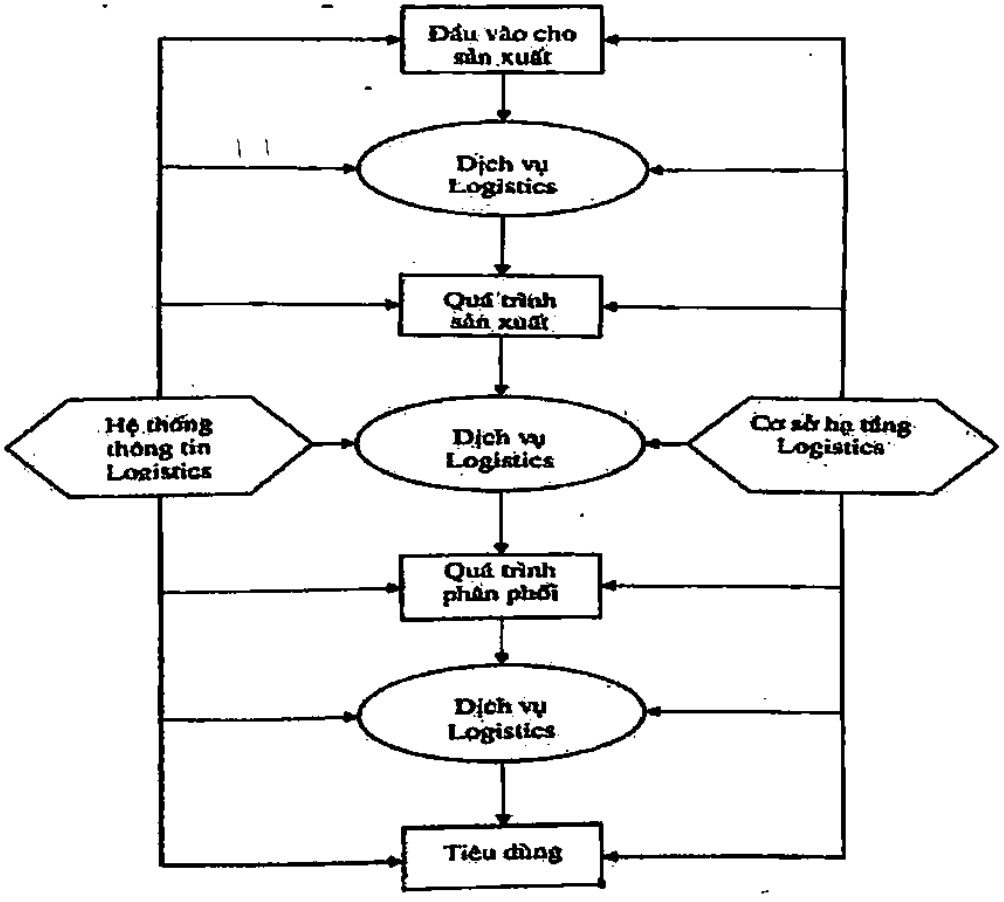
Thứ hai, Logistics không phải là một hoạt động đơn lẻ, mà là một chuỗi các hoạt động liên tục từ hoạch định, quản lý thực hiện và kiểm tra dòng chảy của hàng hóa, thông tin, vốn... trong suốt quá trình từ đầu vào tới đầu ra của sản phẩm. Người ta không tập trung vào một công đoạn nhất định mà tiếp cận với cả một quá trình, chấp nhận chi phí cao ở công đoạn này nhưng tổng chi phí có khuynh hướng giảm. Trong quá trình này, Logistics gồm 2 bộ phận chính là Logistics trong sản xuất và Logistics bên ngoài sản xuất (Hình 1.4).

Thứ ba, Logistics là quá trình hoạch định và kiểm soát dòng chu chuyển và lưu kho bãi của hàng hoá và dịch vụ từ điểm đầu tiên tới khách hàng và thoả mãn khách hàng. Logistics bao gồm cả các chu chuyển đi ra, đi vào, bên ngoài và bên trong của cả nguyên vật liệu thô và thành phẩm.

Thứ tư, Logistics không chỉ liên quan đến nguyên nhiên vật liệu mà còn liên quan tới 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. 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...

Thứ năm, Logistics bao trùm cả hai cấp độ hoạch định và tổ chức. Cấp độ thứ nhất các vấn đề được đặt ra

là vị trí: phải lấy nguyên vật liệu, bán thành phẩm, thành phẩm, dịch vụ... ở đâu? khi nào? và vận chuyển đi đâu? Cấp độ thứ hai quan tâm tới vận chuyển và lưu trữ: làm thế nào để đưa được nguồn tài nguyên/các yếu tố đầu vào từ điểm đầu tiên đến điểm cuối dây chuyền cung ứng?



Hình 1.4: Những hoạt động của dịch vụ Logistics trong chuỗi cung ứng

Nguồn: Australian Bureau of Transport Economics, "Logistics in Australia: A preliminary analysis", Working paper 49, October 2001

Thứ sáu, Logistics là quá trình tối ưu hoá luồng vận động vật chất và thông tin về vị trí, thời gian, chi phí, yêu

cầu của khách hàng và hướng tới tối ưu hoá lợi nhuận.

1.2. Phân loại và vai trò của hoạt động Logistics

1.2.1. Phân loại hoạt động Logistics

a. Theo lĩnh vực hoạt động, gồm có:

- *Logistics trong lĩnh vực sản xuất kinh doanh (Business Logistics)* là một phần của quá trình chuỗi cung ứng, nhằm hoạch định thực thi và kiểm soát một cách hiệu quả và hiệu lực các dòng vận động và dự trữ sản phẩm, dịch vụ và thông tin có liên quan; đảm bảo sự sẵn sàng, chính xác và hiệu quả cho các hoạt động này.

- *Logistics sự kiện (Event Logistics)* là tập hợp các hoạt động, các phương tiện vật chất kỹ thuật và con người cần thiết để tổ chức, sắp xếp lịch trình, nhằm triển khai các nguồn lực cho một sự kiện được diễn ra hiệu quả và kết thúc tốt đẹp.

- *Logistics dịch vụ (Service Logistics)* bao gồm các hoạt động thu nhận, lập chương trình và quản trị các điều kiện cơ sở vật chất, tài sản, con người và vật liệu nhằm hỗ trợ và duy trì cho các quá trình dịch vụ hoặc các hoạt động kinh doanh.

b. Theo phương thức khai thác hoạt động Logistics, gồm có:

- *Logistics bên thứ nhất (1PL):* Các công ty tự thực hiện các hoạt động Logistics của mình. Công ty sở hữu các phương tiện vận tải, nhà xưởng, thiết bị xếp dỡ và các nguồn lực khác bao gồm cả con người để thực hiện các hoạt động Logistics.

- *Logistics bên thứ hai (2PL):* Là việc quản lý các hoạt động Logistics truyền thống như vận tải hay kho vận. Công ty không sở hữu hoặc có đủ phương tiện và cơ sở hạ tầng thì có thể thuê ngoài các dịch vụ Logistics nhằm cung cấp phương tiện thiết bị hay dịch vụ cơ bản.

- *Logistics bên thứ ba (3PL hoặc TPL)* hay còn được gọi là *Logistics theo hợp đồng*. Phương thức này có nghĩa là sử dụng các công ty bên ngoài để thực hiện các hoạt động Logistics, có thể là toàn bộ quá trình quản lý Logistics hoặc chỉ một số hoạt động có chọn lọc. Nói cách khác 3PL là các hoạt động do một doanh nghiệp Logistics thực hiện trên danh nghĩa khách hàng của họ, tối thiểu bao gồm quản lý và thực hiện hoạt động vận tải và kho vận ít nhất 1 năm có hoặc không có hợp đồng hợp tác. Đây được coi như một liên minh chặt chẽ giữa một doanh nghiệp và nhà cung cấp dịch vụ Logistics, nó không chỉ nhằm thực hiện các hoạt động Logistics mà còn chia sẻ thông tin, rủi ro và các lợi ích theo một hợp đồng dài hạn.

- *Logistics bên thứ tư (4PL hay FPL) hay còn được gọi là Logistics chuỗi phân phối.* FPL là một khái niệm phát triển trên nền tảng của TPL nhằm tạo ra sự đáp ứng dịch vụ, hướng về khách hàng và linh hoạt hơn. FPL quản lý và thực hiện các hoạt động Logistics phức hợp như quản lý nguồn lực, trung tâm điều phối, kiểm soát và các chức năng kiến trúc và tích hợp các hoạt động Logistics. FPL bao gồm lĩnh vực rộng hơn, gồm cả các hoạt động của TPL, các dịch vụ công nghệ thông tin và quản lý các tiến trình kinh doanh. FPL được xem là một điểm liên lạc duy nhất, nơi thực hiện việc quản lý, tổng hợp các nguồn lực và giám sát các chức năng TPL trong suốt chuỗi phân

phối để vươn tới thị trường toàn cầu, lợi thế chiến lược và các mối quan hệ dài hạn.

c. Theo tính chuyên môn hóa của các doanh nghiệp Logistics, gồm có:

- *Các công ty cung cấp dịch vụ vận tải*, gồm (1) Các công ty cung cấp dịch vụ vận tải đơn phương thức; (2) Các công ty cung cấp dịch vụ vận tải đa phương thức; (3) Các công ty cung cấp dịch vụ khai thác cảng; (4) Các công ty môi giới vận tải.

- *Các công ty cung cấp dịch vụ phân phối*, gồm các công ty cung cấp dịch vụ kho bãi; Các công ty cung cấp dịch vụ phân phối, bán buôn bán lẻ.

- *Các công ty cung cấp dịch vụ hàng hóa,* gồm các công ty môi giới khai thuê hải quan; Các công ty giao nhận, gom hàng lẻ; Các công ty kinh doanh ngành hàng nguy hiểm; Các công ty dịch vụ đóng gói vận chuyển.

- *Các công ty cung cấp dịch vụ Logistics chuyên ngành,* gồm các công ty công nghệ thông tin; Các công ty viễn thông; Các công ty cung cấp giải pháp tài chính, bảo hiểm; Các công ty cung cấp dịch vụ giáo dục và đào tạo.

d. Theo khả năng tài chính của các công ty cung cấp dịch vụ Logistics, có thể chia thành:

- *Các công ty sở hữu tài sản* thực sự có riêng đội vận tải, nhà kho... và sử dụng chúng để quản lý tất cả hay một phần các hoạt động Logistics cho khách hàng của mình.

- *Các công ty Logistics không sở hữu tài sản* hoạt động như người hợp nhất các dịch vụ Logistics và phần

lớn các dịch vụ là đi thuê ngoài. Họ có thể phải đi thuê phương tiện vận tải, nhà kho, bến bãi,... Hiện nay có rất nhiều loại hình dịch vụ Logistics nhằm đáp ứng yêu cầu đa dạng khác nhau của các ngành hàng khác nhau. Khác với trước đây, không chỉ các dịch vụ Logistics cơ bản như vận tải và kho vận mà các loại dịch vụ phức tạp và đa dạng khác cũng đã xuất hiện. Việc thuê ngoài các dịch vụ Logistics gọi theo thuật ngữ chuyên ngành là Logistics Outsourcing.

e. Theo quá trình thực hiện, có thể phân biệt các loại hình Logistics:

- *Logistics đầu vào* (Inbound Logistics): bao gồm các hoạt động nhằm đảm bảo cung ứng một cách tối ưu (cả về vị trí, thời gian và chi phí) các đầu vào (nguyên vật liệu, vốn, thông tin,...) cho hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp

- *Logistics đầu ra* (Outbound Logistics): bao gồm các hoạt động đảm bảo cung ứng sản phẩm đến tay khách hàng một cách tối ưu cả về vị trí, thời gian và chi phí nhằm đáp ứng các mục tiêu của doanh nghiệp.

- *Logistics ngược* (Reverse Logistics): quá trình thu hồi các phế liệu, phế phẩm, phụ phẩm và tất cả các yếu tố khác phát sinh từ quá trình sản xuất, phân phối và tiêu dùng có thể ảnh hưởng đến môi trường để xử lý hoặc tái chế.

f. Xét theo đối tượng hàng hóa, có các loại hình:

- *Logistics hàng tiêu dùng có thời hạn sử dụng ngắn* - Fast Moving Consumer Goods (FMCG) Logistics: Là loại

hình Logistics áp dụng đối với những mặt hàng có thời hạn sử dụng ngắn như thực phẩm, quần áo, giày dép. Đối với những mặt hàng này thì yêu cầu quan trọng nhất là đảm bảo thời gian giao hàng.

- *Logistics ngành ôtô* (Automotive Logistics): Đảm bảo sự liên kết, phối hợp nhịp nhàng giữa các nhà máy, bộ phận sản xuất, các chi tiết, phụ tùng riêng lẻ sao cho thời điểm cuối của công đoạn này là thời điểm đầu của công đoạn tiếp theo. Một khâu đặc biệt quan trọng trong loại hình Logistics này là việc dự trữ và phân phối phụ tùng thay thế.

- Ngoài ra, còn có *Logistics của nhiều ngành khác* như Logistics ngành hóa chất (Chemical Logistics); Logistics hàng điện tử (Electronic Logistics); Logistics ngành dầu khí (Petroleum Logistics); Logistics hàng tư liệu sản xuất; Logistics hàng nông sản phẩm; Logistics hàng công nghiệp tiêu dùng...

Ngoài các tiêu thức phân loại nói trên, người ta còn có thể phân chia Logistics thành *Logistics toàn cầu* (Global Logistics), *Logistics quốc gia* (National Logistics) và Logistics thành phố (City Logistics) dựa vào phạm vi không gian; *Logistics tổng thể* và *Logistics chuyên ngành hẹp* căn cứ vào phạm vi hoạt động kinh tế.

1.2.2. Vai trò của hoạt động Logistics

Thực tế vai trò của hoạt động Logistics được đánh giá trên cả hai cấp độ, vĩ mô và vi mô. Ở góc độ vĩ mô, Logistics có vai trò quan trọng sau đây:

Thứ nhất, Logistics phát triển góp phần đưa Việt Nam

trở thành một mắt xích trong chuỗi giá trị toàn cầu, gắn nền kinh tế Việt Nam với nền kinh tế thế giới. Logistics là công cụ liên kết các hoạt động trong chuỗi giá trị toàn cầu (GVC - Global Value Chain) như cung cấp, sản xuất, lưu thông phân phối, mở rộng thị trường cho các hoạt động kinh tế. Khi thị trường toàn cầu phát triển với các tiến bộ về công nghệ, đặc biệt là việc mở cửa thị trường ở các nước đang và chậm phát triển, Logistics được các nhà quản lý coi như là công cụ, một phương tiện liên kết các lĩnh vực khác nhau của chiến lược doanh nghiệp. Logistics tạo ra sự hữu dụng về thời gian và địa điểm cho các hoạt động của doanh nghiệp. Sự phát triển Logistics làm cho nền kinh tế nước ta gắn với nền kinh tế khu vực và thế giới.

Thứ hai, Logistics phát triển góp phần mở rộng thị trường trong thương mại quốc tế, nâng cao mức hưởng thụ của người tiêu dùng, thu hút đầu tư đồng thời góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế. Sản xuất có mục đích là phục vụ tiêu dùng, cho nên trong sản xuất kinh doanh, vấn đề thị trường luôn là vấn đề quan trọng và luôn được các nhà sản xuất và kinh doanh quan tâm. Các nhà sản xuất kinh doanh muốn chiếm lĩnh và mở rộng thị trường cho sản phẩm của mình phải cần sự hỗ trợ của dịch vụ Logistics. Dịch vụ Logistics có tác dụng như chiếc cầu nối trong việc chuyển dịch hàng hóa trên các tuyến đường mới đến các thị trường mới đúng yêu cầu về thời gian và địa điểm đặt ra. Dịch vụ Logistics phát triển có tác dụng rất lớn trong việc khai thác và mở rộng thị trường kinh doanh cho các doanh nghiệp, đặc biệt trong việc nâng cao mức hưởng thụ của người tiêu dùng, thu hút đầu tư và góp phần chuyển dịch

cơ cấu kinh tế.

Thứ ba, dịch vụ logistics có tác dụng tiết kiệm và giảm chi phí trong quá trình phân phối và lưu thông hàng hóa. Giá cả hàng hóa trên thị trường chính bằng giá cả ở nơi sản xuất cộng với chi phí lưu thông. Chi phí lưu thông hàng hóa, chủ yếu là phí vận tải chiếm một tỷ lệ không nhỏ và là bộ phận cấu thành giá cả hàng hóa trên thị trường, đặc biệt là hàng hóa trong buôn bán quốc tế. Vận tải là yếu tố quan trọng của lưu thông. C. Mác đã từng nói "Lưu thông có ý nghĩa là hành trình thực tế của hàng hóa trong không gian được giải quyết bằng vận tải". Vận tải có nhiệm vụ đưa hàng hóa đến nơi tiêu dùng và tạo khả năng để thực hiện giá trị và giá trị sử dụng của hàng hóa. Trong buôn bán quốc tế, chi phí vận tải chiếm tỷ trọng khá lớn, theo số liệu thống kê của UNCTAD, chi phí vận tải đường biển chiếm trung bình 10 - 15% giá FOB, hay 8 - 9% giá CIF. Vì vận tải là yếu tố quan trọng nhất trong hệ thống Logistics nên dịch vụ Logistics ngày càng hoàn thiện và hiện đại sẽ tiết kiệm chi phí vận tải và các chi phí khác phát sinh trong quá trình lưu thông dẫn đến tiết kiệm và giảm chi phí lưu thông. Nếu tính cả chi phí vận tải, tổng chi phí Logistics (bao gồm đóng gói, lưu kho, vận tải, quản lý,...) ước tính chiếm tới 20% tổng chi phí sản xuất ở các nước phát triển, trong khi đó nếu chỉ tính riêng chi phí vận tải có thể chiếm tới 40% giá trị xuất khẩu của một số nước không có đường bờ biển. Dịch vụ Logistics phát triển sẽ làm giảm chi phí lưu thông trong hoạt động phân phối và từ đó tăng tính hiệu quả của nền kinh tế và thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Đối với nước ta, việc phát triển hệ thống Logistics hiện đại theo hướng bền vững còn có vai trò rất quan trọng trong việc giải

quyết ùn tắc và giảm tai nạn giao thông, nhất là ở các thành phố lớn, hiện đang là cản trở đối với tái cơ cấu kinh tế, phát triển nhanh và bền vững ở Việt Nam.

Thứ tư, Logistics phát triển góp phần giảm chi phí, hoàn thiện và tiêu chuẩn hóa chứng từ trong kinh doanh quốc tế. Trong thực tiễn, một giao dịch trong buôn bán quốc tế thường phải tiêu tốn các loại giấy tờ, chứng từ. Theo ước tính của Liên Hợp Quốc, chi phí về giấy tờ để phục vụ mọi mặt giao dịch thương mại trên thế giới hàng năm đã vượt quá 420 tỷ USD. Theo tính toán của các chuyên gia, riêng các loại giấy tờ, chứng từ rườm rà hàng năm khoản chi phí tiêu tốn cho nó cũng chiếm tới hơn 10% kim ngạch mậu dịch quốc tế, ảnh hưởng rất lớn tới các hoạt động buôn bán quốc tế. Các dịch vụ Logistics đơn lẻ, Logistics trọn gói đã có tác dụng giảm rất nhiều các chi phí cho giấy tờ, chứng từ trong buôn bán quốc tế. Dịch vụ vận tải đa phương thức do người kinh doanh dịch vụ Logistics cung cấp đã loại bỏ đi rất nhiều chi phí cho giấy tờ thủ tục, nâng cấp và chuẩn hóa chứng từ cũng như giảm khối lượng công việc văn phòng trong lưu thông hàng hóa, từ đó nâng cao hiệu quả buôn bán quốc tế.

Thứ năm, dịch vụ Logistics góp phần nâng cao hiệu quả quản lý và tăng cường năng lực cạnh tranh quốc gia. Theo nhiều kết quả nghiên cứu về Logistics ở các hãng sản xuất, trong cơ cấu giá bán sản phẩm, chi phí sản xuất thường chiếm 48%, chi phí marketing chiếm 27%, chi phí Logistics 21% còn phần lợi nhuận là 4%. Điều này cho thấy chi phí cho Logistics là rất lớn. Do đó, với việc hình thành và phát triển dịch vụ Logistics sẽ giúp các doanh nghiệp cũng như toàn bộ nền kinh tế quốc dân giảm được

chi phí trong chuỗi Logistics, làm cho quá trình sản xuất kinh doanh tinh giản hơn và đạt hiệu quả hơn góp phần nâng cao sức cạnh tranh của quốc gia và doanh nghiệp trên thị trường.

Ngoài ra, cùng với việc phát triển Logistics điện tử (electronic Logistics) sẽ tạo ra cuộc cách mạng trong dịch vụ vận tải và Logistics, chi phí cho giấy tờ, chứng từ trong lưu thông hàng hóa càng được giảm tới mức tối đa, chất lượng dịch vụ Logistics ngày càng được nâng cao sẽ thu hẹp hơn nữa cản trở về mặt không gian và thời gian trong dòng lưu chuyển nguyên vật liệu và hàng hóa. Các quốc gia sẽ xích lại gần nhau hơn trong hoạt động sản xuất và lưu thông.

1.3. Đặc trưng và yêu cầu cơ bản của Logistics

1.3.1. Đặc trưng của Logistics

Thứ nhất, Logistics không phải là một hoạt động đơn lẻ, mà bao gồm một chuỗi các hoạt động bao trùm quá trình sản phẩm được sản xuất ra và chuyển tới khách hàng. Về thực chất, Logistics là quá trình tối ưu hoá địa điểm, thời gian, tính đồng bộ và hoạt động lưu chuyển và dự trữ nguồn tài nguyên từ đầu vào nguyên thủy cho đến tay người tiêu dùng cuối cùng, nhằm đáp ứng tốt nhất nhu cầu của người tiêu dùng với chi phí thích hợp, thông qua hàng loạt các hoạt động kinh tế.

Thứ hai, dịch vụ Logistics là hoạt động thương mại mang tính liên ngành bao gồm nhiều hoạt động và các hoạt động này chịu sự quản lý chi phối của nhiều bộ ngành có liên quan. Là quá trình quản lý dòng vận động và lưu chuyển của nguyên vật liệu, bán thành phẩm và

thành phẩm Logistics liên quan đến các hoạt động sản xuất kinh doanh, lĩnh vực thương mại, giao thông vận tải, hải quan, công nghệ thông tin và tài chính...

Thứ ba, dịch vụ Logistics gắn liền với tất cả các khâu của quá trình sản xuất. Logistics là hoạt động quản lý dòng lưu chuyển của nguyên vật liệu từ khâu mua sắm, qua quá trình lưu kho, sản xuất ra sản phẩm và phân phối tới tay người tiêu dùng. Do đó, dịch vụ Logistics gắn liền với các khâu của quá trình tái sản xuất. Dịch vụ Logistics phát triển sẽ giúp cho quá trình sản xuất được diễn ra liên tục, đảm bảo về thời gian và chất lượng sản phẩm. Khi sản phẩm được sản xuất ra, Logistics sẽ tham gia vào quá trình phân phối, vận chuyển hàng hóa tới người tiêu dùng: vận chuyển hàng hóa, lưu kho bãi, giao hàng cho khách hàng... Điều này cho thấy Logistics gắn liền với tất cả các khâu của quá trình tái sản xuất từ sản xuất, phân phối, trao đổi đến tiêu dùng.

Thứ tư, Logistics là hoạt động hỗ trợ các doanh nghiệp. Logistics hỗ trợ cho toàn bộ quá trình hoạt động của doanh nghiệp, ngay cả khi 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. Logistics còn hỗ trợ hoạt động của 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.

Thứ năm, Logistics là sự phát triển cao, hoàn chỉnh của dịch vụ vận tải giao nhận. Quá trình phát triển của

Logistics đã làm thay đổi bản chất và đa dạng hóa chức năng của 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. Từ chỗ đóng vai trò là đại lý, người được uỷ thác cho đến khi trở thành một chủ thể chính trong các hoạt động vận tải giao nhận với khách hàng, chịu trách nhiệm trước pháp luật. Ngày nay, để có thể thực hiện 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, ngày nay người giao nhận vận tải trở thành người cung cấp dịch vụ Logistics.

Thứ sáu, Logistics là sự phát triển hoàn thiện dịch vụ vận tải đa phương thức MTO (Multimodal Transport Operator)[9]. Trước đây, do hàng hóa được vận chuyển theo hình thức hàng lẻ từ nước xuất khẩu sang nước nhập khẩu và phải sử dụng đến nhiều phương tiện vận tải khác nhau. Người gửi hàng phải ký nhiều hợp đồng với nhiều người vận tải khác nhau, trong khi trách nhiệm của mỗi người vận tải chỉ giới hạn trong chặng đường hay dịch vụ mà họ đảm nhiệm. Vì vậy, xác suất rủi ro mất mát đối với

[9] Vận tải đa phương thức là vận chuyển hàng và hành khách từ điểm đầu đến điểm cuối có sử dụng các phương thức vận tải khác nhau: hàng không, đường bộ, đường thuỷ và đường ống; cảng, trung tâm phân phối, cảng khách, các phương tiện như xe tải và tàu thuỷ, xếp dỡ hàng hoá và lưu kho...

người gửi hàng hóa là rất cao. Vào thập kỷ 70 của thế kỷ XX, cuộc cách mạng container trong ngành vận tải đã góp phần 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 của vận tải đa phương thức. Khi đó chủ hàng chỉ phải ký một hợp đồng duy nhất với người kinh doanh vận tải đa phương thức - MTO. Người này 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 chứng từ vận tải duy nhất cho dù bản thân họ không phải là người chuyên chở thực tế. Như vậy, MTO chính là người cung cấp dịch vụ Logistics.

Thứ bảy, dịch vụ Logistics chỉ có thể phát triển hiệu quả khi được dựa trên cơ sở sử dụng triệt để những thành tựu của công nghệ thông tin. Để quản lý và thực hiện quy trình Logistics có rất nhiều công việc và nhiều công văn, giấy tờ, chứng từ...phải làm. Khi quy mô sản xuất của doanh nghiệp còn nhỏ, nhu cầu ít, quá trình này không quả phức tạp thì có thể thực hiện thủ công. Nhưng khi sản xuất phát triển, lượng hàng hóa cung ứng ngày càng nhiều về số lượng và chủng loại, nhu cầu đặt hàng nhiều... thì doanh nghiệp phải dựa vào máy vi tính, hệ thống công nghệ thông tin, phần mềm quản lý... mới có thể xử lý kịp thời và chính xác. Do đó, công nghệ thông tin phát triển, việc ứng dụng các thành tựu của nó sẽ giúp cho dịch vụ Logistics của doanh nghiệp phát triển, xử lý đơn hàng, phản hồi thông tin nhanh chóng, giảm lượng hàng dự trữ, quản lý tình hình nhập – xuất – tồn kho vật tư một cách hiệu quả...

Thứ tám, Logistics là tổng hợp các hoạt động của doanh nghiệp trên 3 khía cạnh là Logistics sinh tồn, Logistics hoạt động và Logistics hệ thống. Ba khía cạnh

này của Logistics có mối liên hệ chặt chẽ, tạo cơ sở hình thành hệ thống Logistics hoàn chỉnh. *Logistics sinh tồn* liên quan đến các nhu cầu cơ bản của cuộc sống, xuất phát từ bản năng sinh tồn của con người, đáp ứng các nhu cầu thiết yếu của con người như cần gì, cần bao nhiêu, khi nào cần và cần ở đâu. Đặc trưng của Logistics sinh tồn là có thể dự đoán được và tương đối ổn định. Logistics sinh tồn là hoạt động cơ bản của xã hội sơ khai, là thành phần thiết yếu trong một xã hội công nghiệp hóa, là nền tảng cho Logistics hoạt động.

Logistics hoạt động là bước phát triển mới của Logistics sinh tồn, gắn với quá trình sản xuất các sản phẩm của doanh nghiệp. Logistics hoạt động mở rộng các nhu cầu cơ bản bằng cách liên kết nhiều hệ thống sản xuất sản phẩm. Logistics liên kết các nguyên liệu thô mà doanh nghiệp cần trong sản xuất và phân phối sản phẩm có được từ sản xuất. Xét theo khía cạnh này, Logistics hoạt động là tương đối ổn định và có thể dự đoán được. Logistics hoạt động liên quan tới quá trình vận động và lưu kho của nguyên liệu đầu vào, chuyển qua các khâu hoạt động của doanh nghiệp, thâm nhập vào các kênh phân phối trước khi đến tay người tiêu dùng cuối cùng. Logistics hoạt động là nền tảng của Logistics hệ thống.

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

1.3.2. Yêu cầu cơ bản của Logistics

a. Nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng

Chất lượng dịch vụ khách hàng trong Logistics

thường được đo lường bởi ba tiêu chuẩn sau: (1) Tiêu chuẩn đầy đủ về hàng hóa; (2) Tiêu chuẩn vận hành nghiệp vụ; (3) Độ tin cậy.

Tiêu chuẩn 1- Đầy đủ về hàng hoá: Các cơ sở Logistics phải đảm bảo dự trữ thoả mãn nhu cầu về hàng hoá cho khách hàng cả về cơ cấu, số lượng và chất lượng. Tiêu chuẩn này phụ thuộc vào hệ thống quản trị dự trữ và tổ chức mạng lưới Logistics (kho, cửa hàng). Những chỉ tiêu đánh giá tiêu chuẩn này bao gồm:

- *Tần số thiếu dự trữ:* Là khả năng xảy ra thiếu dự trữ, hay là hàng hoá có đủ để bán cho khách hàng không. Chỉ tiêu này đánh giá số lần nhu cầu vượt quá khả năng cung cấp hàng hóa đó.

- *Tỷ lệ đầy đủ*: Đo lường tầm quan trọng và mức độ ảnh hưởng của thiếu dự trữ trong cả một thời gian. Tỷ lệ đầy đủ phụ thuộc vào tần số thiếu dự trữ, thể hiện mức độ đáp ứng nhu cầu mua hàng của khách.

Tần số thiếu dự trữ và tỷ lệ đầy đủ liên quan đến chính sách và chiến lược dự trữ.

- *Thời gian bổ sung dự trữ*: Là thông số thời gian để có dự trữ đáp ứng yêu cầu bán hàng.

Ba chỉ tiêu này phối hợp với nhau để xác định phạm vi mà chiến lược dự trữ của doanh nghiệp đáp ứng những mong đợi của khách hàng.

Tiêu chuẩn 2 - Tiêu chuẩn vận hành nghiệp vụ: Tiêu chuẩn này được đo lường bởi các chỉ tiêu: tốc độ, độ ổn định, độ linh hoạt, độ sai sót nghiệp vụ.

- *Tốc độ*: là chi phí thời gian mua hàng của khách

hàng. Trong bán buôn: là thời gian kể từ khi đặt hàng đến khi giao hàng. Chỉ tiêu này rất khác nhau tuỳ thuộc vào tổ chức hệ thống Logistics (mạng lưới, thông tin, vận chuyển...). Tốc độ cung ứng hàng hoá ảnh hưởng đến thời cơ kinh doanh và chi phí của khách hàng. Trong bán lẻ: chi phí thời gian mua hàng theo các phương pháp bán hàng kể từ khi quyết định cho khách hàng có được hàng hoá. Chỉ tiêu này phụ thuộc vào việc hoàn thiện các phương pháp bán hàng, phân bố mạng lưới, hình thức tổ chức kinh doanh (loại hình cửa hàng). Tuỳ thuộc vào đặc trưng nhu cầu mua hàng mà xác định thời gian mua hàng phù hợp. Chẳng hạn, hàng đơn giản không cần lựa chọn có nhu cầu hàng ngày thì phải rút ngắn thời gian mua hàng.

- *Độ ổn định*: là sự dao động về chi phí thời gian mua hàng của khách so với trung bình. Trong bán buôn: độ ổn định kém làm cho khách hàng phải tăng dự trữ bảo hiểm để chống lại việc cung ứng chậm trễ. Độ ổn định liên quan đến tiêu chuẩn đầy đủ và dự trữ, năng lực quản trị quá trình cung cấp hàng hoá. Trong bán lẻ: sự dao động thời gian mua hàng ảnh hưởng đến thời điểm và thời gian tiêu dùng hàng hoá, và do đó, không thoả mãn nhu cầu về thời gian cho khách hàng.

- *Độ linh hoạt*: là khả năng đáp ứng những yêu cầu dịch vụ bất thường của khách hàng (về hàng hoá, về thời gian, về địa điểm cung ứng và các dịch vụ khác). Những tình thế chủ yếu cần phải có độ linh hoạt nghiệp vụ là:

+ Có những biến đổi trong hệ thống dịch vụ cơ bản: thay đổi thời gian giao hàng (bán buôn); phát triển các phương pháp bán hàng và dịch vụ bổ sung (bán lẻ).

+ Cần phải hỗ trợ cho chương trình marketing và bán

hàng.

+ Kinh doanh mặt hàng mới và áp dụng phương pháp bán mới.

+ Chuyển giai đoạn chu kỳ sống sản phẩm.

+ Tình trạng gián đoạn trong cung ứng.

+ Tái đặt hàng.

+ Định hướng khách hàng theo trình độ dịch vụ.

+ Thay đổi mặt hàng hoặc định hướng khách hàng trong hệ thống Logistics như làm giá, bao gói...

- *Độ sai sót nghiệp vụ*: Mức độ vi phạm những yêu cầu của khách hàng về mặt hàng, thời gian... Cần phải thiết kế các chương trình không lỗi và có các phương án khắc phục những sai sót.

Tiêu chuẩn 3 - Độ tin cậy: Đây là tiêu chuẩn thể hiện tổng hợp chất lượng Logistics. Độ tin cậy bao gồm khả năng thực hiện tiêu chuẩn 1 và 2, khả năng cung cấp thông tin cho khách hàng chính xác, khả năng cải tiến liên tục các nghiệp vụ.

b. Giảm tổng chi phí của cả hệ thống Logistics

Tổng chi phí của hệ thống Logistics được đo lường theo công thức sau:

$$CF_{LOG} = F_v + F_{tk} + F_{lk} + F_{đt} + F_{đh}$$

Trong đó:

CF_{LOG} : Tổng chi phí hệ thống Logistics;

F_v: Cước phí vận chuyển hàng hoá;

F_{tk}: Chi phí hàng tồn kho;

F_{lk} : Chi phí lưu kho;

$F_{đt}$: Chi phí xử lý đơn hàng và hệ thống thông tin;

$F_{đh}$: Chi phí đặt hàng.

Để giảm được tổng chi phí phải có biện pháp tối ưu hóa các chi phí thành phần. Bên cạnh đó, phải xác định phương án kinh doanh hợp lý nhưng vẫn phải đảm bảo chất lượng dịch vụ khách hàng.

Đối với nhà sản xuất:

$$G \geq C_1 + C_2 + C_3 + C_4 + C_5$$

Ở đây:

G - Giá bán sản phẩm

C_1 - Giá thành sản xuất sản phẩm

C_2 - Chi phí marketing

C_3 - Chi phí vận tải

C_4 Chi phí cơ hội vốn cho hàng hóa tồn trữ

C_5 - Chi phí bảo quản hàng hóa.

Hoặc người ta có thể xác định giá bán sản phẩm[10] như sau:

$$G = C_{sx} + C_{mar} + C_{log} + P_{ln}$$

Ở đây:

C_{sx}: Chi phí sản xuất (48%)

C_{mar}: Chi phí marketing (27%)

C_{log}: Chi phí Logistics (21%)

P_{ln}: Lợi nhuận (4%)

[10] Nguồn: Logisitis in the manufacturing firm 2007-Pearson Education

$$C_5 = q_i.T_{bq} . g_{lk} + q_i.k.g + c_{bh}$$

Ở đây:

T_{bq}: Thời gian bình quân trong kho của lô hàng q_i

g_{lk}: Chi phí bình quân cho một đơn vị hàng hóa lưu kho ngày đêm.

k: Tỷ lệ tổn thất hư hỏng hàng lưu kho

g: Giá trị của đơn vị hàng hóa lưu kho

c_{bh}: Chi phí bảo hiểm cho lô hàng lưu kho

$$C_4 = (q_i \times m_v)_t . [(1 + r)^t - 1]$$

Ở đây: q_i: số lượng sản phẩm cho một lần gửi hàng đi

m_v: Định mức vốn cho một đơn vị sản phẩm, mức vốn này phụ thuộc vào công nghệ sản xuất.

$t = 1 \div m$: số đơn vị thời gian chịu lãi suất hàng năm của hàng tồn trữ (tháng hoặc năm)

r: mức lãi suất phải trả vốn vay.

Như vậy C_4 phụ thuộc vào thị trường vốn (r), công nghệ sản xuất (m_v) và khối lượng vật tư, sản phẩm tồn trữ. Nếu r và m_v cố định thì C_4 tỷ lệ thuận với qi tức là khi q_i nhỏ bao nhiêu lần thì C_4 nhỏ bấy nhiêu lần và ngược lại.

Thành phần cơ bản của chi phí Logistics

$C_1 = C_3 + C_4 + C_5 \Rightarrow$

$G = C_1 + C_2 + C_{log}$

Tổng chi phí Logistics khi lưu thông khối lượng Q trong thời gian t là:

$\sum C_{log} = \sum C_3 + \sum C_4 + \sum C_5$

Yêu cầu cơ bản và mấu chốt là khối lượng hàng cung ứng, bảo quản q_i là bao nhiêu để C_{log} giảm (Clog -> min)

c. Tối ưu hoá dịch vụ Logistics

Tối ưu hoá dịch vụ Logistics là quá trình xác định trình độ dịch vụ khách hàng để đạt được khả năng lợi nhuận tối đa. Xác định trình độ dịch vụ khách hàng tối ưu có liên quan đến mối quan hệ giữa trình độ dịch vụ khách hàng với doanh thu và chi phí.

d. Yêu cầu 7 đúng (7 rights): Đúng khách hàng, đúng sản phẩm, đúng số lượng, đúng điều kiện, đúng địa điểm, đúng thời gian và đúng chi phí. Đây được coi là những yêu cầu cơ bản và là sứ mệnh của Logistics trong nền kinh tế thị trường[11].

1.4. Hệ thống chỉ tiêu đánh giá hoạt động Logistics của doanh nghiệp

1.4.1. Nguyên tắc tổ chức hệ thống Logistics

a. Nguyên tắc tiếp cận hệ thống (System approach)

Hệ thống là sự tập hợp bởi các thực thể (đối tượng khác nhau) có sự tương tác với nhau. Sự biến đổi của một thực thể này có thể ảnh hưởng đến sự biến đổi của một hoặc nhiều thực thể khác và ngược lại, cuối cùng làm cho hệ thống biến đổi. Tiếp cận hệ thống là phương pháp khá phổ biến trong khoa học. Theo phương pháp này, nghiên cứu vấn đề cần đặt nó vào môi trường mà nó tồn tại. Nói

[11] Những năm 70, 80 của thế kỷ XX, Giáo trình kinh tế cung ứng của chuyên ngành Kinh tế cung ứng (xuất bản 3/1978) Khoa Vật tư trường Đại học Kinh tế kế hoạch nay là ĐH Kinh tế quốc dân cũng đã đề cập đến yêu cầu 5 đúng trong cung ứng hàng hóa: đúng số lượng, đúng về quy cách phẩm chất, đúng thời gian, đúng địa điểm, đúng giá cả quy định.

cách khác, là xem xét nó như là một bộ phận của tổng thể lớn hơn, mà ta thường gọi là môi trường bên ngoài. Logistics trong hoạt động kinh doanh được coi là một hệ thống lớn. Hệ thống gồm ba hệ thống nhỏ tương tác với nhau, đó là hệ thống cung ứng vật tư, hệ thống phân phối thành phẩm và hệ thống thu hồi (tái chế và tái sử dụng).

b. Nguyên tắc xem xét tổng chi phí (Total-cost approach)

Nguyên tắc này được xây dựng trên cơ sở là tất cả các chức năng liên quan trong Logistics được coi như toàn bộ, không riêng lẻ. Các hoạt động trong khu vực chức năng của Logistics đều phải nằm trong "cái ô" tổng chi phí của Logistics.

c. Nguyên tắc tránh tối ưu hóa cục bộ (The avoidance of suboptimization)

Theo nguyên tắc này, các vấn đề được xem xét toàn bộ. Ví dụ: Một dây chuyền sản xuất gồm các công đoạn khác nhau và mỗi công đoạn này lại là một bộ phận có tính độc lập tương đối, nghĩa là có thể xem xét như một đối tượng điều khiển độc lập.

Như vậy, nó có thể được tối ưu hóa riêng (tối ưu hóa cục bộ). Tối ưu hóa cục bộ có thể đưa đến hai tình huống: thúc đẩy hoặc kìm hãm tính tối ưu toàn hệ thống. Vì vậy, nguyên tắc này chỉ ra rằng khi tối ưu hóa cục bộ không tạo được kết quả tối ưu cho toàn hệ thống thì không nên tối ưu hóa cục bộ.

d. Nguyên tắc bù trừ (Cost trade - offs)

Một nguyên tắc quan trọng được hình thành từ nguyên tắc tổng chi phí và hỗ trợ cho nguyên tắc tổng chi phí đó là nguyên tắc bù trừ chi phí. Nguyên tắc này được hiểu là sự

thay đổi các hoạt động chức năng của hệ thống lưu thông phân phối sẽ làm cho một số chi phí tăng lên, một số chi phí giảm xuống. Ví dụ: Nhà sản xuất muốn tận dụng giá cước vận chuyển đường biển thấp thì phải tích tụ một số lượng hàng hóa lớn và điều này dẫn đến chi phí tồn trữ tăng lên. Ngược lại, nhà sản xuất giao hàng bằng máy bay thì giá cước vận chuyển sẽ cao hơn rất nhiều so với đường biển nhưng chi phí tồn trữ thấp. Tuy nhiên, hiệu quả thực sự của nguyên tắc này sẽ là tổng chi phí giảm xuống tương ứng với mục đích phục vụ khách hàng được xác định.

1.4.2. Hệ thống chỉ tiêu đánh giá hoạt động Logistics

Trong kinh doanh dịch vụ như kho hàng và vận tải hàng hóa không thực hiện việc sản xuất sản phẩm như chúng ta thấy trong lĩnh vực sản xuất mà chỉ cung cấp dịch vụ cho khách hàng để lấy tiền (thu lợi nhuận) bằng cách sử dụng diện tích mặt bằng kho, máy móc thiết bị phương tiện và sức lao động của công nhân lành nghề.

Do đặc trưng của hoạt động dịch vụ nên thực tế thường sử dụng các chỉ tiêu kinh tế đặc thù để đánh giá. Các chỉ tiêu đánh giá có thể chia thành ba nhóm: Các chỉ tiêu phản ánh doanh thu, chi phí và lợi nhuận; các chỉ tiêu đánh giá hoạt động đặc thù; các chỉ tiêu phân tích quản trị hậu cần vật vật tư ở doanh nghiệp.

- Doanh thu dịch vụ (DT_{DV})

$$DT_{DV} = \sum_{i=1}^{n} Q_i * G_i$$

Ở đây: Q_i - Khối lượng dịch vụ loại i; G_i - Giá dịch vụ loại i; n: Số lượng các dịch vụ loại i.

- Doanh thu thuần trước thuế (NIBT)

$$NIBT = DT_{bh} - C_{sx},d_v - C_{hc} - C_{bh}$$

Trong đó: NIBT: Doanh thu thuần trước thuế; DT_{bh}: Doanh thu bán hàng; C_{sx},d_v: Chi phí sản xuất/ dịch vụ; C_{hc}: Chi phí hành chính; C_{bh}: Chi phí bán hàng.

Doanh thu thuần trước thuế là một thước đo lợi nhuận trước thuế được thể hiện như sau: [Tỷ lệ % NIBT/giá trị tài sản] là một trong những thước đo đánh giá mức độ lợi nhuận của một công ty. Bất kể NIBT là tích cực hay tiêu cực, cần thiết phải có một phân tích đầy đủ về nó. Nó giúp cho các doanh nghiệp nói chung và các doanh nghiệp Logistics nói riêng đánh giá được đúng đắn khả năng tiêu thụ hàng hóa hay khả năng cung cấp dịch vụ của doanh nghiệp.

- *Chi phí kinh doanh dịch vụ*

Trong kinh doanh dịch vụ, chi phí trực tiếp là chi phí sử dụng cơ sở vật chất, máy móc, thiết bị phương tiện và công nhân. Còn chi phí gián tiếp là chi phí cho các hoạt động khác như: tiền thuế, chi phí quản lý, chi phí văn phòng, bảo hiểm, điện thoại... Tiền thu được trong dịch vụ phải bù đắp được các chi phí sau: Chi phí trực tiếp; Chi phí gián tiếp; Lợi nhuận hợp lý.

Thông thường khi tính chi phí cho một loại dịch vụ, người ta tính theo giờ và gọi là giá tính cho một giờ.

Chi phí cho 1 giờ dịch vụ = Chi phí trực tiếp tính cho 1 giờ + Lợi nhuận

Lợi nhuận trong 1 giờ được cộng vào để bù đắp chi phí gián tiếp và có lãi.

- *Tổng chi phí của hệ thống Logistics (xem mục b,*

trang 27)

- Chỉ tiêu đánh giá chất lượng hoạt động dịch vụ (K_d)
- Chỉ tiêu mức độ đáp ứng nhu cầu dịch vụ.

$$K_d = \frac{\sum_{i=1}^{m} Q_i^o N_i^o}{\sum_{i}^{n} Q_i^n N_i^n}$$

Ở đây: Q^o_i - Khối lượng dịch vụ loại i cho doanh nghiệp dịch vụ thực hiện trong năm; N^o_i - Số lượng khách hàng được cung ứng dịch vụ loại i; Q^n_i - Nhu cầu hàng năm về dịch vụ loại i; N^n_i - Số lượng khách hàng có nhu cầu dịch vụ loại i; m - Số lượng các dịch vụ được doanh nghiệp dịch vụ thực hiện (cung ứng).

1.5. Câu hỏi ôn tập và thảo luận

1. Khái quát lược sử phát triển Logistics và dịch vụ Logistics.
2. Lợi ích của Logistics trong thúc đẩy sản xuất kinh doanh.
3. Phân loại Logistics và dịch vụ Logistics.
4. Thực trạng phát triển dịch vụ Logistics ở Việt Nam và giải pháp phát triển.
5. Hệ thống các chỉ tiêu đánh giá hoạt động Logistics và các doanh nghiệp Logistics.
6. Cảng biển trong hệ thống Logistics và biện pháp phát triển dịch vụ Logistics trong lĩnh vực giao thông vận tải ở nước ta.

Chương 2

QUẢN TRỊ LOGISTICS DOANH NGHIỆP

Phạm vi chương

Quản trị Logistics doanh nghiệp có một vai trò quan trọng đối với quá trình sản xuất kinh doanh trong cơ chế thị trường, đặc biệt là trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Trong chương này, các nội dung cơ bản liên quan đến Logistics doanh nghiệp được đề cập như: Cơ sở, vai trò của quản trị Logistics; Nội dung của hoạt động Logistics cần được quản lý; Quản trị Logistics đầu vào và quản trị Logistics đầu ra.

2.1. Khái quát quản trị Logistics doanh nghiệp

2.1.1. Tính tất yếu của quản trị Logistics và cung ứng

Hoạt động sản xuất kinh doanhcủa doanh nghiệp đòi hỏi phải có sức lao động, vật tư và tiền vốn, bản quyền, lixăng. Chính vì vậy để bảo đảm cho các hoạt động sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp được tiến hành liên tục và đều đặn, phải thường xuyên đảm bảo các loại vật tư đủ về số lượng, đúng về quy cách, chất lượng, và kịp thời về mặt thời gian. Đó là điều kiện bắt buộc mà thiếu nó thì không thể có tiến hành sản xuất được. Có vật tư mới có thể tạo ra sản phẩm, vì vậy đảm bảo vật tư là một yêu cầu khách quan, một điều kiện chung của mọi nền sản xuất xã hội. "Một xã hội mà tái sản xuất, nghĩa là muốn sản xuất liên tục, thì phải không ngừng chuyển hoá trở lại một phần sản phẩm của mình thành tư liệu sản xuất, thành những yếu tố của những sản phẩm mới"[12]. Nhưng bất cứ việc bảo

[12] Các Mác, Tư bản, quyển 1, tập 3, trang 7, NXB Sự Thật, Hà Nội, 1963.

đảm nào về các loại vật tư cần thiết cho sản xuất cũng đều diễn ra trong phạm vi một hình thái xã hội nhất định và thông qua hình thái xã hội đó. Đứng trên ý nghĩa đó mà xét, đảm bảo vật tư cho sản xuất là một quá trình kinh tế xã hội. Thực vậy, khi một doanh nghiệp này bán cho một doanh nghiệp khác loại vật tư, sản phẩm nào đó, thì giữa hai doanh nghiệp có những quan hệ nhất định với nhau trong sản xuất. Tính chất của những quan hệ ấy là do phân công lao động xã hội và chuyên môn hoá sản xuất quyết định.

2.1.2. Vai trò của quản trị Logistics

Quá trình sản xuất là quá trình con người sử dụng tư liệu lao động để tác động vào đối tượng lao động làm thay đổi hình dáng, kích thước, tính chất lý hoá của đối tượng lao động để tạo ra những sản phẩm với chất lượng ngày càng cao, thoả mãn đầy đủ nhu cầu đa dạng của con người. Quá trình sản xuất của doanh nghiệp luôn đòi hỏi phải có các yếu tố của sản xuất, trong đó có vật tư kỹ thuật. Thiếu vật tư thì không thể có hoạt động sản xuất ra của cải vật chất. Khi vật tư đóng vai trò là tư liệu lao động mà bộ phận chủ yếu là máy móc thiết bị, thể hiện trình độ trang bị kỹ thuật cho sản xuất, thì nó là nhân tố cực kỳ quan trọng để nâng cao năng suất lao động, chất lượng sản phẩm, tăng quy mô sản xuất, tạo điều kiện sử dụng hợp lý sức lao động và nguyên, nhiên vật liệu, tiết kiệm các yếu tố vật chất trong sản xuất. Trong điều kiện cạnh tranh gay gắt, doanh nghiệp muốn tồn tại và phát triển một phần phụ thuộc vào trình độ kỹ thuật của sản xuất, sự nhanh chóng đổi mới công nghệ và do đó phụ thuộc vào vật tư kỹ thuật với tư cách là tư liệu lao động. Nhưng theo điều tra của Tổng cục Thống kê thì tình trạng kỹ thuật của đa số máy

móc thiết bị trong khu vực DNNN lạc hậu khoảng 2-3 thế hệ, có lĩnh vực như đường sắt, công nghiệp đóng tàu, cơ khí... lạc hậu khoảng 4-5 thế hệ. Hiện nay trong số các doanh nghiệp trung ương có 54,3% số doanh nghiệp ở trình độ thủ công, 41% ở trình độ cơ khí, chỉ có 3,7% ở trình độ tự động hoá. Đối với doanh nghiệp địa phương, có tới 71% ở trình độ thủ công, 24% ở trình độ tự động hoá. Trong điều kiện đó, hậu cần vật tư cho sản xuất ở các doanh nghiệp đóng một vai trò rất quan trọng, góp phần nâng cao trình độ công nghệ, nâng cao sức cạnh tranh, đáp ứng yêu cầu công nghiệp hoá đất nước, thực hiện cuộc cách mạng 4.0.

Khi vật tư đóng vai trò là đối tượng lao động chủ yếu là nguyên vật liệu, vật tư sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến việc sử dụng hợp lý và tiết kiệm nguyên vật liệu và do đó đến hiệu quả sử dụng vốn kinh doanh của doanh nghiệp. Nguyên vật liệu được bảo đảm đầy đủ, đồng bộ, đúng chất lượng là điều kiện quyết định khả năng tái sản xuất mở rộng. Trong quá trình sản xuất, nguyên vật liệu là bộ phận trực tiếp tạo nên sản phẩm, nó chiếm 60% đến 70% trong cơ cấu giá thành sản phẩm do đó nguyên vật liệu có vai trò quan trọng trong việc giảm chi phí sản xuất kinh doanh và giá cả sản phẩm.

Từ vai trò trên đây của vật tư cho thấy ý nghĩa to lớn của hoạt động cung ứng vật tư cho sản xuất, của hoạt động Logistics đầu vào ở doanh nghiệp. Việc bảo đảm vật tư đầy đủ, đồng bộ, kịp thời là điều kiện tiền đề cho sự liên tục của quá trình sản xuất, cho sự nhịp nhàng đều đặn của quá trình sản xuất. Bất cứ một sự không đầy đủ, kịp thời và đồng bộ nào của vật tư đều có thể gây ra sự ngừng trệ

sản xuất, gây ra sự vi phạm các quan hệ kinh tế đã được thiết lập giữa các doanh nghiệp với nhau, gây ra sự tổn thất trong sản xuất kinh doanh.

Đảm bảo tốt vật tư cho sản xuất là đáp ứng các yêu cầu về số lượng, chất lượng, đúng về quy cách, chủng loại, kịp về thời gian và đồng bộ. Điều này ảnh hưởng đến năng suất của doanh nghiệp, đến chất lượng sản phẩm, đến việc sử dụng hợp lý và tiết kiệm vật tư, đến tình hình tài chính của doanh nghiệp, đến hiệu quả sản xuất kinh doanh và sự tồn tại, phát triển của doanh nghiệp. Vai trò của quản trị hoạt động Logistics doanh nghiệp được thể hiện:

(1) Dịch vụ Logistics góp phần nâng cao trình độ kỹ thuật của sản xuất, sử dụng hợp lý và tiết kiệm các nguồn lực, giảm thiểu chi phí trong quá trình sản xuất, tăng cường sức cạnh tranh cho các doanh nghiệp. Chi phí Logistics chiếm tỷ trọng lớn, khoảng 21% doanh thu tiêu thụ sản phẩm của doanh nghiệp. Ở gốc độ vĩ mô, chi phí cho hoạt động Logistics chiếm khoảng 10 - 13% GDP ở các nước phát triển, ở các nước đang phát triển thì cao hơn, khoảng 15 - 20%. Với nguồn lực có giới hạn, Logistics luôn được các quốc gia trên thế giới đặc biệt quan tâm nghiên cứu, phát triển và ứng dụng.

(2) Dịch vụ Logistics đóng vai trò quan trọng trong việc bảo đảm yếu tố đúng thời gian, đúng địa điểm (JIT), nhờ đó đảm bảo cho quá trình sản xuất kinh doanh diễn ra theo nhịp độ đã định, góp phần nâng cao chất lượng và hạ giá thành sản phẩm, sử dụng hiệu quả vốn kinh doanh của các doanh nghiệp. Quá trình toàn cầu hóa kinh tế đã làm cho hàng hóa và sự vận động của chúng phong phú và

phức tạp hơn nhiều lần so với thời kỳ trước đây, đòi hỏi sự quản lý chặt chẽ, đặt ra yêu cầu mới đối với dịch vụ vận tải và giao nhận. Đồng thời, để tránh hàng tồn kho, ứng dụng doanh nghiệp phải tính toán để lượng hàng tồn kho luôn là nhỏ nhất. Kết quả là hoạt động lưu thông nói chung và hoạt động Logistics nói riêng phải bảo đảm yêu cầu giao hàng đúng lúc, kịp thời, mặt khác phải bảo đảm mục tiêu khống chế lượng hàng tồn kho ở mức tối thiểu. Sự phát triển mạnh mẽ của tin học cho phép kết hợp chặt chẽ quá trình cung ứng, sản xuất, lưu kho hàng hóa, tiêu thụ với vận tải giao nhận, làm cho cả quá trình này trở nên hiệu quả hơn, nhanh chóng hơn, nhưng đồng thời cũng phức tạp hơn.

(3) Dịch vụ Logistics hỗ trợ nhà quản lý ra quyết định chính xác trong hoạt động sản xuất kinh doanh. Doanh nghiệp luôn phải giải quyết nhiều bài toán khó về nguồn nguyên liệu cung ứng, số lượng và thời điểm để bổ sung hiệu quả nguồn nguyên liệu, phương tiện và hành trình vận tải, địa điểm, thời gian giao nhận và kho bãi chứa thành phẩm, bán thành phẩm,... Để giải quyết những vấn đề này một cách hiệu quả không thể thiếu vai trò của dịch vụ Logistics vì nó cho phép nhà quản lý kiểm soát và ra quyết định chính xác về các vấn đề nêu trên để giảm tối đa chi phí phát sinh, bảo đảm hiệu quả trong hoạt động sản xuất kinh doanh.

(4) Dịch vụ Logistics góp phần gia tăng giá trị kinh doanh của các doanh nghiệp thông qua việc thực hiện các dịch vụ lưu thông bổ sung (các dịch vụ tiếp tục quá trình sản xuất trong khâu phân phối lưu thông). Logistics là loại hình dịch vụ có quy mô mở rộng và phức tạp hơn nhiều so

với hoạt động vận tải giao nhận thuần túy. Trước kia, người kinh doanh dịch vụ vận tải giao nhận chỉ cung cấp cho khách hàng những dịch vụ đơn giản, thuần túy và đơn lẻ. Ngày nay, do sự phát triển của sản xuất, lưu thông, các chi tiết của một sản phẩm có thể do nhiều quốc gia cung ứng và ngược lại một loại sản phẩm của doanh nghiệp có thể tiêu thụ tại nhiều quốc gia, nhiều thị trường khác nhau, vì vậy dịch vụ mà khách hàng yêu cầu từ các nhà phân phối, các doanh nghiệp kinh doanh vận tải giao nhận phải đa dạng và rất phong phú. Người vận tải giao nhận ngày nay phải triển khai thực hiện nhiều dịch vụ nhằm đáp ứng yêu cầu thực tế ngày càng tăng của khách hàng. Họ trở thành người cung cấp Logistics (Logistics service providers) và Logistics đã góp phần làm gia tăng giá trị kinh doanh của các doanh nghiệp Logistics.

2.1.3. Những nội dung chủ yếu của hoạt động Logistics

Với mục tiêu của hoạt động Logistics là cung ứng các yếu tố đầu vào cho sản xuất với chi phí thấp nhất, bảo đảm cho các hoạt động sản xuất tiến hành nhịp nhàng liên tục, trên góc độ này, hoạt động Logistics thường bao gồm những nội dung chủ yếu sau:

(1) Vận chuyển hàng hóa, vật tư kỹ thuật phục vụ sản xuất

Vận chuyển vật tư kỹ thuật được hiểu là sự di chuyển thực tế của vật tư kỹ thuật, cho các hoạt động về doanh nghiệp bảo đảm cho sản xuất diễn ra liên tục và không bị gián đoạn. Hoạt động vận chuyển có thể được thực hiện bằng nhiều phương thức khác nhau như bằng đường bộ, đường sắt, đường hàng không, đường thủy, đường ống...

Tùy thuộc vào điều kiện, khoảng cách địa lý của điểm xuất phát và điểm đến, thời gian, chất lượng, chi phí dịch vụ... mà có thể đưa ra phương án tối ưu cho phương thức và phương tiện vận chuyển, đảm bảo hàng hóa được chuyển tới đích an toàn, đúng thời gian, đúng địa điểm, giảm thiểu chi phí. Các hoạt động Logistics vận chuyển chủ yếu đó là: (i) chọn phương thức và dịch vụ vận chuyển, (ii) bốc xếp hàng hóa, (iii) lên lịch trình xe, (iv) xử lý sự cố, (v) đánh giá hệ thống vận chuyển...

Hoạt động vận chuyển là hoạt động chủ yếu trong chuỗi cung ứng, chiếm một tỷ trọng chi phí lớn, luôn giữ vai trò quan trọng và ảnh hưởng trực tiếp trong việc ra quyết định trong quản lý, từ các quyết định có tính chiến lược đến các quyết định hàng ngày. Việc ra quyết định trong quản lý ngày càng phụ thuộc vào hoạt động vận chuyển và yếu tố JIT (đúng thời gian và địa điểm) trở thành tiêu chí xem xét cho cả hoạt động sản xuất và phân phối. Trong thực tế vận hành hệ thống Logistics, hoạt động vận chuyển luôn là hoạt động chiếm tỷ trọng lớn cả về thời gian và chi phí.

(2) Cung ứng nguyên vật liệu trong sản xuất

Hoạt động quản lý cung ứng nguyên vật liệu là một quá trình theo dõi, giám sát vận hành các hoạt động liên quan đến việc đảm bảo vật tư đưa vào, lưu giữ và đưa ra khỏi chuỗi cung ứng nhằm tối ưu hóa, bảo toàn, hạn chế thất thoát và tránh những tình huống đình trệ không cần thiết. Cung ứng vật tư tuy là hoạt động bổ trợ nhưng lại có khả năng kiểm soát được đầu vào nên có ý nghĩa sống còn với hoạt động sản xuất. Cung ứng vật tư là các hoạt động

cung ứng nguyên nhiên vật liệu đầu vào, thiết bị, phụ tùng thay thế. Hoạt động chính của cung ứng vật tư gồm: (i) xác định nhu cầu - cung ứng vật tư, (ii) lưu giữ các dữ liệu, (iii) quản lý kho hàng, (iv) tìm chọn nhà cung cấp mới, (v) hợp lý hóa các luồng vật tư...

(3) Quản lý dự trữ

Lập kế hoạch dự trữ giúp các nhà sản xuất xác định được lượng dự trữ tối ưu, phù hợp nhất. Lượng dự trữ hàng hóa này sẽ giúp nhà sản xuất duy trì được khả năng đáp ứng ngay các yêu cầu của khách hàng. Hoạt động này bao gồm nhiều hoạt động như dự báo lượng dự trữ, cân đối các yêu cầu đặt hàng, điều chỉnh các dịch vụ, sắp xếp, cân đối lượng dự trữ phù hợp. Hoạt động của Logistics trong quản lý dự trữ bao gồm: (i) quản lý nguyên liệu thô, bán thành phẩm và thành phẩm, (ii) dự báo tình hình kinh doanh ngắn hạn, (iii) xác định số lượng, trữ lượng và vị trí các điểm lưu trữ, (iv) xây dựng kế hoạch đảm bảo tiến độ giao nhận đúng thời gian. Đối với doanh nghiệp sản xuất, thường tập trung quản lý và tối ưu hóa dự trữ sản xuất và dự trữ tiêu thụ nhằm giảm chi phí cho hoạt động Logistics của doanh nghiệp.

(4) Hoạt động kho bãi

Là hoạt động bổ trợ nhưng hoạt động kho bãi của doanh nghiệp có vai trò quan trọng trong việc thực hiện được mục tiêu chung của chuỗi cung ứng. Năng lực kho bãi thường được đánh giá qua khả năng lưu trữ và chi phí lưu trữ. Logistics trong quản lý kho bãi bao gồm các hoạt động chủ yếu sau: (i) xác định quy mô, diện tích, địa điểm, (ii) bố trí mặt bằng, sắp xếp trong kho, (iii) thiết lập cơ cấu

kho bãi, (iv) lựa chọn địa điểm. Địa điểm kho bãi có ý nghĩa rất quan trọng. Việc chọn địa điểm kho bãi phù hợp có tác động lớn đến việc sắp xếp kế hoạch vận chuyển, mở rộng thị trường và nâng cao khả năng cung ứng. Địa điểm kho bãi thuận lợi cũng là yếu tố then chốt trong việc nâng cao năng lực đáp ứng hàng hóa tại nhiều địa điểm khác nhau, trong các khoảng cách khác nhau mà vẫn tiết kiệm chi phí vận chuyển. Việc lựa chọn loại dịch vụ kho bãi có vai trò rất quan trọng trong việc tiết kiệm chi phí Logistics đối với doanh nghiệp sản xuất, qua đó để tăng doanh thu và lợi nhuận cho doanh nghiệp.

(5) Tiêu thụ sản phẩm của doanh nghiệp

Trong nền kinh tế thị trường, chức năng thương mại được coi là một bộ phận hữu cơ, quan trọng trong hoạt hoạt động sản xuất kinh doanh ở doanh nghiệp. Đối với mỗi doanh nghiệp, sản phẩm được sản xuất ra là để bán cho người tiêu dùng, do đó người tiêu dùng chiếm vị trí trung tâm và là đối tượng của mọi hoạt động sản xuất kinh doanh. Nói một cách khác, sản phẩm sản xuất ra phải được tiêu thụ, đó là điều kiện tiên quyết cho sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp. Tiêu thụ sản phẩm đã trở thành một bộ phận chiếm vị trí đặc biệt quan trọng trong hoạt động thương mại của doanh nghiệp. Tiêu thụ sản phẩm là quá trình thực hiện giá trị của hàng hoá, quá trình chuyển hoá hình thái giá trị của hàng hoá từ hàng sang tiền, sản phẩm được coi là tiêu thụ khi được khách hàng chấp nhận thanh toán tiền hàng. Tiêu thụ sản phẩm là giai đoạn cuối cùng của quá trình sản xuất kinh doanh, là yếu tố quyết định sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp. Tiêu thụ sản phẩm nhằm thực hiện mục đích của sản xuất hàng hoá là

sản phẩm sản xuất để bán và thu lợi nhuận. *(6) Quản lý hệ thống thông tin.*

Công nghệ thông tin đã từ lâu trở thành công cụ quản lý mạnh mẽ trong nền kinh tế hiện đại. Công tác quản lý thông tin mặc dù chỉ có tính chất hỗ trợ cho các hoạt động khác trong chuỗi cung ứng nhưng nó lại có tính chất quyết định đến từng hoạt động và cả hệ thống. Đặc biệt khi thương mại điện tử phát triển mạnh, việc quản lý thông tin từ khâu tiếp nhận, lưu trữ, xử lý trở thành một hoạt động sống còn trong chuỗi cung ứng. Nội dung công việc tuy không phức tạp và đòi hỏi nhiều chi phí, nguồn lực nhưng lại là một hoạt động thường xuyên. Trong các hoạt động của chuỗi cung ứng, nhiều hoạt động có khoảng thời gian tạm ngừng nhưng riêng hoạt động thu thập, lưu trữ và xử lý thông tin không bao giờ ngừng để đảm bảo thông tin luôn được cập nhật. Lưu trữ thông tin một cách khoa học giúp việc tra cứu, truy xuất dữ liệu dễ dàng, thuận tiện khi cần thiết. Có những thông tin là tài sản có giá trị rất lớn đối với doanh nghiệp như các công nghệ, danh sách khách hàng, dữ liệu về đối tác, dữ liệu về sản xuất, dữ liệu về thị trường... Do đó, việc lưu trữ bảo mật thông tin là một trong những biện pháp bảo vệ an toàn cho hệ thống, bảo vệ và nâng cao năng lực cạnh tranh. Xử lý thông tin cho kết quả là cơ sở để ra các quyết định, hoạch định các chiến lược nên xử lý thông tin cần chính xác, kịp thời. Một sai sót nhỏ trong xử lý thông tin có thể phá hủy toàn bộ hệ thống chuỗi cung ứng. Hệ thống quản lý thông tin nhanh, chính xác giúp việc đưa ra các quyết định, kế hoạch thích hợp nhất cho các hoạt động của chuỗi cung ứng. Hoạt động quản lý hệ thống thông tin thường bao gồm các nội dung: (i) thu thập, lưu trữ và xử lý

thông tin, (ii) phân tích số liệu, (iii) xây dựng các quy trình kiểm soát (ví dụ như việc kiểm soát quá trình vận chuyển hàng hóa thông qua hệ thống định vị toàn cầu GPS - Global Positioning System).

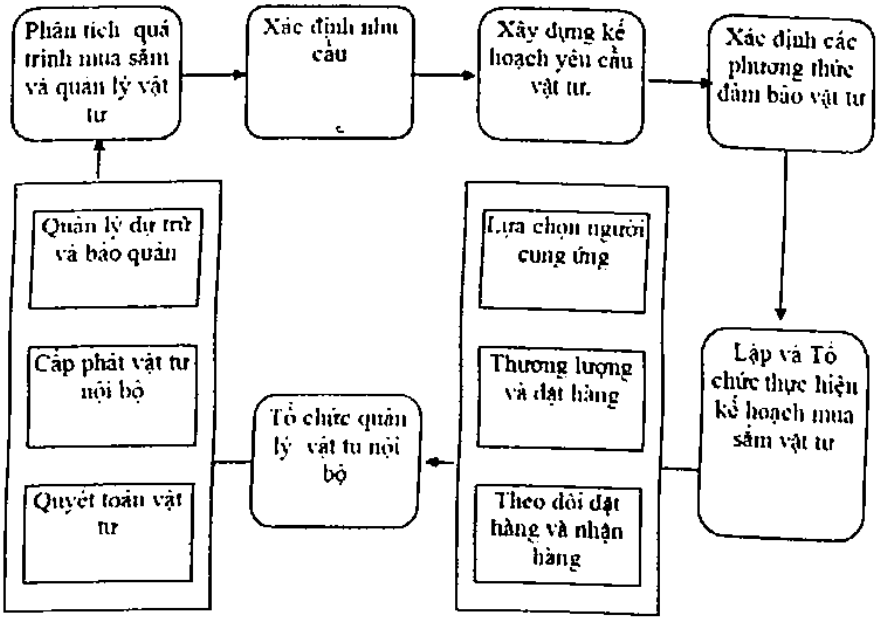
Đối với doanh nghiệp sản xuất hoạt động chủ yếu là tạo ra sản phẩm có giá trị sử dụng và giá trị để cung ứng cho thị trường nhằm thu lợi nhuận. Do đó, hoạt động Logistics có mối quan hệ chặt chẽ với tất cả các mặt hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, đặc biệt trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh, hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp sản xuất trên thị trường

2.2. Nội dung quản trị Logistics đầu vào (Inbound Logistics)

Mỗi doanh nghiệp đều có mối quan hệ qua lại với nhiều đơn vị kinh tế khác. Điều này thể hiện ở việc thường xuyên trao đổi các loại hàng hoá trên nhiều thị trường khác nhau. Doanh nghiệp mua trên các thị trường này những hàng hoá cần thiết cho quá trình sản xuất của mình. Những sản phẩm cần thiết do các đơn vị kinh tế khác cung cấp có thể là những mặt hàng cụ thể, dịch vụ và bản quyền, đây chính là đối tượng của hoạt động mua sắm và quản lý vật tư ở các doanh nghiệp. Toàn bộ đối tượng của quá trình mua sắm và quản lý vật tư có thể được chia thành 2 nhóm lớn: Vật tư và dịch vụ cần thiết cho sản xuất kinh doanh.

Vật tư là toàn bộ các đầu vào vật chất được sử dụng trực tiếp hay gián tiếp vào quá trình sản xuất hay cung cấp dịch vụ. Vật tư tồn tại dưới hai dạng cơ bản là phương tiện sản xuất và nguyên liệu sản xuất. Phương tiện sản xuất bao gồm: mặt bằng đất đai, nhà cửa và toàn bộ trang thiết bị

máy móc của doanh nghiệp; Nguyên vật liệu bao gồm: vật liệu (đây là phần chủ yếu được đưa vào sản xuất), phụ liệu (cũng là một phần của các thành phẩm tuy có giá trị nhưng tầm quan trọng ít hơn), nhiên liệu (không được xem là thành phần sản phẩm hoàn thiện mà chỉ dùng để hoàn thiện chúng, ví dụ điện, dầu...). Các dịch vụ được sử dụng khá đa dạng. Ví dụ như hoạt động tín dụng, tư vấn về thuế... Bản quyền cũng có ý nghĩa quan trọng, cần phải đảm bảo cho doanh nghiệp có được những phát minh sáng chế hay bản quyền (đó là quyền được sử dụng phát minh, sáng chế của người khác để sản xuất ra sản phẩm nào đó).



Hình 2.1. Mô hình Quản trị cung ứng

Yêu cầu đối với hoạt động mua sắm và quản lý vật tư là đảm bảo cung ứng một lượng vật tư hoặc dịch vụ cần thiết, đúng chất lượng và kịp thời về tiến độ cho các kế hoạch sản xuất kinh doanh. Để đạt được các yêu cầu này,

trong quá trình tổ chức mua sắm và quản lý vật tư, các doanh nghiệp cần phải xác định rõ: *Cần mua cái gì? Chất lượng ra sao? Số lượng bao nhiêu? Mua lúc nào? Mua ở đâu?*

Để trả lời được những câu hỏi trên, quá trình mua sắm và quản lý vật tư cần được tổ chức một cách khoa học từ khâu kế hoạch cho đến khâu tổ chức mua sắm và quản lý. Về mặt nội dung, *Mua sắm và quản lý vật tư* bao gồm tất cả các hoạt động nhằm kiểm soát quá trình vận động của các luồng vật tư, dịch vụ trong các chu trình kinh doanh, từ việc xác định nhu cầu vật tư, xây dựng các kế hoạch nguồn hàng, tổ chức mua sắm đến tổ chức quản lý dự trữ, cấp phát, quyết toán sử dụng và phân tích đánh giá quá trình quản lý vật tư. Quá trình mua sắm và quản trị vật tư được mô hình hoá trong hình 2.1.

Xác định nhu cầu và lập kế hoạch yêu cầu vật tư: nhằm trả lời ba câu hỏi cơ bản: những danh mục vật tư hàng hoá có nhu cầu, số lượng nhu cầu của mỗi loại vật tư, và phân phối của nhu cầu theo thời gian (thời điểm của nhu cầu.). Trên cơ sở kết quả của quá trình xác định nhu cầu, người ta tiến hành lập các kế hoạch yêu cầu vật tư phục vụ cho hoạt động sản xuất kinh doanh ở các doanh nghiệp. Kế hoạch yêu cầu vật tư là cơ sở để tổ chức lựa chọn phương thức đảm bảo vật tư.

Xác định phương thức đảm bảo vật tư: có ba phương thức đảm bảo vật tư cơ bản mà các doanh nghiệp có thể lựa chọn: mua, tự chế tạo, hoặc đảm bảo vật tư thông qua thành lập các liên minh chiến lược trong cung ứng vật tư. Sau khi xác định được những phương thức đảm bảo vật tư, người ta tiến hành lập các kế hoạch và tổ chức mua sắm vật tư nhằm

đáp ứng các nhu cầu vật tư cho các hoạt động kinh doanh.

Lập và tổ chức thực hiện kế hoạch mua sắm vật tư: Hệ thống kế hoạch mua sắm vật tư được lập trên cơ sở cân đối giữa nhu cầu và khả năng tự chế tạo. Nội dung cơ bản của kế hoạch mua sắm vật tư bao gồm: danh mục vật tư cần phải mua, số lượng vật tư cần phải mua đối với từng danh mục, những thời điểm mua, các nguồn cung cấp tiềm năng và ngân quỹ mua sắm. Kế hoạch mua sắm là cơ sở hướng dẫn các hoạt động mua sắm, từ việc lập các đơn hàng đến việc tiếp nhận vật tư.

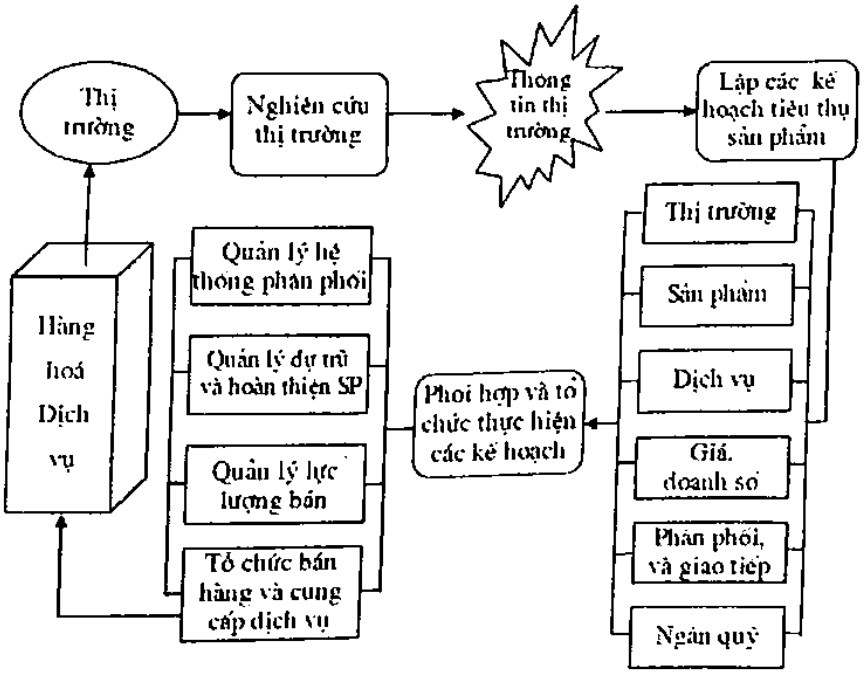
Quản lý vật tư nội bộ: Sau khi vật tư đã được tiếp nhận, người ta tiến hành quản lý vật tư nội bộ trong doanh nghiệp. Nội dung chủ yếu của công tác quản lý vật tư nội bộ bao gồm: quản lý dự trữ và bảo quản vật tư, cấp phát vật tư nội bộ và quyết toán tình hình sử dụng vật tư.

Phân tích quá trình mua sắm và quản lý vật tư: Bao gồm việc phân tích về mặt số lượng, chất lượng, tính kịp thời, tính đồng bộ và hiệu quả sử dụng vật tư làm cơ sở cho những cải tiến trong quá trình mua sắm và quản lý vật tư.

2.3. Nội dung quản trị logisics đầu ra (Outbound Logistics)

Triết lý kinh doanh của sản xuất hàng hoá là sản phẩm được sản xuất ra để bán nhằm thu lợi nhuận. Do đó tiêu thụ sản phẩm là một trong những nội dung quan trọng trong hoạt động sản xuất kinh doanh ở doanh nghiệp để thực hiện triết lý đó. Theo nghĩa hẹp, quá trình tiêu thụ sản phẩm gắn liền với sự thanh toán giữa người mua và người bán và sự chuyển quyền sở hữu hàng hoá. Thực tế cho

thấy, thích ứng với mỗi cơ chế quản lý kinh tế khác nhau, công tác tiêu thụ sản phẩm được thực hiện bằng các hình thức khác nhau. Trong nền kinh tế kế hoạch hoá tập trung, hoạt động tiêu thụ sản phẩm của doanh nghiệp được thực hiện theo kế hoạch giao nộp sản phẩm với giá cả và địa chỉ do nhà nước quy định. Còn trong nền kinh tế thị trường, các doanh nghiệp phải tự mình quyết định cả ba vấn đề cơ bản của sản xuất kinh doanh: sản xuất cái gì, bằng cách nào, và cho ai. Do vậy, tiêu thụ sản phẩm trở thành vấn đề sống còn của mọi doanh nghiệp.



Hình 2.2 : Mô hình Quản trị tiêu thụ sản phẩm

Tiêu thụ sản phẩm là quá trình thực hiện giá trị của hàng hoá, quá trình chuyển hoá hình thái giá trị của hàng hoá từ hàng sang tiền, sản phẩm được coi là tiêu thụ khi được khách hàng chấp nhận thanh toán tiền hàng. Tiêu thụ sản phẩm là giai đoạn cuối cùng của quá trình sản xuất

kinh doanh, là yếu tố quyết định sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp. Tiêu thụ sản phẩm nhằm thực hiện mục đích của sản xuất hàng hoá là sản phẩm sản xuất để bán và thu lợi nhuận.

Qua tiêu thụ, hàng hoá được chuyển từ hình thái hiện vật sang hình thái giá trị và đồng thời vòng chu chuyển vốn kinh doanh của doanh nghiệp được hoàn thành. Tiêu thụ giúp cho quá trình tái sản xuất được giu vững và có điều kiện phát triển. Sản phẩm làm ra được tiêu thụ thì tính chất hữu ích của sản phẩm mới được xác định, khi đó, giá trị và giá trị sử dụng mới được thực hiện, lao động của người sản xuất hàng hoá nói riêng, và của toàn bộ xã hội nói chung mới được thừa nhận. Sản phẩm được tiêu thụ, thể hiện sự thừa nhận của thị trường, của xã hội và khi đó lao động của doanh nghiệp mới thực sự là lao động có ích. Tiêu thụ sản phẩm là khâu quan trọng quyết định đến hoạt động sản xuất kinh doanh và lợi nhuận của doanh nghiệp, quyết định sự mở rộng hoặc thu hẹp sản xuất của doanh nghiệp và là cơ sở để xác định vị thế của doanh nghiệp trên thị trường. Là cầu nối giữa sản xuất và tiêu dùng, tiêu thụ giúp cho người tiêu dùng có được giá trị sử dụng mà mình mong muốn và người sản xuất đạt được mục đích của mình trong kinh doanh. Nhà sản xuất, thông qua tiêu thụ có thể nắm bắt thị hiếu, xu hướng tiêu dùng, yêu cầu về sản phẩm, để từ đó mở rộng hướng kinh doanh, tạo ra những sản phẩm mới, tìm kiếm khả năng và biện pháp thu hút khách hàng.. Doanh nghiệp có điều kiện sử dụng tốt hơn mọi nguồn lực của mình, tạo dựng một bộ máy kinh doanh hợp lý và có hiệu quả.

Tiêu thụ sản phẩm đòi hỏi doanh nghiệp phải sử

dụng tổng thể các biện pháp về tổ chức, kinh tế và kế hoạch nhằm thực hiện các nghiệp vụ liên quan đến tiêu thụ sản phẩm như nắm nhu cầu thị trường, tổ chức sản xuất, tiếp nhận sản phẩm, chuẩn bị hàng hoá và xuất bán theo yêu cầu của khách hàng với chi phí kinh doanh nhỏ nhất. Như vậy, tiêu thụ sản phẩm ở doanh nghiệp là một hoạt động mang tính nghiệp vụ cao, bao gồm nhiều loại công việc khác nhau liên quan đến các nghiệp vụ kỹ thuật sản xuất và các nghiệp vụ tổ chức quản lý quá trình tiêu thụ . Mục tiêu của quá trình này bao gồm mục tiêu số lượng: thị phần, doanh số, đa dạng hoá doanh số, lợi nhuận và mục tiêu chất lượng: cải thiện hình ảnh của doanh nghiệp và cải thiện dịch vụ khách hàng. Quá trình tiêu thụ sản phẩm có thể mô tả ở hình 2.2. Theo quan điểm coi tiêu thụ như là một quá trình thì quản lý hoạt động tiêu thụ sản phẩm thường bao gồm những nội dung chủ yếu sau đây:

2.3.1. Nghiên cứu thị trường sản phẩm

Nghiên cứu thị trường là công việc đầu tiên và cần thiết đối với mỗi doanh nghiệp trong hoạt động sản xuất kinh doanh. Nghiên cứu thị trường nhằm trả lời các câu hỏi: Sản xuất những sản phẩm gì? Sản xuất như thế nào? Sản phẩm bán cho ai?

Mục đích của nghiên cứu thị trường là xác định khả năng tiêu thụ những loại hàng hoá (hoặc nhóm hàng) trên một địa bàn nhất định trong một khoảng thời gian nhất định. Trên cơ sở đó nâng cao khả năng cung cấp để thoả mãn nhu cầu của thị trường. Nghiên cứu thị trường có ý nghĩa đặc biệt quan trọng, vì đây là nhân tố có ảnh

hưởng trực tiếp đến khối lượng, giá bán, mạng lưới và hiệu quả của công tác tiêu thụ. Nghiên cứu thị trường còn giúp doanh nghiệp biết được xu hướng, sự biến đổi nhu cầu của khách hàng, sự phản ứng của họ đối với sản phẩm của doanh nghiệp, thấy được các biến động của thu nhập và giá cả, từ đó có các biện pháp điều chỉnh cho phù hợp. Đây là công tác đòi hỏi nhiều công sức và chi phí. Đối với doanh nghiệp nhỏ và vừa chưa có cán bộ chuyên nghiên cứu thị trường, thì cán bộ kinh doanh thường phải đảm nhiệm công việc này. Khi nghiên cứu thị trường sản phẩm, doanh nghiệp phải giải đáp được các vấn đề sau :

- Đâu là thị trường có triển vọng đối với sản phẩm của doanh nghiệp?

- Khả năng tiêu thụ sản phẩm của doanh nghiệp trên thị trường đó ra sao ?

- Doanh nghiệp cần phải xử lý những biện pháp gì có liên quan và có thể sử dụng những biện pháp nào để tăng khối lượng sản phẩm tiêu thụ ?

- Những mặt hàng nào, thị trường nào có khả năng tiêu thụ với khối lượng lớn phù hợp với năng lực và đặc điểm sản xuất cuả doanh nghiệp ?

- Với mức giá nào thì khả năng chấp nhận của thị trường là lớn nhất trong từng thời kỳ?

- Yêu cầu chủ yếu của thị trường về mẫu mã, bao gói, phương thức thanh toán, phương thức phục vụ ?

- Tổ chức mạng lưới tiêu thụ và phương thức phân phối sản phẩm?

Trên cơ sở điều tra nghiên cứu nhu cầu thị trường, doanh nghiệp tiến hành lựa chọn sản phẩm thích ứng với nhu cầu thị trường. Đây là nội dung quan trọng quyết định hiệu quả của hoạt động tiêu thụ, vì trong nền kinh tế thị trường các doanh nghiệp muốn tồn tại và phát triển thì phải sản xuất kinh doanh dựa trên cái mà thị trường cần chứ không phải dựa trên cái mà doanh nghiệp sẵn có. Sản phẩm thích ứng với nhu cầu thị trường phải được hiểu theo nghĩa thích ứng cả về số lượng, chất lượng, giá cả và thời gian mà thị trường đòi hỏi.

2.3.2. Lập kế hoạch tiêu thụ sản phẩm

Xây dựng kế hoạch tiêu thụ là cơ sở quan trọng đảm bảo cho quá trình sản xuất - kinh doanh của doanh nghiệp tiến hành nhịp nhàng, liên tục theo kế hoạch đã định. Kế hoạch tiêu thụ sản phẩm là căn cứ để xây dựng kế hoạch hậu cần vật tư và các bộ phận khác của kế hoạch sản xuất-kỹ thuật-tài chính doanh nghiệp...

Bằng hệ thống các chỉ tiêu, kế hoạch tiêu thụ sản phẩm phải phản ánh được các nội dung cơ bản như: khối lượng tiêu thụ sản phẩm về hiện vật và giá trị có phân theo hình thức tiêu thụ, cơ cấu sản phẩm và cơ cấu thị trường tiêu thụ và giá cả tiêu thụ... Các chỉ tiêu kế hoạch tiêu thụ có thể tính theo hiện vật và giá trị, chỉ tiêu tương đối và tuyệt đối.

Trong xây dựng kế hoạch tiêu thụ sản phẩm, doanh nghiệp có thể sử dụng các phương pháp như phương pháp cân đối, phương pháp quan hệ động và phương pháp tỷ lệ cố định... Trong số những phương pháp trên, phương pháp cân đối được coi là phương pháp chủ yếu.

2.3.3. Chuẩn bị hàng hoá để xuất bán

Chuẩn bị hàng hoá để xuất bán cho khách hàng là hoạt động tiếp tục quá trình sản xuất kinh doanh trong khâu lưu thông. Muốn cho quá trình lưu thông hàng hoá được liên tục, không bị gián đoạn thì các doanh nghiệp phải chú trọng đến các nghiệp vụ sản xuất ở kho như: tiếp nhận, phân loại, lên nhãn hiệu sản phẩm, bao gói, sắp xếp hàng hoá ở kho - bảo quản và ghép đồng bộ để xuất bán cho khách hàng. Tiếp nhận đầy đủ về số lượng và chất lượng hàng hoá từ các nguồn nhập kho (từ các phân xưởng, tổ đội sản xuất của doanh nghiệp) theo đúng mặt hàng quy cách, chủng loại hàng hoá. Thông thường, kho hàng hoá của doanh nghiệp đặt gần nơi sản xuất sản phẩm. Nếu kho hàng đặt xa nơi sản xuất (có thể gần nơi tiêu thụ) thì doanh nghiệp phải tổ chức tốt việc tiếp nhận hàng hoá bảo đảm kịp thời, nhanh chóng, góp phần giải phóng nhanh phương tiện vận tải, bốc xếp, an toàn sản phẩm, tiết kiệm chi phí lưu thông

2.3.4 Lựa chọn các hình thức tiêu thụ sản phẩm

Tiêu thụ sản phẩm được thực hiện bằng nhiều hình thức (kênh) khác nhau, theo đó sản phẩm vận động từ các doanh nghiệp sản xuất đến tay các hộ tiêu dùng cuối cùng. Để hoạt động tiêu thụ có hiệu quả cần phải lựa chọn kênh tiêu thụ sản phẩm một cách hợp lý trên cơ sở tính đến các yếu tố như đặc điểm sản phẩm, các điều kiện vận chuyển, bảo quản, sử dụng...

Căn cứ vào mối quan hệ giữa doanh nghiệp với người tiêu dùng cuối cùng tiêu thụ sản phẩm có thể được thực hiện qua kênh trực tiếp hoặc kênh gián tiếp.

Kênh tiêu thụ trực tiếp là hình thức doanh nghiệp xuất bán thẳng sản phẩm của mình cho người tiêu dùng cuối cùng không qua một khâu trung gian nào. Hình thức tiêu thụ này có ưu điểm là giảm được chi phí lưu thông, thời gian sản phẩm tới tay người tiêu dùng nhanh hơn, các doanh nghiệp có điều kiện tiếp xúc trực tiếp với người tiêu dùng... song nó cũng có nhược điểm là doanh nghiệp phải tiếp xúc với nhiều bạn hàng, phải dành nhiều công sức, thời gian vào quá trình tiêu thụ , nhiều khi làm tốc độ chu chuyển của vốn lưu động chậm hơn...

Kênh tiêu thụ gián tiếp là hình thức mà doanh nghiệp xuất bán sản phẩm của mình cho người tiêu dùng cuối cùng có qua khâu trung gian. Sự tham gia nhiều hay ít của người trung gian trong quá trình tiêu thụ sẽ làm cho kênh tiêu thụ gián tiếp dài ngắn khác nhau. Với hình thức tiêu thụ này các doanh nghiệp có thể tiêu thụ được một khối lượng lớn hàng hoá trong thời gian ngắn nhất, từ đó thu hồi vốn nhanh, tiết kiệm chi phí bảo quản, giảm hao hụt... Tuy nhiên hình thức tiêu thụ này làm cho thời gian lưu thông hàng hoá dài hơn, tăng chi phí tiêu thụ và doanh nghiệp khó có thể kiểm soát được các khâu trung gian...

Như vậy, mỗi hình thức tiêu thụ sản phẩm đều có ưu nhược điểm nhất định, nhiệm vụ của phòng kinh doanh là phải lựa chọn hợp lý các hình thức tiêu thụ sản phẩm sao cho phù hợp với tình hình thực tế của doanh nghiệp.

2.3.5. Tổ chức các hoạt động xúc tiến, yểm trợ cho công tác bán hàng

Xúc tiến là hoạt động thông tin marketing tới khách hàng tiềm năng của doanh nghiệp. Các thông tin bao gồm

thông tin về doanh nghiệp, về sản phẩm, về phương thức phục vụ và những lợi ích mà khách hàng sẽ thu được khi mua sản phẩm của doanh nghiệp, cũng như những tin tức cần thiết từ phía khách hàng, qua đó để doanh nghiệp tìm ra cách thoả mãn tốt nhất nhu cầu của khách hàng. Trong hoạt động kinh doanh có các hoạt động xúc tiến mua hàng và hoạt động xúc tiến bán hàng.

Hoạt động xúc tiến bán hàng là toàn bộ các hoạt động nhằm tìm kiếm và thúc đẩy cơ hội bán hàng trong hoạt động tiêu thụ sản phẩm. Xúc tiến bán hàng chứa đựng trong đó các hình thức, cách thức và những biện pháp nhằm đẩy mạnh khả năng bán ra của doanh nghiệp. Xúc tiến bán hàng có ý nghĩa quan trọng trong việc chiếm lĩnh thị trường và nâng cao sức cạnh tranh của hàng hoá trên thương trường, nhờ đó quá trình tiêu thụ sản phẩm của doanh nghiệp được đẩy mạnh cả về số lượng và thời gian. Yểm trợ là các hoạt động nhằm hỗ trợ, thúc đẩy, tạo điều kiện thuận lợi để thực hiện tốt hoạt động tiêu thụ ở doanh nghiệp. Xúc tiến và yểm trợ là các hoạt động rất quan trọng có tác dụng hỗ trợ và thúc đẩy công tác tiêu thụ sản phẩm của doanh nghiệp, giúp cho doanh nghiệp có điều kiện mở rộng các mối quan hệ với khách hàng, củng cố và phát triển thị trường. Những nội dung chủ yếu của hoạt động xúc tiến, yểm trợ bán hàng phải kể đến là: Quảng cáo, chào hàng, khuyến mại, tham gia hội chợ triển lãm...

2.3.6. Tổ chức hoạt động bán hàng

Bán hàng là một trong những khâu cuối cùng của hoạt động kinh doanh. Hoạt động bán hàng là hoạt động mang tính nghệ thuật, tác động đến tâm lý người mua nhằm đạt

mục tiêu bán được hàng.

Người bán phải đặc biệt quan tâm đến quá trình tác động vào tâm lý của khách hàng vì những bước tiến triển về tinh thần, tâm lý, tính chủ quan và khách quan diễn ra rất nhanh chóng trong khách hàng. Sự diễn biến tâm lý của khách hàng thường trải qua 4 giai đoạn: sự chú ý → quan tâm hứng thú → nguyện vọng mua → quyết định mua. Vì vậy,sự tác động của người bán đến người mua cũng phải theo trình tự có tính quy luật đó. Nghệ thuật của người bán hàng là làm chủ quá trình bán hàng về tâm lý, để điều khiển có ý thức quá trình bán hàng.

Để bán được nhiều hàng các doanh nghiệp phải đáp ứng các yêu cầu của khách hàng như: chất lượng, mẫu mã, giá cả... và phải biết lựa chọn các hình thức bán hàng phù hợp. Thực tế hoạt động bán hàng có rất nhiều hình thức bán hàng như: bán hàng trực tiếp, bán thông qua mạng lưới đại lý, bán theo hợp đồng, bán thanh toán ngay, bán trả góp và bán chịu, bán buôn, bán lẻ, bán qua hệ thống thương mại điện tử...

2.3.7. Phân tích, đánh giá hiệu quả hoạt động tiêu thụ sản phẩm

Sau mỗi chu kỳ kinh doanh, doanh nghiệp cần phải phân tích, đánh giá hoạt động tiêu thụ sản phẩm nhằm xem xét khả năng mở rộng hay thu hẹp thị trường tiêu thụ, hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, các nguyên nhân ảnh hưởng đến kết quả tiêu thụ...nhằm kịp thời có các biện pháp thích hợp để thúc đẩy quá trình tiêu thụ sản phẩm. Đánh giá hiệu quả hoạt động tiêu thụ có thể

xem xét trên các khía cạnh như: tình hình tiêu thụ sản phẩm theo khối lượng, mặt hàng, trị giá, thị trường và giá cả các mặt hàng tiêu thụ.

Kết quả của việc phân tích, đánh giá, quá trình tiêu thụ sản phẩm sẽ là căn cứ để doanh nghiệp có các biện pháp thúc đẩy tiêu thụ và hoàn thiện quá trình hoạt động sản xuất kinh doanh trên mọi phương diện. Vì vậy, mỗi doanh nghiệp cần phải tổ chức tốt công tác tiêu thụ, đồng thời phải làm rõ được những điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức của doanh nghiệp trong quá trình thực hiện kế hoạch tiêu thụ.

2.4. Câu hỏi ôn tập và thảo luận

1. Bản chất và vai trò quản trị logistcs
2. Vai trò của hoạt động Logistics với doanh nghiệp trong sản xuất kinh doanh.
3. Tính tất yếu của quản trị Logistics.
4. Những nội dung chủ yếu của hoạt động Logistics
5. Nội dung của quản trị Logistics đầu vào và đầu ra của doanh nghiệp

Chương 3

CƠ SỞ CỦA QUẢN TRỊ LOGISTICS

Phạm vi chương

Quản trị Logistics có vai trò quan trọng đối với các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh. Hiệu quả quản trị Logistics phụ thuộc vào sự hoàn thiện hệ thống định mức kinh tế kỹ thuật khoa học của doanh nghiệp. Chương này tập trung làm rõ cơ sở quản trị Logistics; Vai trò của việc tiết kiệm trong sản xuất kinh doanh; Mức và hệ thống mức trong quản trị Logistics và các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng các yếu tố đầu vào làm cơ sở đánh giá hoạt động Logistics doanh nghiệp.

3.1. Ý nghĩa của việc tiết kiệm trong sản xuất kinh doanh

Chế độ tiết kiệm là hệ thống những biện pháp kinh tế, tổ chức, kỹ thuật và giáo dục được thực hiện theo một chương trình nhất định nhằm sử dụng hợp lý và tiết kiệm các nguồn lực của mỗi doanh nghiệp, hộ tiêu dùng và nền kinh tế quốc dân để phát triển sản xuất kinh doanh, thực hiện mục tiêu và triết lý của Logistics.

Tiết kiệm không chỉ là sử dụng dè sẻn tất cả các nguồn tài nguyên, là tránh sự mất mát mà còn là sử dụng hợp lý những nguồn tài nguyên đó, là tiêu dùng có căn cứ khoa học các phương tiện nhằm hoàn thiện công nghệ sản xuất, nâng cao chất lượng sản phẩm. Nói cách khác, trong cơ chế thị trường, tiết kiệm theo nghĩa rộng chính là toàn bộ các giải pháp kinh tế-tổ chức-kỹ thuật... nhằm giải quyết tốt các vấn đề cơ bản của sản xuất kinh doanh ở mọi cấp của nền kinh tế quốc dân.

Ý nghĩa kinh tế của việc tiết kiệm các yếu tố vật chất của sản xuất là:

- Tiết kiệm là một nhân tố làm tăng quy mô sản xuất kinh doanh. Việc tiết kiệm cho phép với cùng một số yếu tố đầu vào có thể sản xuất ra được nhiều sản phẩm dịch vụ hơn và đáp ứng được nhu cầu của thị trường.

- Việc giảm lượng tiêu hao vật chất trên một đơn vị sản phẩm dịch vụ góp phần làm tăng năng suất lao động xã hội (bao gồm lao động sống và lao động vật hoá).

- Tiết kiệm các yếu tố đầu vào làm tăng năng suất thiết bị máy móc và giảm tổng chi phí tính bằng tiền để sản xuất ra sản phẩm.

- Tiết kiệm các yếu tố vật chất làm tăng thêm khối lượng hàng hoá sẽ sản xuất ra và làm tăng thêm khả năng thoả mãn nhu cầu vật tư hàng hoá của xã hội.

- Tiết kiệm các yếu tố vật chất là một nhân tố quan trọng để giảm giá thành sản phẩm, dịch vụ. Hiện nay trong nền kinh tế nước ta, tiêu hao vật chất còn cao chiếm 51,69%; doanh nghiệp Nhà nước 61,34%, doanh nghiệp ngoài quốc doanh: 44,81%. Như vậy, tiêu hao các yếu tố vật chất lớn, tỷ lệ chất thải cao gây ô nhiễm môi trường không nhỏ. Tiết kiệm trong sản xuất kinh doanh góp phần khắc phục những khuyết tật đó. Với ý nghĩa kinh tế quốc dân to lớn, tiết kiệm đã trở thành quốc sách của nhiều nước trên thế giới.

3.2. Phương pháp định mức tiêu dùng các yếu tố vật chất của sản xuất (nguyên vật liệu)

Để xác định mức tiêu dùng các yếu tố vật chất, người

ta thường sử dụng ba phương pháp cơ bản sau:

3.2.1. Phương pháp thống kê báo cáo

Đây là phương pháp định mức tiêu dùng các yếu tố vật chất (nguyên vật liệu) cho kỳ kế hoạch dựa vào những số liệu thực chi về nguyên vật liệu dùng để sản xuất sản phẩm (hay thực hiện một dịch vụ) trong kỳ báo cáo. Theo phương pháp này, trình tự tính mức như sau:

a. Thu thập số liệu kỳ báo cáo: Căn cứ kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp trong kỳ báo cáo, tiến hành thu thập những tài liệu cần thiết, số liệu thu thập càng nhiều, mức độ chính xác càng cao.

b. Tính thực chi bình quân về yếu tố vật chất để sản xuất một sản phẩm (hay thực hiện một dịch vụ) kỳ báo cáo. Tuỳ theo số liệu thu thập được, doanh nghiệp có thể áp dụng hai cách tính sau:

Cách thứ nhất là dùng phương pháp bình quân số học:

$$\bar{M}_0 = \frac{\sum_{i=1}^{n} P_i}{n}$$

Ở đây: $\bar{M}_0$: Thực chi bình quân về yếu tố vật chất để sản xuất một sản phẩm (hay thực hiện một dịch vụ) kỳ báo cáo.

P_i: Thực chi để sản xuất một sản phẩm (hay thực hiện một dịch vụ) của lần quan sát thứ i trong kỳ báo cáo.

Cách thứ hai là dùng phương pháp bình quân gia quyền:

$$\overline{M}_0 = \frac{\sum_{i=1}^{n} P_i q_i}{\sum_{i=1}^{n} q_i}$$

Ở đây: q_i - Lượng sản phẩm sản xuất ra tương ứng với lần quan sát thứ i.

c. Xác định mức tiêu dùng các yếu tố vật chất cho kỳ kế hoạch (M_1). Yêu cầu mức lập ra cho kỳ kế hoạch phải thấp hơn lượng thực chi bình quân của kỳ báo cáo (để mức mang tính tiên tiến) nhưng phải cao hơn lượng thực chi thấp nhất của thời kỳ đó (vì lượng thực chi này chưa phản ánh mức độ tiến bộ chung của kỹ thuật và quản lý sản xuất ở các doanh nghiệp), cụ thể là:

$$P_{i\,min} < M_1 < \overline{M}_0$$

Ở đây: M_1 Mức tiêu dùng cho kỳ kế hoạch.

$P_{i\,min}$: Lượng thực chi nhỏ nhất trong tất cả các lần quan sát.

Để M_1 thoả mãn bất đẳng thức trên đây, có ba trường hợp sau:

$$\frac{n'}{n} > \frac{1}{2}$$

Ở đây n': số lần quan sát có lượng thực chi (P_i) nhỏ hơn thực chi bình quân ($\overline{M}_0$).

n: số các lần quan sát trong kỳ báo cáo

Số các lần quan sát có lượng thực chi nhỏ hơn thực chi bình quân chiếm đa số trong các lần quan sát, xu thế

tiến bộ của mức đã thể hiện rõ nét, vì vậy người ta chọn những đại lượng chi phí này làm cơ sở để tính

$$M_l = \frac{\sum_{i=1}^{n} P_i}{n'}$$

- Khi $\frac{n'}{n} = \frac{1}{2}$. Xu thế tiến bộ của mức đã rõ nhưng chưa chiếm ưu thế, vì vậy M_l được xác định:

$$M_l = \frac{\frac{\sum_{i=1}^{n'} P_i}{n'} + \bar{M}_0}{2}$$

- Khi $\frac{n'}{n} < \frac{1}{2}$: Xu thế tiến bộ trong quá trình tiêu dùng chưa thể hiện rõ nét, không thể lấy đại lượng thực chi thấp hơn thực chi bình quân làm đại diện để tính mức. Ở đây, để thoả mãn đồng thời tính tiên tiến và tính thực tiễn của mức, người ta xác định:

$$M_l = \frac{\sum_{i=1}^{n} P_i + (n - n')\bar{M}_o}{n}$$

Phương pháp thống kê báo cáo có ưu điểm là đơn giản, dễ tính và tiết kiệm được thời gian, nó có khả năng phát huy tác dụng tốt trong điều kiện hệ thống ghi chép ban đầu hoạt động có hiệu quả. Nhược điểm là thành phần của M_l được xác định bao gồm nhiều khoản chi phí bất hợp lý trong sản xuất do sử dụng số liệu thực chi làm số liệu ban đầu để tính mức kế hoạch.

3.2.2. Phương pháp thí nghiệm kinh nghiệm

Thực chất của phương pháp này là dựa vào các kết quả thí nghiệm có kết hợp với kinh nghiệm đã thu được trong sản xuất kinh doanh để xây dựng mức cho kỳ kế hoạch. Tuỳ theo đặc điểm, tính chất của nguyên vật liệu và đặc điểm của sản phẩm sản xuất để xác định nội dung, phạm vi thí nghiệm, có thể:

a. Thí nghiệm trong sản xuất (thực nghiệm): tức là tiến hành sản xuất thử ngay trong điều kiện thực tế của sản xuất để thu thập, phân tích số liệu và rút ra kết luận về M_l.

b. Thí nghiệm trong cơ sở nghiên cứu (phòng thí nghiệm): Tức là tiến hành sản xuất thử trong phòng thí nghiệm tìm ra M_l trong điều kiện cho phép của cơ sở thí nghiệm.

Yêu cầu của phương pháp này là:

- Điều kiện thí nghiệm phải phù hợp với điều kiện thực tế sản xuất.

- Điều kiện thí nghiệm phải mang tính chất đại diện, phản ánh được những nét cơ bản phù hợp với những điều kiện sản xuất khác nhau, có thể xảy ra trong sản xuất thực tế.

Các bước tiến hành:

- *Chuẩn bị điều kiện thí nghiệm:*

+ Nghiên cứu các tài liệu: thiết kế sản phẩm, quy trình công nghệ sản xuất sản phẩm, danh mục nguyên vật liệu sử dụng, các tiêu chuẩn về chất lượng nguyên vật liệu và sản phẩm (dịch vụ) sẽ tạo ra

+ Chuẩn bị máy móc, thiết bị, nơi làm việc, chọn tay nghề công nhân... Các điều kiện thí nghiệm phải phù hợp

với điều kiện thực tế sản xuất. Thiết kế và chuẩn bị các biểu báo ghi chép số liệu.

- *Tiến hành thí nghiệm*: thí nghiệm phải được tiến hành nhiều lần, bảo đảm tính đại diện và đặc trưng của các kết quả ghi chép về phát sinh nguyên vật liệu trong quá trình sản xuất theo những dữ kiện đã tính toán. Các số liệu ghi chép phải tỉ mỉ chính xác.

- *Tổng hợp và phân tích số liệu*: Đây là một bước quan trọng nhằm loại khỏi hệ thống số liệu đã quan sát được những số liệu nghi ngờ không phản ánh đúng thực chất của quá trình tiêu dùng. Phát hiện tính quy luật, chỉnh lý và sắp xếp lại hệ thống số liệu, tính toán các thành phần chi phí tham gia, xác định kết quả cuối cùng của các phương án với những tham số cụ thể và cần thiết.

- *Xác định* M_1: từ các kết quả đã phân tích, lựa chọn phương án tối ưu về tiêu dùng nguyên vật liệu để đưa ra kết quả cuối cùng về M_1.

- *Tiến hành sản xuất thử* trong điều kiện thực tế để kiểm tra tính chính xác của các kết quả thu được.

- *Ban hành mức* (M_1).

Ưu điểm của phương pháp này là: lượng chi phí nguyên vật liệu đã xác định được đảm bảo tính tiên tiến hơn. Áp dụng có hiệu quả trong trường hợp sản xuất sản phẩm mới ở doanh nghiệp, có thể tính toán cụ thể, nhanh, dễ dàng.

Nhược điểm chính của phương pháp này là: chưa phân tích được một cách cụ thể từng thành phần chi phí, các số liệu nói chung còn mang tính chất tổng hợp, phản ánh nhiều nhân tố cùng tác động, do đó không phân tích sâu sắc được từng nhân tố ảnh hưởng dẫn đến khả năng

hạn chế các phương pháp tiết kiệm các yếu tố vật chất trong sản xuất.

3.2.3. Phương pháp phân tích tính toán

Thực chất của phương pháp này là tính mức cho từng sản phẩm dựa trên cơ sở nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng chủ yếu đến chi phí vật liệu, tính toán toàn bộ tiêu hao vật liệu trong sản xuất và tổng hợp lên mức kế hoạch (M_l). Khi tiến hành phương pháp này cần có sự nghiên cứu tỉ mỉ quy trình công nghệ sản xuất sản phẩm và các tài liệu thống kê báo cáo về tình hình sử dụng vật liệu.

Các bước tiến hành:

- Thu thập nghiên cứu và phân tích tài liệu ban đầu:

+ Các tiêu chuẩn Nhà nước về chất lượng sản phẩm.

+ Các bản thiết kế sản phẩm và các quy trình công nghệ sản xuất sản phẩm.

+ Nghiên cứu những điều kiện thực tế về trang thiết bị và điều kiện kỹ thuật của sản xuất.

+ Các tiêu chuẩn kỹ thuật, các báo cáo về tình hình sử dụng nguyên vật liệu của năm trước.

- Xác định từng thành phần tiêu hao.

+ Dựa vào công nghệ sản xuất đã xác định, kiểm tra lại tính tiên tiến của các phương pháp, kiểm tra chất lượng, kết cấu sản phẩm đã lựa chọn.

+ Lần lượt xác định trọng lượng của sản phẩm hay hao phí hữu ích tạo ra từ một lượng nguyên vật liệu ban đầu (dựa trên cơ sở các bản vẽ kỹ thuật). Xác định các hao

phí công nghệ (trên cơ sở các quy trình công nghệ sản xuất sản phẩm). Xác định các hao phí nguyên vật liệu do yếu tố chủ quan gây ra: như do tổ chức sản xuất không hợp lý... (phần hao phí này được xác định theo kinh nghiệm tổ chức và quản lý sản xuất của kỳ báo cáo).

- *Tổng hợp mức cho một sản phẩm.*

Căn cứ vào những thành phần hao phí đã xác định được ở trên, người ta tổng hợp thành mức (M_l) theo công thức:

$M_l = P + H_1 + H_2$

Ở đây: P - Hao phí hữu ích

H_1 - Hao phí nguyên vật liệu liên quan đến công nghệ sản xuất.

H_2 - Hao phí nguyên vật liệu liên quan đến trình độ tổ chức quản lý sản xuất kinh doanh.

Mức xác định theo phương pháp này chỉ ra được những đại lượng chi phí chi tiết của mức. Do vậy, kết quả xác định mức bảo đảm tính tiên tiến.

3.3. Hệ thống các chỉ tiêu sử dụng các yếu tố vật chất

Trong công tác quản trị vật tư kỹ thuật, doanh nghiệp thường dùng một hệ thống các chỉ tiêu đánh giá tình hình sử dụng các nguồn vật tư, cụ thể:

3.31. Chỉ tiêu sử dụng nhóm nguyên vật liệu

Đối với nguyên liệu:

- *Tỷ lệ thu thành phẩm*: chỉ tiêu này dùng để đánh giá việc sử dụng nguyên liệu nguyên thuỷ trong các ngành

công nghiệp chế biến, cụ thể:

$$K_{th} = \frac{T}{N} x100\%$$

Ở đây K_{th}: tỷ lệ thu thành phẩm

T: Lượng thành phẩm thu được.

N: Lượng nguyên vật liệu thực tế cần để sản xuất ra lượng thành phẩm trên.

- Hệ số sử dụng chất có ích (kế hoạch hay thực tế):

Chỉ tiêu này được tính bằng tỷ số giữa trọng lượng chất có ích lấy ra được so với toàn bộ trọng lượng chất có ích chứa trong nguyên liệu nguyên thuỷ.

$$K_{\text{chất có ích}} = \frac{R}{H} x100\%$$

Ở đây: $K_{\text{chất có ích}}$ Hệ số sử dụng chất có ích

R: Trọng lượng chất có ích lấy ra được

H: Toàn bộ chất có ích chứa trong nguyên vật liệu nguyên thuỷ.

Đây là chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng chất có ích và biết được những mất mát, lãng phí trong quá trình chế biến. Thông qua chỉ tiêu này, ta có thể tính được chỉ tiêu thu thành phẩm:

$K_{tp} = K_{\text{chất có ích}}$ x Tỷ lệ hàm lượng chất có ích chứa trong nguyên liệu nguyên thuỷ

Đối với vật liệu:

- Hệ số sử dụng vật liệu: chỉ tiêu này được tính bằng

tỷ lệ giữa trọng lượng tinh (hay diện tích, thể tích tinh) của sản phẩm với lượng chi phí vật liệu cho sản xuất sản phẩm đó (có thể tính theo kế hoạch, thực tế).

Cụ thể:

$$K_{sdkh} = \frac{Q}{m}$$

$$K_{sdtt} = \frac{Q}{C}$$

Ở đây K_{sdkh}, K_{sdtt} - Hệ số sử dụng vật liệu kế hoạch và thực tế.

Q - Trọng lượng tinh (hay diện tích tinh, thể tích tinh) của sản phẩm.

m - Mức tiêu dùng vật liệu

C- Lượng vật liệu thực chi.

Đối với vật liệu phải qua khâu chế biến, người ta dùng chỉ tiêu tỷ lệ cắt vật liệu:

- $K_{cắt} = P_{phôi} / m$
- $K_{sdphôi} = P_{tinh}/P_{phôi}$

Ở đây $K_{cắt}$ Tỷ lệ sử dụng phôi

$K_{sd\ phôi}$ Trọng lượng của phôi

P_{tinh} Trọng lượng tinh của chi tiết.

Thông qua hai chỉ tiêu trên, doanh nghiệp có thể xác định được tỷ lệ sử dụng chung về vật liệu của doanh nghiệp:

$$K_{sdvl} = K_{\ cắt} \times K_{sd\ phôi}$$

Đối với hoá chất: do đặc điểm tiêu dùng loại vật liệu hoá chất nên để đánh giá việc sử dụng chúng, doanh nghiệp thường dùng.

$$\text{Hệ số sử dụng vật liệu hóa chất (kế hoạch)} = \frac{\text{Chi lý thuyết}}{\text{Mức tiêu hao}}$$

$$\text{Hệ số sử dụng vật liệu hoá chất (thực tế)} = \frac{\text{Chi lý thuyết}}{\text{Chi thực tế}}$$

Trong các doanh nghiệp hoá chất, không có một nguyên liệu nào tham gia vào phản ứng hoá học lại giữ nguyên hình của nó cả. Vì vậy, người ta dùng khái niệm hao phí lý thuyết vật liệu cho phản ứng hoá học thay cho khái niệm trọng lượng tinh.

Đối với nhiên liệu: người ta sử dụng chỉ tiêu hiệu suất sử dụng nhiên liệu của các loại động cơ nhiệt:

$$\text{Hiệu suất sử dụng nhiệt} = \frac{\text{Nhiệt lượng biến thành công có ích}}{\text{Nhiệt lượng do nhiên liệu phát ra.}}$$

3.3.2. Chỉ tiêu tổng chi phí các yếu tố vật chất tính bằng giá trị trên một đơn vị sản phẩm

$$M_c = M_{\text{chi phí}} / Q_{sp}$$

Ở đây M_c Tổng hao phí vật chất trên một sản phẩm.

$M_{\text{chi phí}}$ Toàn bộ chi phí vật chất về mặt giá trị để sản xuất các sản phẩm.

Q_{sf} Giá trị toàn bộ sản phẩm sản xuất.

3.3.3. Tốc độ chu chuyển vốn đầu tư vào tài sản lưu động

$$\text{Số vòng quay của vốn} = \frac{\text{Doanh số bán trong kỳ}}{\text{Mức vốn lưu động bình quân}}$$

$$\text{Số ngày cần thiết để thực hiện một vòng quay} = \frac{\text{Số ngày trong kỳ}}{\text{Số vòng quay của vốn}}$$

3.3.4. Chỉ tiêu sử dụng nhóm máy móc thiết bị

a. Chỉ tiêu sử dụng số lượng máy móc thiết bị:

$$\text{Hệ số sử dụng máy móc thiết bị hiện có} = \frac{\text{Số máy móc thiết bị làm việc}}{\text{Số máy móc thiết bị hiện có}}$$

Hoặc là:

$$\text{Hệ số sử dụng máy móc thiết bị hiện có} = \text{Hệ số lắp đặt thiết bị} \times \text{Hệ số sử dụng thiết bị lắp đặt.}$$

Ở đây:

$$\text{Hệ số lắp đặt thiết bị} = \frac{\text{Số máy móc thiết bị đã lắp đặt}}{\text{Số máy móc thiết bị hiện có}}$$

$$\text{Hệ số sử dụng thiết bị lắp đặt} = \frac{\text{Số máy móc thiết bị làm việc}}{\text{Số máy móc thiết bị đã lắp đặt}}$$

b. Chỉ tiêu sử dụng thời gian làm việc của máy móc thiết bị:

$$\text{Hệ số sử dụng thời gian} = \frac{\text{Thời gian thiết bị làm việc có ích}}{\text{Thời gian thiết bị làm việc theo chế độ}}$$

c. Chỉ tiêu sử dụng công suất máy móc thiết bị

$$\text{Hệ số sử dụng công suất} = \frac{\text{Năng suất thực tế}}{\text{Công suất lý thuyết}}$$

Qua hai chỉ tiêu (b), (c) doanh nghiệp có thể tính được hệ số sử dụng máy móc thiết bị nói chung:

$$\text{Hệ số sử dụng máy móc thiết bị nói chung} = \text{Hệ số sử dụng thời gian} \times \text{Hệ số sử dụng công suất}$$

3.4. Nguồn và biện pháp tiết kiệm trong sản xuất kinh doanh

Nói đến nguồn tiết kiệm là nói đến những hướng có thể thực hành tiết kiệm, hay nói một cách khác là chỉ ra những con đường nào, chỗ nào cần phải chú ý để thực hành tiết kiệm.

Nói đến biện pháp tiết kiệm tức là nói đến những cách thức để thực hành tiết kiệm, tức là bằng cách nào để thực hiện tiết kiệm.

Mỗi nguồn tiết kiệm có nhiều biện pháp tiết kiệm. Người ta thường phân thành từng khâu: sản xuất, lưu thông, tiêu dùng. Trong mỗi khâu, người ta vạch ra các

nguồn và biện pháp tiết kiệm thích hợp.

Tiết kiệm phải được thực hành ở mọi khâu của nền kinh tế quốc dân. Trong các khâu trên thì sản xuất là khâu quan trọng nhất, vì sản xuất là nơi tiêu dùng (sử dụng) các yếu tố của quá trình sản xuất như nguyên vật liệu, máy móc thiết bị và cả thời gian lao động của người lao động. Biện pháp quan trọng nhất để thực hành tiết kiệm là biện pháp khoa học công nghệ tiên tiến. Chỉ có sử dụng các biện pháp khoa học công nghệ tiên tiến mới nâng cao được chất lượng sản phẩm và sử dụng một cách có hiệu quả các nguồn lực của sản xuất.

Nguồn tiết kiệm gồm về kỹ thuật, công nghệ của sản xuất, nguồn tiết kiệm về tổ chức quản lý kinh doanh và nguồn tiết kiệm về người trực tiếp sử dụng nguyên, nhiên, vật liệu.

Về kỹ thuật công nghệ sản xuất có thể áp dụng các biện pháp sau:

Giảm trọng lượng tinh của sản phẩm: trọng lượng tuyệt đối của sản phẩm là sản phẩm đó cân nặng bao nhiêu kg, tạ, tấn... Trọng lượng tương đối sản phẩm là tỷ số của trọng lượng tuyệt đối so với một đơn vị công suất (hoặc công dụng chủ yếu của sản phẩm). Trên cơ sở công dụng của sản phẩm, cần phải cải tiến thiết kế sản phẩm, sử dụng các loại vật liệu thay thế có độ bền tốt hơn để giảm trọng lượng tương đối của sản phẩm. Như vậy với khối lượng (trọng lượng) nguyên vật liệu như cũ có thể sản xuất ra nhiều sản phẩm hơn.

Giảm bớt phế liệu, phế phẩm, các tổn thất trong quá trình sản xuất. Phế liệu là những thứ phát sinh trong quá

trình sản xuất. Phế liệu có hai loại: loại sử dụng lại được trong quá trình sản xuất sản phẩm đó và loại phế liệu không sử dụng lại được. Để giảm bớt phế liệu cần phải cải tiến các công cụ lao động, đặc biệt chú ý công cụ chuyên dùng, cải tiến quy trình công nghệ và sử dụng tối đa loại phế liệu có thể sử dụng lại trong quá trình sản xuất.

Phế phẩm là những sản phẩm không đạt tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm chính. Tỷ lệ phế phẩm cao hay thấp liên quan đến quy trình công nghệ, đến chất lượng nguyên vật liệu, đến công cụ sản xuất, đến tay nghề của công nhân và cả những điều kiện khác như điều kiện làm việc, cung cấp các yếu tố của sản xuất, điều kiện thời tiết khí hậu của nơi sản xuất.

Cải tiến quy trình công nghệ, tổ chức sản xuất hợp lý cũng góp phần giảm các tổn thất trong quá trình sản xuất. Các tổn thất trong quá trình sản xuất bao gồm nhiều khâu, từ khâu thiết kế sản phẩm đến giai đoạn hoàn chỉnh sản phẩm. Mỗi loại sản phẩm có những tổn thất khác nhau. Cần chú ý đến những khâu tổn hao nhiều để giảm bớt khối lượng nguyên vật liệu cho một đơn vị sản phẩm hoặc chi tiết sản phẩm.

Sử dụng tổng hợp các loại nguyên vật liệu: trong một sản phẩm sản xuất ra, tuỳ theo cơ cấu của nó, các bộ phận có những yêu cầu kỹ thuật khác nhau. Vì thế, để có thể sử dụng tổng hợp các loại vật liệu khác nhau, với điều kiện vừa bảo đảm chất lượng, tính năng công dụng... của sản phẩm, vừa tiết kiệm các loại nguyên vật liệu quý hiếm, đắt tiền hoặc loại phải nhập ngoại. Sử dụng tổng hợp nguyên vật liệu đòi hỏi phải đa dạng hoá sản phẩm. Rất nhiều loại

nguyên vật liệu, khi dùng để chế tạo loại sản phẩm chính này, loại phế liệu không dùng được lại có thể là nguyên vật liệu để sản xuất sản phẩm chính khác. Vì vậy tận dụng hết các loại phế liệu, phế thải, các loại thu hồi được của sản xuất chính vào sản xuất các mặt hàng khác là biện pháp sử dụng tối đa nguyên vật liệu trong sản xuất.

Sử dụng các loại nguyên vật liệu thứ cấp, các loại nguyên nhiên vật liệu thay thế các loại nguyên vật liệu rẻ tiền. Sử dụng những loại nguyên vật liệu trên cần đặc biệt chú ý các biện pháp kỹ thuật để tăng cường chất lượng nguyên vật liệu, vừa bảo đảm yêu cầu kỹ thuật của sản phẩm, vừa bảo đảm giảm chi phí trong giai đoạn dài hạn đối với doanh nghiệp.

Sử dụng nhiều lần nguyên vật liệu. Có những loại nguyên nhiên vật liệu có thể sử dụng được nhiều lần ví dụ: đồng, nhôm, thép, dầu nhờn... Sau quá trình sử dụng thải ra cần phải được thu hồi và sử dụng lại. Đây là biện pháp rất kinh tế, đặc biệt trong việc tiết kiệm nguồn tài nguyên tự nhiên mà sau nhiều năm khai thác sẽ cạn kiệt.

Nâng cao chất lượng nguyên nhiên vật liệu, thành phẩm và công dụng của thành phẩm và các chất có ích trong nguyên nhiên vật liệu.

Nguyên nhiên vật liệu chất lượng cao sẽ cho sản phẩm có chất lượng cao. Trước và trong khi sử dụng cần nâng cao chất lượng nguyên vật liệu, vừa bảo đảm sức cạnh tranh của sản phẩm, dễ tiêu thụ, vừa tiết kiệm được các nguồn tiềm năng. Ở một số nguyên vật liệu người ta chỉ sử dụng chất có ích. Để sử dụng tốt hơn nguyên vật liệu, người ta nâng cao tỷ lệ sử dụng chất có ích trong nguyên

vật liệu để sử dụng tối đa khối lượng nguyên vật liệu.

Về tổ chức quản lý kinh doanh: nếu như biện pháp về kỹ thuật công nghệ có tác dụng trực tiếp tiết kiệm nguyên vật liệu về số lượng, chất lượng và chủng loại nguyên nhiên vật liệu thì những biện pháp thuộc hướng tổ chức quản lý kinh doanh chỉ góp phần tạo điều kiện tiền đề và điều kiện cần thiết để các biện pháp kỹ thuật được thực hiện ở doanh nghiệp, cũng như tránh được những lãng phí xảy ra trong quá trình sản xuất. Những biện pháp đó là:

- Đảm bảo cung ứng cho các nơi làm việc trong doanh nghiệp những nguyên nhiên vật liệu đầy đủ về số lượng, chất lượng và chủng loại, kịp thời gian yêu cầu; đồng bộ để chế tạo sản phẩm hoàn chỉnh. Nếu không đảm bảo những nội dung trên, sẽ gây ra nhiều lãng phí. Lãng phí cả nguyên nhiên vật liệu sử dụng, lãng phí thời gian sử dụng thiết bị máy móc và lãng phí cả sức lao động của công nhân, lãng phí do ngừng sản xuất...

-Thực hiện việc sử dụng các loại nguyên nhiên vật liệu theo định mức: sử dụng theo định mức là cách sử dụng khoa học. Vì vậy, các loại nguyên vật liệu chính, sử dụng khối lượng lớn phải xây dựng các định mức và sử dụng theo định mức.

- Thực hiện dự trữ các loại nguyên nhiên vật liệu theo định mức. Dự trữ theo định mức bảo đảm việc sử dụng liên tục, đều đặn trong doanh nghiệp. Những loại nguyên vật liệu có nguồn cung ứng khó khăn cần phải có dự trữ: dự trữ thường xuyên, dự trữ chuẩn bị, dự trữ bảo hiểm. Những loại sử dụng theo thời vụ phải có dự trữ thời vụ.

- Tổ chức thu hồi, tận dụng tất cả các loại phế liệu,

phế phẩm, phế thải trong quá trình sản xuất.

- Tích cực ngăn ngừa và kiên quyết chống mọi hành vi tiêu cực, làm thất thoát nguyên vật liệu, nhiên liệu và sản phẩm dưới mọi hình thức.

- Bảo quản tốt các loại nguyên nhiên vật liệu, hoá chất... và sản phẩm trong thời gian lưu kho của doanh nghiệp. Giảm hao hụt, biến chất. Tích cực phòng, chống cháy, phòng chống mưa, bão lụt gây tổn thất nguyên vật liệu và sản phẩm.

- Sử dụng nguyên vật liệu đúng yêu cầu, đúng định mức, đúng quy trình công nghệ, đúng đối tượng.

- Tổ chức hạch toán, kiểm tra, phân tích đánh giá hiệu quả sử dụng nguyên nhiên vật liệu... ở doanh nghiệp.

Về yêu tố con người trong việc sử dụng nguyên nhiên vật liệu:

Người công nhân là người trực tiếp sử dụng các loại nguyên nhiên vật liệu trong quá trình sản xuất. Họ biết rõ giá trị của các loại nguyên nhiên vật liệu và công dụng của chúng. Vì vậy cần áp dụng các biện pháp sau:

- Tăng cường giáo dục về ý thức tiết kiệm, lợi ích của tiết kiệm đối với doanh nghiệp, đối với từng người.

- Nâng cao trình độ kỹ thuật - công nghệ, trình độ tay nghề của công nhân.

- Có các biện pháp khuyến khích vật chất và tinh thần thích đáng, kịp thời đối với việc tiết kiệm...

- Có chế độ giao nhận, chế độ trách nhiệm vật chất, chế độ quản lý sử dụng máy móc thiết bị, nguyên nhiên

vật liệu rõ ràng trong doanh nghiệp, trách nhiệm đến từng người công nhân để nâng cao ý thức trách nhiệm, tinh thần chấp hành kỷ luật lao động, để sử dụng tốt các yếu tố vật chất.

Tiết kiệm các yếu tố vật chất trong sản xuất kinh doanh phải bao gồm cả trong quá trình sản xuất và cả trong quá trình lưu thông sản phẩm từ nơi sản xuất đến nơi tiêu dùng. Trong khâu kinh doanh cần đặc biệt chú ý bảo quản, bảo vệ ở kho, các khâu giao nhận, các khâu vận chuyển, bốc xếp, dỡ hàng, đóng gói hàng hoá. Tích cực đề phòng hoả hoạn, bão lụt, trộm cắp mất mát sản phẩm.

3.5. Xác định hiệu quả của những biện pháp cải tiến sử dụng các yếu tố vật chất

Biện pháp cải tiến sử dụng các yếu tố vật chất trong quá trình sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp thường bao gồm hai loại:

- *Loại thứ nhất*: gồm những biện pháp cải tiến không đòi hỏi phải có chi phí hoặc giả nếu có thì cũng không là bao, như áp dụng các phương pháp cắt phối hợp kim loại, da vải, củng cố kỷ luật lao động, công nghệ để giảm phế liệu phế phẩm... Các biện pháp cải tiến các thao tác kỹ thuật...

- *Loại thứ hai:* gồm những biện pháp đòi hỏi phải chi phí, có thể là những chi phí mang tính chất đầu tư cơ bản vào tài sản cố định hoặc là những chi phí thêm vào tài sản lưu động.

Nếu những khoản chi phí mang tính chất đầu tư cơ bản thì doanh nghiệp áp dụng phương pháp tính hiệu quả

của vốn đầu tư vào kỹ thuật, công nghệ mới. Các chỉ tiêu dùng để so sánh sẽ là giá thành, năng suất lao động và thời hạn thu hồi vốn.

Để tính thời hạn thu hồi vốn, ta lấy số vốn bỏ thêm (những chi phí bổ sung thêm) chia cho tổng số tiết kiệm thu được trong một năm do áp dụng biện pháp cải tiến. Tổng số tiết kiệm thu được trong một năm nhờ giảm mức tiêu hao vật chất có thể xác định:

$$E = (m_{a0} - m_{a1})q_a p_a + (m_{b0}-m_{b1})q_b p_b + (m_{c0}-m_{c1})q_c p_c...$$

Ở đây E: Tổng số tiết kiệm về các yếu tố vật chất.

m: Mức tiêu hao vật chất

q: Khối lượng sản phẩm sản xuất

p: Giá nguyên vật liệu

a,b,c: Loại sản phẩm

0,1 chỉ mức tiêu hao vật chất trước và sau áp dụng biện pháp.

Đối với những loại chi phí thêm vào tài sản lưu động thì việc tính hiệu quả được tiến hành theo mỗi chu kỳ sản xuất sản phẩm, cụ thể:

$$M_1 \times P_1 + B_1 < m_0 \times P_0 + B_0$$

Hay là

$$\frac{m_1 \times P_1 + B_1}{m_0 \times P_0 + B_0} < 1$$

Ở đây: B là các khoản chi phí khác (tiền công, khấu hao, tạp phí...) tính cho một đơn vị sản phẩm. Các ký hiệu khác như công thức trên.

3.6. Câu hỏi ôn tập và thảo luận

1. Vai trò của tiết kiệm trong việc thực hiện yêu cầu nhiệm vụ Logistics

2. Mức và thành phần của mức

3. Vai trò của mức trong quản trị Logistics ở các doanh nghiệp

4. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng vật tư trong sản xuất

5. Nguồn và biện pháp tiết kiệm vật tư trong sản xuất của doanh nghiệp

Chương 4

QUẢN TRỊ NHU CẦU

Phạm vi chương

Quản trị nhu cầu là một nội dung quan trọng trong quản trị Logistics. Chương này tập trung nghiên cứu những vấn đề chủ yếu như: Nhu cầu vật tư và những đặc điểm cơ bản; Kết cấu nhu cầu vật tư và các nhân tố hình thành; Các phương pháp xác định nhu cầu vật tư của doanh nghiệp; Phương pháp xác định các nguồn hàng để đáp ứng nhu cầu doanh nghiệp

4.1. Nhu cầu vật tư và những đặc trưng cơ bản

4.1.1. Khái niệm và những đặc điểm của nhu cầu vật tư

Nhu cầu là một khái niệm cơ bản và tiềm ẩn trong Marketing, nhu cầu nói chung được hiểu là cảm giác thiếu hụt một cái gì đó mà con người cảm nhận được. Nhu cầu của con người rất đa dạng và phức tạp. Nó bao gồm nhiều loại nhu cầu từ nhu cầu vật chất như ăn, mặc, đến nhu cầu tinh thần như nhu cầu về tri thức về văn hoá giải trí ...

Vì là sự thiếu hụt nên nhu cầu tạo ra sự mong muốn được thoả mãn, nếu nhu cầu càng có ý nghĩa bao nhiêu thì sự mong muốn được thoả mãn càng lớn bấy nhiêu. Khi nhu cầu chưa được thoả mãn người ta phải lựa chọn một trong hai hướng giải quyết đó là tìm mọi khả năng để thoả mãn nhu cầu hoặc kiềm chế nhu cầu. Khi xã hội phát triển, nhu cầu của con người sẽ tăng lên theo sự phát triển của sản xuất. Các doanh nghiệp sản xuất để tồn tại và phát triển cần phải thiết lập mối liên hệ giữa những sản phẩm

của mình và nhu cầu của xã hội. Họ tìm cách kích thích nhu cầu và ham muốn mua hàng. Các doanh nghiệp không tạo ra nhu cầu, mà nhu cầu tự nó đã tồn tại.

Mong muốn và nhu cầu thực tế là vô hạn, nhưng nguồn lực để thoả mãn nhu cầu thường lại có hạn. Do đó người ta thường lựa chọn những hàng hoá thoả mãn tốt nhất mong muốn của mình trong khuôn khổ khả năng tài chính cho phép. Nhu cầu một khi có tiền bảo đảm sẽ biểu hiện ra là cầu trên thị trường. Như vậy, trong một số trường hợp, giữa cầu và nhu cầu có sự khác nhau cần phân biệt.

Nhu cầu là một phạm trù kinh tế quan trọng, phản ánh mối liên hệ phụ thuộc của các đơn vị sản xuất kinh doanh, các hộ tiêu dùng vào các điều kiện của tái sản xuất xã hội. Nhu cầu mang tính khách quan cũng giống như những điều kiện và tính quy luật của quá trình tái sản xuất. Tính khách quan của nhu cầu thể hiện ở chỗ, lượng nhu cầu hoàn toàn không phụ thuộc vào việc xác định hay không xác định giá trị của nó.

Nhu cầu vật tư là những nhu cầu cần thiết về nguyên nhiên vật liệu, thiết bị máy móc để thực hiện nhiệm vụ sản xuất kinh doanh nhất định.

Vật tư là hàng hóa nên nhu cầu vật tư cũng có những đặc điểm của nhu cầu hàng hóa và dịch vụ nói chung. Tuy vậy, vật tư (hàng hóa công nghiệp) khác nhau căn bản với hàng hóa tiêu dùng cá nhân ở công dụng của nó. Hàng hóa tiêu dùng cá nhân mà đặc trưng cơ bản của nó là khi phân loại căn cứ vào thói quen mua hàng của người tiêu dùng còn vật tư được sử dụng để làm ra những sản phẩm khác nhau hoặc tham gia điều hành một doanh nghiệp hoặc một

cơ sở hoạt động nào đó. Do đặc điểm của tư liệu sản xuất và đặc điểm của vật tư tiêu dùng nên sự vận động của cầu vật tư có sự khác biệt so với sự vận động của cầu hàng hoá tiêu dùng.

Độ co giãn của cầu vật tư ảnh hưởng đến nhu cầu về các loại vật tư cho sản xuất của doanh nghiệp. Vật tư là hàng hóa công nghiệp nên độ co giãn cầu ít hơn so với hàng hóa tiêu dùng cá nhân. Trong vật tư thì nhóm nguyên liệu chính lại ít đàn hồi hơn vật liệu phụ. Điều này thấy ở mọi nơi trong sản xuất công nghiệp và xây dựng. Quá trình bảo đảm vật tư là do quá trình sản xuất quyết định - công nghệ sản xuất quyết định chứ không phải do thói quen và sở thích của người tiêu dùng quyết định.

Trong điều kiện sản xuất hàng hóa, nhu cầu vật tư luôn luôn biểu hiện dưới dạng cầu. Cầu là một phạm trù kinh tế phức tạp có mối liên hệ trực tiếp đến các quy luật và các phạm trù của sản xuất và lưu thông hàng hóa và là một yếu tố của thị trường vật tư.

Cũng như cầu và nhu cầu nói chung, cầu và nhu cầu vật tư có sự khác nhau cần có sự phân biệt.

Trước hết nếu như nhu cầu vật tư liên hệ trực tiếp đến sản xuất thì cầu vật tư lại liên hệ đến sản xuất thông qua nhu cầu vật tư, qua khả năng thanh toán, qua giá cả, cung hàng hoá và các điều kiện tín dụng.

Thứ hai, cầu vật tư được xác định bởi nhu cầu vật tư có khả năng thanh toán cho nên nhu cầu vật tư rộng lớn hơn cầu vật tư, không có nhu cầu vật tư thì không có cầu vật tư và cầu vật tư không phải là toàn bộ nhu cầu.

4.1.2. Những đặc trưng cơ bản của nhu cầu vật tư

Cũng như quá trình bảo đảm vật tư cho sản xuất, nhu cầu vật tư kỹ thuật mang tính khách quan, phản ánh yêu cầu của sản xuất về một loại vật tư nhất định. Nhu cầu vật tư có những đặc trưng sau đây:

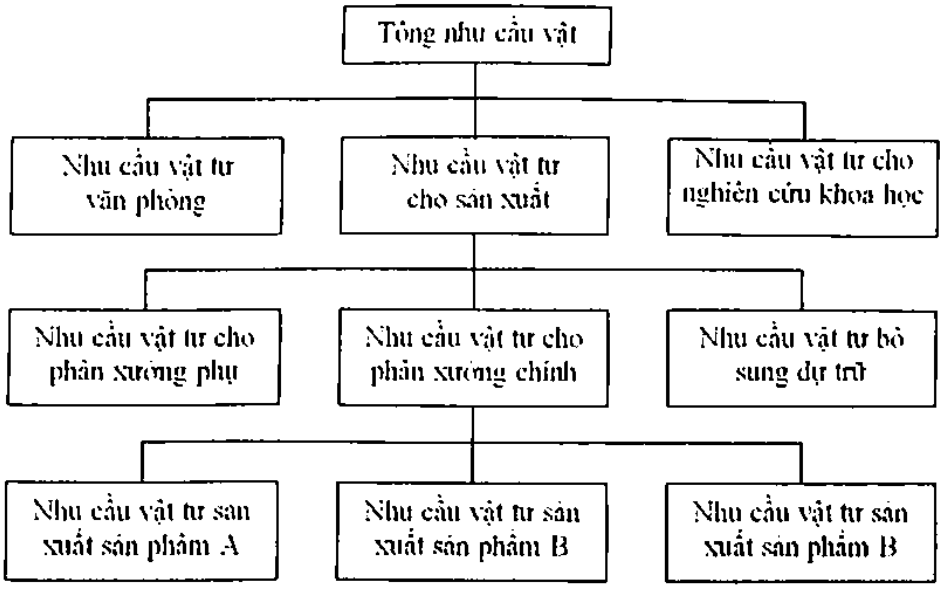
- Liên quan trực tiếp đến hoạt động sản xuất.
- Nhu cầu được hình thành trong lĩnh vực sản xuất vật chất.
- Tính xã hội của nhu cầu vật tư kỹ thuật.
- Tính thay thế lẫn nhau của nhu cầu vật tư.
- Tính bổ sung cho nhau của nhu cầu vật tư.
- Tính khách quan của nhu cầu vật tư.
- Tính đa dạng của nhu cầu vật tư.

Do những đặc trưng cơ bản trên mà việc nghiên cứu và xác định các loại nhu cầu vật tư ở doanh nghiệp là rất phức tạp, đòi hỏi cán bộ kinh doanh phải có sự am hiểu sâu sắc về lĩnh vực hàng hóa công nghiệp, công nghệ sản xuất, kiến thức thương mại ...

4.2. Kết cấu nhu cầu vật tư và các nhân tố hình thành

4.2.1. Kết cấu nhu cầu vật tư

Đối với các doanh nghiệp, nhu cầu vật tư được biểu hiện toàn bộ nhu cầu của doanh nghiệp trong kỳ kế hoạch để bảo đảm thực hiện các nhiệm vụ sản xuất kinh doanh, nghiên cứu khoa học, sửa chữa và dự trữ... Kết cấu nhu cầu vật tư được thể hiện bằng mối quan hệ giữa mỗi loại nhu cầu với toàn bộ nhu cầu vật tư doanh nghiệp. Nhu cầu vật tư doanh nghiệp được phản ánh ở hình 4.1:

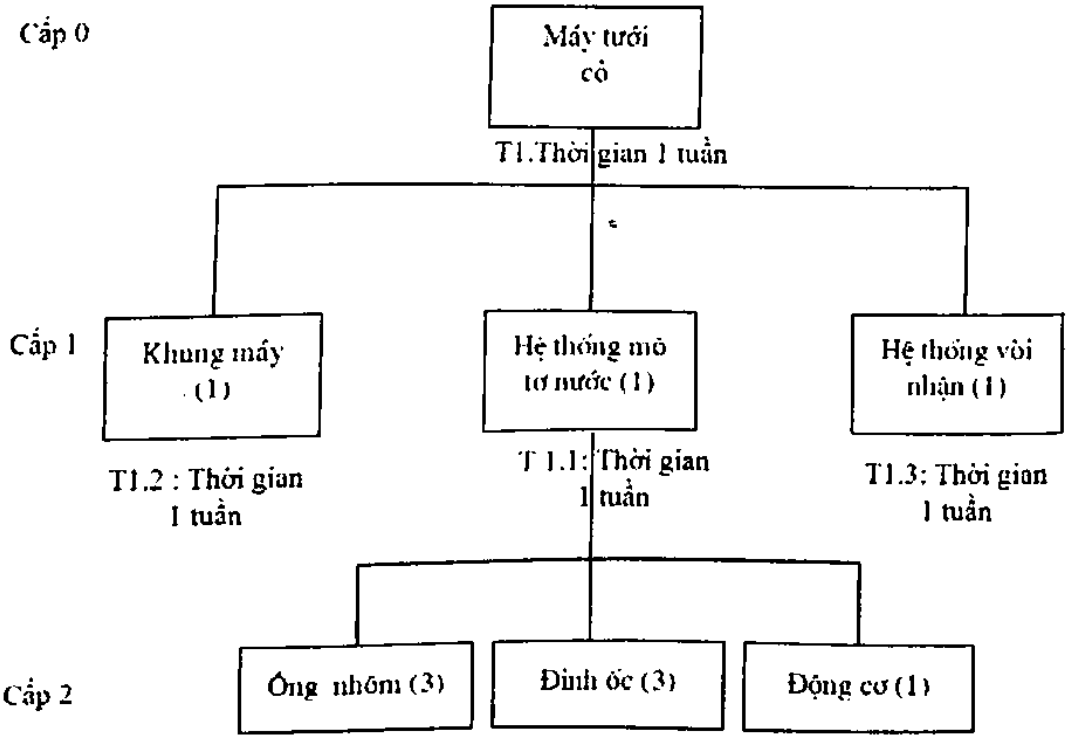


Hình 4.1: Kết cấu nhu cầu vật tư ở doanh nghiệp

Kết cấu nhu cầu vật tư doanh nghiệp được phản ánh ở hình (4.1). Tuy nhiên mục tiêu chủ yếu của môn học là giúp chúng ta tính toán nhu cầu vật tư cho sản xuất. Vì vậy, ở đây chúng ta tiếp tục nghiên cứu kết cấu nhu cầu vật tư của một sản phẩm thông qua việc phân tích kết cấu sản phẩm (Hình 4.2). Việc phân tích được tiến hành theo thứ tự sản xuất và lắp ráp sản phẩm. Trong Hình mỗi bộ phận chi tiết tương ứng với một danh mục trong hệ thống quản lý vật tư của doanh nghiệp. Ví dụ, phân tích kết cấu một Máy tưới cỏ (cấp 0). Máy tưới cỏ được tạo bởi 3 cụm chi tiết: 1 Khung máy, 1 hệ thống vòi nhận và 1 hệ thống mô tơ nước (vật tư cấp 1). Thời gian cần thiết để lắp các cụm chi tiết này thành máy hoàn chỉnh là 1 tuần. Khung máy và hệ thống vòi nhận được mua từ các nhà cung cấp với thời gian cần thiết để đặt hàng và tiếp nhận là 1 tuần. Hệ thống mô tơ nước được cấu thành từ: 3 ống nhôm, 3 đinh ốc và một động cơ (vật tư cấp 2). Thời gian cần thiết để lắp các vật tư này thành hệ thống mô tơ là 1 tuần. Cả

loại vật tư cấp 2 này đều được mua từ các nhà cung cấp và thời gian cần thiết để đặt hàng và tiếp nhận là 1 tuần. Các chi tiết trong hình 4.2 tương ứng với một danh mục trong hệ thống quản lý sản xuất.

Như vậy, kết cấu sản phẩm cho chúng ta biết để sản xuất mỗi sản phẩm cần những loại vật tư gì, tương ứng với mỗi loại vật tư cần số lượng bao nhiêu, và khi nào thì cần phải có vật tư để sản xuất ra sản phẩm cuối cùng theo đúng kế hoạch sản xuất.



Hình 4.2. Hình kết cấu máy tưới cỏ

Trong đó : T1 và T1.1 thời gian lắp ráp ; T1.2, T1.3, T1.1.1, T1.1.2 , T1.1.3 và T1.3 là thời gian mua sắm .

a) Liên hệ trong Hình kết cấu: Là những đường dây liên hệ giữa hai bộ phận trong Hình kết cấu hình cây. Bộ

phận trên là bộ phận hợp thành, bộ phận dưới được gọi là bộ phận thành phần. Mối liên hệ kèm theo một khoảng thời gian (chu kỳ sản xuất, chu kỳ mua sắm...) và một hệ số nhân thể hiện quan hệ về mặt số lượng giữa bộ phận hợp thành và bộ phận thành phần (số lượng chi tiết, kg chẳng hạn).

b) Cấp trong Hình kết cấu:

Theo nguyên tắc chung, cấp 0 là cấp ứng với sản phẩm cuối cùng. Cứ mỗi lần phân tích thành phần cấu tạo một bộ phận là một lần ta chuyển từ cấp i sang cấp i+1.

c) Nguyên tắc cấp thấp nhất (LLC):

Nguyên tắc cấp kết cấu thấp nhất thường được viết tắt thành 3 chữ cái tiếng anh là LLC (Low Level Code). Luật này nhằm đặt một bộ phận ở cấp thấp nhất có thể được. Nghĩa là nếu một bộ phận có mặt ở cấp 3 trong bộ phận hợp thành này (A) nhưng lại ở cấp 2 trong bộ phận hợp thành khác (B) thì nó sẽ nhận vị trí cấp 3 trong Hình kết cấu sản phẩm. Nguyên tắc này có 2 ưu điểm:

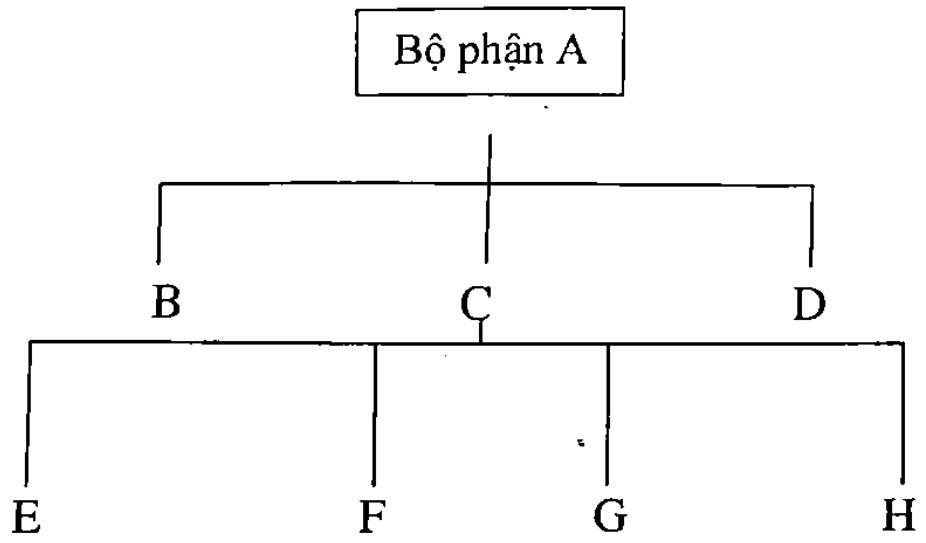
- Cho phép người ta tính toán nhu cầu một loại sản phẩm một lần khi nó tham gia nhiều lần trong một Hình kết cấu sản phẩm hoặc trong nhiều Hình kết cấu sản phẩm.

- Cho phép xác định mức dự trữ đối với sản phẩm sớm nhất chứ không phải đối với sản phẩm có kết cấu cao nhất.

d) Các bộ phận ảo:

Để thuận lợi cho quản lý sản xuất, người ta có thể tạo ra các bộ phận ảo, những bộ phận không tồn tại vật lý, người ta không dự trữ các bộ phận này, nhưng chúng tham

gia trực tiếp hoặc gián tiếp vào bộ phận hợp thành của kết cấu sản phẩm trong ví dụ ở hình 4.3. Cụm C không có trong thực tế nhưng các bộ phận E+ F+G+ H tham gia gián tiếp vào bộ phận hợp thành A sau khi đã lắp ráp:



Hình 4.3: C là bộ phận ảo trong kết cấu sản phẩm

Nhờ tạo ra bộ phận ảo mà đơn giản được Hình kết cấu sản phẩm cho những sản phẩm có các bộ phận E, F, G, H thay vì phải thể hiện 4 bộ phận này ta chỉ cần thể hiện bộ phận ảo C là đủ.

Cấu trúc kết cấu sản phẩm trong thực tế được thể hiện thành phiếu yêu cầu vật tư của sản phẩm. Nội dung của phiếu này là danh mục vật tư cần để sản xuất một sản phẩm và số lượng cần thiết của mỗi danh mục đó (định mức). Trong trường hợp việc tính toán định mức không thể xác định được trên cơ sở kết cấu sản phẩm, người ta sẽ sử dụng các phương pháp định mức để xác định. (xem mục 2, chương 3)

4.2.2. Các nhân tố ảnh hưởng tới nhu cầu vật tư doanh nghiệp

Nhu cầu vật tư được hình thành dưới tác động của nhiều nhân tố khác nhau. Những nhân tố này có thể phân theo các nhóm sau đây:

Một là tiến bộ khoa học kỹ thuật trong sản xuất. Nhân tố tổng hợp này phản ánh tiến bộ khoa học kỹ thuật trong lĩnh vực sản xuất và sử dụng vật tư như chế tạo những máy móc thiết bị có tính năng kỹ thuật cao, sử dụng những vật liệu mới và sử dụng có hiệu quả nguồn vật tư.

Hai là quy mô sản xuất ở các ngành các doanh nghiệp. Nhân tố này ảnh hưởng trực tiếp tới khối lượng vật tư tiêu dùng và do đó ảnh hưởng tới khối lượng nhu cầu vật tư. Quy mô sản xuất càng lớn thì khối lượng vật tư tiêu dùng càng nhiều và do đó nhu cầu vật tư càng tăng. Theo đà phát triển kinh tế, quy mô sản xuất ngày càng gia tăng và điều đó đòi hỏi nhu cầu và cầu vật tư ngày càng lớn trong nền kinh tế.

Ba là cơ cấu khối lượng sản phẩm sản xuất. Cơ cấu khối lượng sản phẩm sản xuất thay đổi theo nhu cầu thị trường và sự tiến bộ của khoa học kỹ thuật, đặc biệt thay đổi theo trình độ sử dụng vật tư tiêu dùng và cải tiến chất lượng sản phẩm từ những vật tư tiêu dùng. Điều này ảnh hưởng tới cơ cấu của vật tư tiêu dùng và do đó tới cơ cấu của nhu cầu vật tư.

Bốn là quy mô thị trường vật tư tiêu dùng. Quy mô của thị trường thể hiện số lượng doanh nghiệp tiêu dùng vật tư và quy cách chủng loại vật tư mà các doanh nghiệp có nhu cầu tiêu dùng trên thị trường; quy mô của thị

trường càng lớn thì nhu cầu vật tư càng nhiều.

Năm là cung vật tư - hàng hóa có trên thị trường. Cung vật tư thể hiện khả năng vật tư có trên thị trường và khả năng đáp ứng nhu cầu vật tư của các đơn vị tiêu dùng. Cung vật tư tác động đến cầu vật tư thông qua giá cả và do đó đến toàn bộ nhu cầu.

Ngoài những nhân tố trên đây còn có nhiều nhân tố khác ảnh hưởng đến nhu cầu vật tư như:

- Các nhân tố xã hội phản ánh mục tiêu cải thiện điều kiện lao động trong các ngành sản xuất, ảnh hưởng của những nhân tố này được xác định bằng những chỉ tiêu như trình độ cơ giới hoá, tự động hoá sản xuất, và cải thiện điều kiện lao động...

Khả năng thanh toán của các doanh nghiệp tiêu dùng vật tư.

Giá cả vật tư hàng hoá và chi phí sản xuất kinh doanh.

Nghiên cứu sự tác động của các nhân tố đến nhu cầu vật tư được thực hiện theo từng nhóm và cho từng loại vật tư, cũng như cho từng loại nhu cầu có tính đến các giai đoạn khác nhau của công tác kế hoạch hóa. Quá trình này có ý nghĩa quan trọng trong công tác nghiên cứu và dự báo thị trường.

4.3. Các phương pháp xác định nhu cầu vật tư của doanh nghiệp

Nhu cầu vật tư cho sản xuất sản phẩm của doanh nghiệp được xác định theo 4 phương pháp sau:

a. Phương pháp trực tiếp: Theo phương pháp này việc xác định nhu cầu dựa vào mức tiêu dùng vật tư và khối

lượng sản phẩm sản xuất trong kỳ. Phương pháp này có 4 cách tính:

- *Phương pháp tính theo mức sản phẩm*: Nhu cầu được tính bằng cách lấy mức tiêu dùng vật tư cho một sản phẩm nhân với số lượng sản phẩm sản xuất. Công thức tính:

$$N_{sx} = \sum Q_{sf} m_{sf}$$

Trong đó:

N_{sx} - Nhu cầu vật tư dùng để sản xuất sản phẩm trong kỳ

Q_{sf} - Số lượng sản phẩm sản xuất trong kỳ kế hoạch

m_{sf} - Mức sử dụng vật tư cho đơn vị sản phẩm

- *Phương pháp tính theo mức chi tiết sản phẩm*: Nhu cầu được tính bằng cách tổng cộng tích giữa mức tiêu dùng vật tư cho một chi tiết sản phẩm nhân với số lượng chi tiết sản phẩm. Công thức tính:

$$N_{ct} = \sum Q_{ct} m_{ct}$$

Trong đó:

N_{ct}- Nhu cầu vật tư dùng để sản xuất các chi tiết sản phẩm trong kỳ.

Q_{ct} - Số lượng chi tiết sản phẩm sẽ sản xuất trong kỳ kế hoạch .

m_{ct} - Mức sử dụng vật tư cho một đơn vị chi tiết sản phẩm.

- *Phương pháp tính theo mức của sản phẩm tương tự:* áp dụng phương pháp này trong trường hợp, kỳ kế hoạch doanh nghiệp dự định sản xuất những sản phẩm mới

nhưng sản phẩm này chưa có mức sử dụng vật tư. Thực chất của phương pháp là lấy những sản phẩm không có mức đối chiếu với những sản phẩm tương tự về công nghệ chế tạo đã có mức để tính, đồng thời có tính đến những đặc điểm riêng của sản phẩm mới mà áp dụng hệ số điều chỉnh. Công thức tính:

$$N_{sx} = Q_{sf} \times m_{tt} \times K$$

Trong đó:

N_{sx} - Nhu cầu vật tư dùng để sản xuất sản phẩm trong kỳ.

Q_{sf} - Số lượng sản phẩm sản xuất trong kỳ kế hoạch .

m_{tt} - Mức tiêu dùng vật tư của sản phẩm tương tự.

K - Hệ số điều chỉnh giữa hai loại sản phẩm.

- *Phương pháp tính theo mức của sản phẩm đại diện:* Cách tính này áp dụng trong trường hợp sản phẩm sản xuất có nhiều cỡ loại khác nhau nhưng khi lập kế hoạch vật tư chưa có kế hoạch sản xuất cho từng cỡ loại cụ thể mà chỉ có tổng số chung. Trong trường hợp ấy, lấy một sản phẩm đại diện và mức tiêu dùng vật tư cho sản phẩm đại diện đó để tính nhu cầu vật tư chung cho các cỡ loại sản phẩm. Công thức tính:

$$N_{sx} = Q_{sf} \cdot m_{đd}$$

Trong đó:

N_{sx} - Nhu cầu vật tư dùng để sản xuất sản phẩm trong kỳ.

Q_{sf} - Số lượng sản phẩm sản xuất trong kỳ kế hoạch.

$m_{đd}$ - Mức sử dụng vật tư của sản phẩm đại diện.

Trong đó: $m_{đd}$ (mức sử dụng vật tư của sản phẩm đại

diện) được chọn dựa vào mức bình quân (mbq)

$$m_{bq} = \frac{\sum mi.Ki}{\sum Ki}$$

Trong đó:

mi - Mức tiêu dùng vật tư của loại sản phẩm thứ i

Ki - Tỉ trọng loại sản phẩm thứ i trong tổng số.

n - Chủng loại sản phẩm

b. Phương pháp tính dựa trên cơ sở số liệu về thành phần chế tạo sản phẩm. Nhiều loại sản phẩm như sản phẩm của ngành công nghiệp thực phẩm, sản phẩm đúc, sản phẩm bê tông... được sản xuất từ nhiều loại nguyên vật liệu khác nhau. Để có được sản phẩm với chất lượng cần thiết, đáp ứng nhu cầu khách hàng, trong nhiều trường hợp, việc sản xuất được tiến hành theo công thức định sẵn có chỉ rõ hàm lượng % của mỗi thành phần nguyên vật liệu. Nhu cầu được xác định theo ba bước:

Bước1: Xác định nhu cầu vật tư để thực hiện kế hoạch tiêu thụ sản phẩm.

$$N_t = \sum Qi\ Hi.$$

Trong đó:

N_t - Nhu cầu vật tư để thực hiện kế hoạch tiêu thụ (bán).

Qi - Khối lượng sản phẩm thứ i theo kế hoạch tiêu thụ trong kỳ.

Hi - Trọng lượng tinh của sản phẩm thứ i.

Bước 2: Xác định nhu cầu vật tư cần thiết cho sản xuất

sản phẩm có tính đến tổn thất trong quá trình sử dụng.

$$N_{vt} = \frac{N_t}{K}$$

Trong đó:

N_{vt} - Nhu cầu vật tư để sản xuất sản phẩm trong kỳ kế hoạch.

K - Hệ số thu thành phẩm.

Bước 3: Xác định nhu cầu về từng loại vật tư hàng hoá.

$$N_i = N_{vt}\, h_i$$

Trong đó:

N_i - Nhu cầu vật tư thứ i

hi - Tỷ lệ % của loại vật tư thứ i

c. Phương pháp tính nhu cầu dựa trên cơ sở thời hạn sử dụng.

Nhu cầu vật tư hàng hoá ở mỗi doanh nghiệp, ngoài những vật liệu chính trực tiếp để sản xuất sản phẩm còn có cả những hao phí vật liệu phụ. Một phần những vật tư đó hoặc tạo điều kiện cho quá trình sản xuất hoặc là sử dụng cho các tư liệu lao động, hao phí loại này không được điều tiết bởi các mức tiêu dùng cho đơn vị sản phẩm sản xuất mà bằng thời hạn sử dụng. Thuộc số những vật tư này gồm có phụ tùng thiết bị, dụng cụ tài sản, các loại dụng cụ bảo hộ lao động...Ở đây, thời hạn định mức có thể quy định không chỉ về mặt thời gian mà cả công việc thực hiện như Km lăn bánh, Tấn/ km... Nhu cầu được tính theo công thức:

$$N_{sx} = \frac{P_{vt}}{T}$$

Trong đó:

P_{vt} - Nhu cầu hàng hoá cần có cho sử dụng

T - Thời hạn sử dụng

d. Phương pháp tính theo hệ số biến động

Tính nhu cầu vật tư theo phương pháp này cần dựa vào thực tế sản xuất và sử dụng vật tư trong năm báo cáo, phương án sản xuất kỳ kế hoạch, phân tích các yếu tố tiết kiệm vật tư, từ đó xác định hệ số sử dụng vật tư kỳ kế hoạch so với kỳ báo cáo, cụ thể theo công thức:

$$N_{sx} = N_{bc} \times T_{sx} \times H_{tk}$$

Trong đó:

N_{bc} - Số lượng vật tư sử dụng trong năm báo cáo

T_{sx} - Nhịp độ phát triển sản xuất kỳ kế hoạch

H_{tk} - Hệ số tiết kiệm vật tư năm kế hoạch so với năm báo cáo.

Trong các doanh nghiệp sản xuất ngoài nhu cầu vật tư cho sản xuất sản phẩm, cần phải tính nhu cầu vật tư cho các sản phẩm dở dang. Để tính nhu cầu này người ta có thể sử dụng các phương pháp sau đây:

Một là: Tính theo mức chênh lệch sản phẩm dở dang cuối kỳ và đầu kỳ.

Căn cứ vào mức chênh lệch sản phẩm dở dang cuối kỳ và đầu kỳ kế hoạch cùng với mức tiêu dùng vật tư cho một đơn vị sản phẩm để xác định nhu cầu vật tư, theo công thức:

$$N_{dd} = (Q_{dd2} - Q_{dd1})\, m_{sp}$$

Trong đó:

N_{dd} - Nhu cầu vật tư cho sản phẩm dở dang.

Q_{dd2} - Số lượng sản phẩm dở dang cuối kỳ kế hoạch.

Q_{dd1} - Số lượng sản phẩm dở dang đầu kỳ kế hoạch.

m_{sp} - Mức tiêu dùng vật tư cho đơn vị sản phẩm.

Hai là: Tính theo chu kỳ sản xuất.

Theo phương pháp này, tính nhu cầu vật tư căn cứ vào thời gian (số ngày) cần thiết để sản xuất sản phẩm dở dang ở cuối năm kế hoạch và mức tiêu dùng trong một ngày đêm để sản xuất hàng chế dở đó.

Công thức tính:

$$N_{sx} = (T_k \cdot M) - Q_{vt}$$

Trong đó:

T_k - Thời gian cần thiết để sản xuất sản phẩm dở dang ở cuối năm kế hoạch (số ngày).

M - Mức tiêu dùng vật tư một ngày đêm để sản xuất sản phẩm dở dang.

Q_{vt} - Số lượng vật tư của nửa thành phẩm và hàng chế dở có đầu năm kế hoạch.

Ba là: Tính theo giá trị

Công thức tính:

$$N_{sx} = \frac{Q_{cd2} - Q_{cd1}}{G_{kh}} \times N_{kh}$$

Trong đó:

Q_{cd2} - Giá trị hàng chế dở cuối năm kế hoạch.

Q_{cd1} - Giá trị hàng chế dở đầu năm kế hoạch.

G_{kh} - Toàn bộ giá trị sản lượng sản phẩm năm kế hoạch

N_{kh} - Số lượng vật tư cần dùng trong năm kế hoạch

Bốn là: Tính theo hệ số biến động.

Theo phương pháp này tính nhu cầu vật tư phải căn cứ vào giá trị nửa thành phẩm và hàng chế dở đầu năm kế hoạch và tỷ lệ tăng giá trị tổng sản phẩm của doanh nghiệp trong năm kế hoạch mà tính ra giá trị nửa thành phẩm và hàng chế dở cuối năm kế hoạch và từ đó tính nhu cầu vật tư. Công thức tính:

$$N_{sx} = \frac{(Q_{cdl} \times t_{kh}) - Q_{cdl}}{G_{kh}} \times N_{kh}$$

Trong đó:

Q_{cdl} - Giá trị hàng chế dở đầu năm kế hoạch.

G_{kh} - Toàn bộ giá trị sản lượng sản phẩm năm kế hoạch

N_{kh} - Số lượng vật tư cần dùng trong năm kế hoạch

t_{kh} - Tỷ lệ tăng (giảm) giá trị tổng sản phẩm năm kế hoạch so với năm báo cáo.

Ngoài nhu cầu vật tư cho sản xuất sản phẩm chiếm tỷ trọng lớn trong tổng nhu cầu, doanh nghiệp còn phải xác định các loại nhu cầu nguyên vật liệu cho sửa chữa thiết bị, nhà xưởng, cho công tác nghiên cứu khoa học, cho xây dựng cơ bản... Riêng nhóm máy móc thiết bị sử dụng ở doanh nghiệp thì việc tính toán nhu cầu có thể được chia thành 3 nhóm sau:

Nhóm 1: Nhu cầu thiết bị để mở rộng năng lực của doanh nghiệp được xác định theo công thức:

$$N_{tb} = \frac{\sum_{i=1}^{n} Q_i x M_i + Gk}{T.C.G.K_{sd}.K_m} - A$$

Trong đó:

N_{tb}- Nhu cầu máy móc,thiết bị tăng thêm kỳ kế hoạch

Qi - Khối lượng sản phẩm thứ i cần sản xuất trong kỳ kế hoạch

Mi - Định mức giờ máy để sản xuất một đơn vị sản phẩm thứ i

Gk - Số giờ máy dùng vào những công việc khác.

T - Số ngày máy làm việc trong kỳ kế hoạch

n - Chủng loại thiết bị.

C - Số ca làm việc

G - Số giờ máy làm việc trong một ca

K_{sd} - Hệ số sử dụng thiết bị có tính đến thời gian ngừng để sửa chữa theo kế hoạch, thời gian điều chỉnh

K_m - Hệ số thực hiện mức.

A - Số máy móc thiết bị hiện có.

Nhóm 2: Nhu cầu máy móc thiết bị để lắp máy sản phẩm.

Xác định nhu cầu thiết bị cho lắp máy sản phẩm trong kỳ kế hoạch có thể sử dụng công thức sau:

$$Ntb = M_{tb}. K_{sp} + T_{ck} - T_{đk}$$

Trong đó:

N_{tb} - Nhu cầu thiết bị cho lắp máy sản phẩm trong kỳ kế hoạch.

M_{tb} - Mức thiết bị dùng cho một máy sản phẩm

K_{sp} - Số lượng máy sản phẩm dự kiến sản xuất trong kỳ kế hoạch.

T_{ck} - Dự trữ cuối kỳ về thiết bị dùng cho lắp máy sản phẩm

$T_{đk}$ - Tồn kho đầu kỳ về thiết bị dùng cho lắp máy sản phẩm.

Nhóm 3: nhu cầu máy móc thiết bị dùng để thay thế những máy móc thiết bị loại ra trong quá trình sản xuất.

Trong quá trình sử dụng, có những máy móc, thiết bị, hư hỏng do nhiều nguyên nhân gây ra như: do quá thời hạn sử dụng, do hư hỏng không sửa chữa được nữa, do tiến bộ kỹ thuật xuất hiện những máy móc thiết bị tối tân hơn, có năng suất cao hơn, làm cho thiết bị đang sử dụng trở thành lạc hậu cần phải thay thế.

Trong trường hợp để thay thế máy móc thiết bị do hoạt động lâu ngày không còn sử dụng được nữa, cách tính phải dựa trên yêu cầu về mở rộng năng lực sản xuất của doanh nghiệp, số lượng thực tế máy móc thiết bị hư hỏng loại ra và biên bản của hội đồng giám định kỹ thuật. Trường hợp để thay thế những máy móc thiết bị lạc hậu về mặt kỹ thuật, nhu cầu được xác định dựa vào yêu cầu nâng công suất máy của doanh nghiệp, mức độ lạc hậu và hiệu quả của việc sử dụng thiết bị.

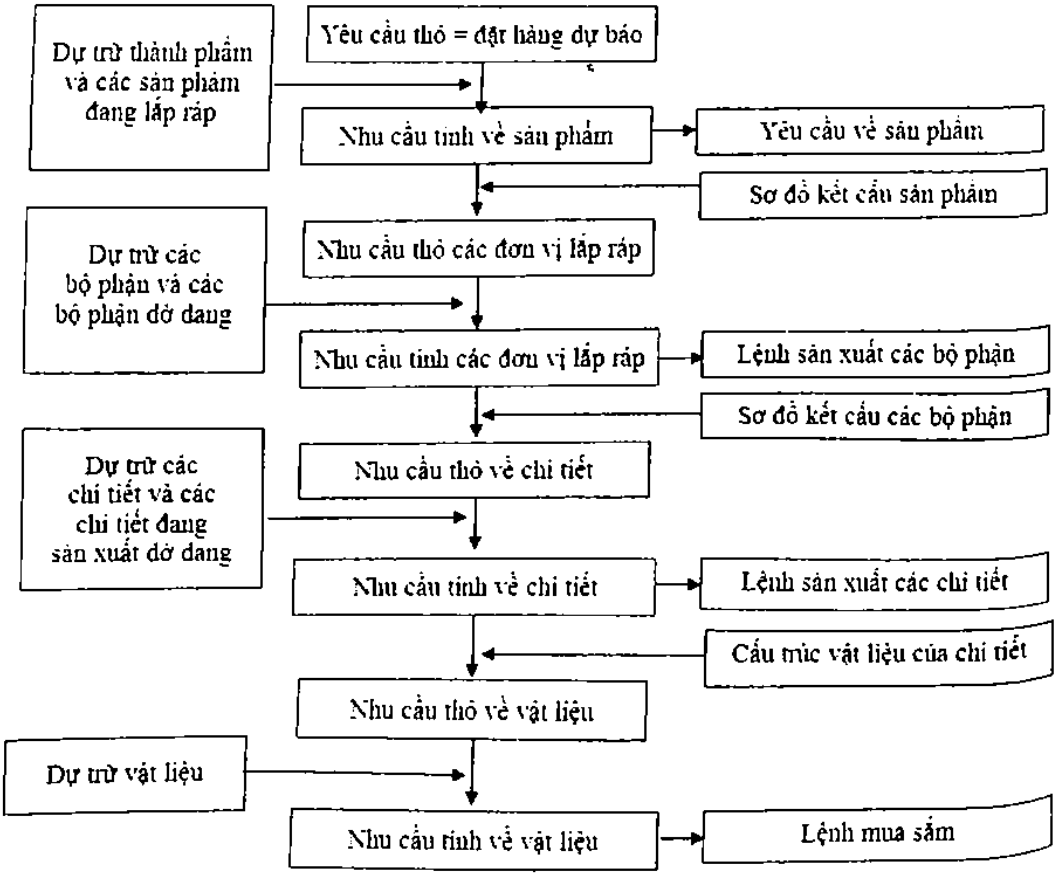
4.4. Phương pháp tính toán nhu cầu vật tư cho kế hoạch sản xuất một loại sản phẩm

4.4.1. Các khái niệm

- Nhu cầu độc lập là những nhu cầu phát sinh trực tiếp từ nhu cầu tiêu thụ các thành phẩm hoặc các linh kiện rời.

- Nhu cầu phụ thuộc là những nhu cầu tính toán xuất phát từ Hình kết cấu sản phẩm.

- Nhu cầu thô là tổng các nhu cầu nhu cầu phụ thuộc sau khi đã chia cho hệ số thu thành phẩm hoặc nhân với (1+ tỷ lệ phế phẩm).



Hình 4.4: Mô hình tính toán nhu cầu vật tư

- Nhu cầu tinh là phần còn lại của nhu cầu thô sau khi đã trừ phần dự trữ ước tính.

- Dự trữ ước tính là số lượng dự kiến có thể được sử dụng để thoả mãn những yêu cầu của quá trình sản xuất, là phần tồn thực tế cộng với phần sẽ tiếp nhận (đang trong quá trình sản xuất, hay nhập mua).

- Phần sẽ tiếp nhận là số lượng đã đưa vào sản xuất nhưng chưa hoàn thành hoặc số lượng hàng đã đặt mua nhưng chưa tiếp nhận.

- Nhu cầu đặt mua là số lượng cần mua hay sản xuất để thoả mãn những nhu cầu tinh (được tính bằng bằng tổng của nhu cầu tinh và dự trữ định mức).

4.4.2. Các bước tính toán

1. Tính toán nhu cầu thô bằng cách cộng những nhu cầu độc lập.

2. Tính mức dự trữ ước tính bằng cách cộng dồn tồn kho thực tế với phần sẽ tiếp nhận trừ đi phần dự kiến tiêu dùng trong khoảng thời gian từ khi lập kế hoạch cho đến ngày kế hoạch.

3. Tính toán nhu cầu tinh bằng cách lấy nhu cầu thô trừ đi mức dự trữ ước tính.

4. Tính lượng đặt mua bằng cách lấy nhu cầu tinh cộng với dự trữ định mức.

(Yêu cầu có thể trở thành một đơn hàng đối với người cung cấp nếu là chi tiết, bán thành phẩm mua ngoài và có thể trở thành lệnh sản xuất nếu là các chi tiết và bộ phận được sản xuất tại doanh nghiệp. Yêu cầu cũng có thể là

lệnh cung cấp nguyên vật liệu).

Trong hình 4.4, tính toán nhu cầu thực hiện từng cấp một, bắt đầu từ cấp 0 cho từng danh mục. Các yêu cầu ở thời điểm sản phẩm (chi tiết, vật liệu) đưa vào sản xuất, hay đặt mua và thời điểm mà nó sẽ hoàn thành, hoặc được tiếp nhận được trình bày một cách thống nhất. Thời điểm bắt đầu phải trước (t) thời gian so với thời điểm kết thúc (kỳ có nhu cầu). t là số kỳ (ngày, tuần, tháng) cần thiết để sản xuất (hoặc mua) các bộ phận chi tiết và lắp ráp sản phẩm (hay có thể gọi là chu kỳ cung cấp), thời gian này có thể bao gồm:

- Thời gian chờ đợi trước khi được gia công (bắt đầu mua)
- Thời gian gia công (mua)
- Thời gian chờ đợi vận chuyển
- Thời gian vận chuyển
- Các loại thời gian khác.

4.4.3. Tính các yêu cầu mua

Yêu cầu tinh theo từng lô. Nhu cầu thô đúng bằng nhu cầu phụ thuộc, có điều chỉnh bởi hệ số phế phẩm. Cách thức tính toán Nhu cầu đặt hàng (sản xuất) như sau:

- *Nhu cầu thô = Nhu cầu phụ thuộc x (1 + % phế phẩm) hoặc = Nhu cầu phụ thuộc/hệ số thu thành phẩm*
- *Nhu cầu tinh= Nhu cầu thô - Dự trữ Ước tính.*
- *Nhu cầu đặt mua = Nhu cầu tinh + Định Mức dự trữ*
- *Ngày bắt đầu = Ngày nhu cầu - Chu kỳ cung ứng.*

Yêu cầu tinh cho nhóm các lô. Khi tổ chức sản xuất

theo từng lô người ta có thể tiến hành ghép nhóm các yêu cầu. Quá trình ghép này có thể được thực hiện bằng hai cách:

Ghép nhóm theo chu kỳ. Khi muốn cung cấp n kỳ một lần, khi đó người ta gộp nhu cầu tinh của n kỳ lại với nhau. Ngày bắt đầu của yêu cầu sẽ là kỳ đầu tiên của n kỳ được gộp đó.

Các bước tính toán sẽ là:

- *Nhu cầu thô = Tổng nhu cầu phụ thuộc của n kỳ x (1 + % phế phẩm) hoặc = Tổng nhu cầu phụ thuộc/hệ số thu thành phẩm*
- *Nhu cầu tinh = Nhu cầu thô - Dự trữ Ước tính.*
- *Nhu cầu đặt mua=Nhu cầu tinh + Định Mức dự trữ*
- *Ngày bắt đầu = Ngày đàu tiên của kỳ đầu tiên của n kỳ - Chu kỳ cung ứng.*

Ghép nhóm theo số lượng. Trường hợp tổ chức sản xuất theo số lượng kinh tế. Theo phương pháp này, người ta ghép nhóm nhu đặt mua cho đến khi nhận được một số lượng đưa vào sản xuất lớn hơn Q chiếc chẳng hạn.

Các bước tính toán sẽ là:

- *Nhu cầu thô = (Tổng các nhu cầu phụ thuộc đầu tiên) x (1 + % phế phẩm)*
- *Nhu cầu tinh = Nhu cầu thô - Dự trữ ước tính.*
- *Nhu cầu đặt mua = Nhu cầu tinh + Định Mức dự trữ > Q*
- *Ngày bắt đầu = Ngày đầu tiên của nhóm - Chu kỳ cung ứng.*

4.5. Phương pháp xác định các nguồn hàng để đáp ứng nhu cầu doanh nghiệp

4.5.1. Nguồn hàng tồn kho đầu kỳ

Trong cơ chế thị trường, việc xác định đúng lượng hàng tồn kho đầu kỳ có ý nghĩa to lớn, bởi vì, đối với các doanh nghiệp sản xuất, lượng vật tư hàng hóa mua sắm còn phụ thuộc vào lượng tồn kho này. Do thời điểm xây dựng phương án mua sắm các yếu tố vật chất cho sản xuất vào lúc mà năm báo cáo chưa kết thúc nên lượng tồn kho đầu kỳ được xác định bằng cách ước tính, cụ thể:

$$O_{dk} = O_{tt} + N_h - X$$

Trong đó:

O_{dk} Tồn kho ước tính đầu kỳ kế hoạch

O_{tt}: Tồn kho thực tế tại thời điểm lập kế hoạch.

N_h: Lượng hàng ước nhập vào kể từ thời điểm lập kế hoạch đến hết năm báo cáo.

X: Lượng hàng ước xuất cùng trong thời gian đó.

Để xác định O_{tt} người ta căn cứ vào thẻ kho và sổ kho hoặc cân đong, đo, đếm thực tế để xác định. Còn xác định N_h dựa trên cơ sở lượng vật tư dự kiến sẽ mua trong năm báo cáo và lượng vật tư thực tế đã mua từ đầu năm báo cáo đến thời điểm lập kế hoạch. Cuối cùng việc xác định X dựa trên cơ sở nhu cầu vật tư sẽ tiêu dùng từ thời điểm lập kế hoạch đến cuối năm báo cáo.

4.5.2. Nguồn động viên tiềm lực nội bộ doanh nghiệp

Nguồn động viên tiềm lực nội bộ của doanh nghiệp

hình thành chủ yếu từ những nguồn sau đây:

Một là tự tổ chức sản xuất, chế biến và thu gom hàng hóa để bổ sung nguồn hàng. Nguồn này được xác định dựa vào yêu cầu sản xuất và khả năng hiện có của doanh nghiệp trong việc chế biến hàng hoá bổ xung.

Hai là thu hồi và sử dụng lại phế liệu, phế phẩm. Nguồn này được xác định căn cứ vào số lượng, chất lượng chủng loại các phế liệu phế phẩm thu được và năng lực sửa chữa, chế biến sử dụng lại của doanh nghiệp để xác định.

Ba là tổ chức gia công ở các doanh nghiệp.

Khả năng tiềm tàng nội bộ có thể nói là vô tận, không nên quan niệm rằng đến một lúc nào đó, tiềm lực nội bộ sẽ hết đi, bởi vì kỹ thuật cũng như tổ chức quản lý luôn luôn phát triển - Doanh nghiệp phải có kế hoạch động viên tiềm lực nội bộ của mình, phải hết sức chủ động giải quyết các nguồn hàng để thực hiện các nhiệm vụ kinh doanh.

4.5.3. Nguồn tiết kiệm trong tiêu dùng sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp

Thông qua các biện pháp kỹ thuật sản xuất, tổ chức quản lý và yếu tố con người.

4.5.4. Nguồn hàng mua trên thị trường

Nguồn mua có thể từ thị trường trong nước hoặc nước ngoài.

Đối với nguồn vật tư đặt mua ở nước ngoài: Trong quá trình cân đối giữa khả năng và yêu cầu sản xuất, những máy móc thiết bị và một số loại vật tư cần sử dụng

có thể bị thiếu hụt. Mặt khác những máy móc hoặc nguyên vật liệu đó sản xuất trong nước chưa đáp ứng được yêu cầu sử dụng về số lượng, chủng loại, quy cách phẩm chất. Trong trường hợp đó, doanh nghiệp có thể đặt mua ở nước ngoài bằng ngoại tệ vay hoặc doanh nghiệp tự có. Khi xác định phần vật tư đặt mua ở nước ngoài phải trên cơ sở cân đối tỉ mỉ, chính xác để tránh ứ đọng vốn hoặc lãng phí ngoại tệ.

Đối với nguồn vật tư đặt mua trong nước: Xác định trên cơ sở nhiệm vụ sản xuất và kế hoạch tiêu thụ sản phẩm của doanh nghiệp. Để đáp ứng được yêu cầu sản xuất cần phải cân đối đến từng quy cách chủng loại vật tư. Những vật tư cần thiết sẽ được đặt mua ở các doanh nghiệp thương mại hoặc các doanh nghiệp sản xuất khác.

4.6. Câu hỏi ôn tập và thảo luận

1. Nhu cầu và đặc điểm nhu cầu vật tư trong hoạt động Logistics đầu vào.
2. Kết cấu nhu cầu và các nhân tố ảnh hưởng
3. Các loại nhu cầu cho sản xuất và phương pháp xác định
4. Nguồn thỏa mãn các nhu cầu của doanh nghiệp và phương pháp xác định.

Chương 5

QUẢN TRỊ DỰ TRỮ

Phạm vi chương

Quản trị dữ trữ là một nội dung quan trọng trong quản trị Logistics. Dự trữ bảo đảm cho quá trình sản xuất, phân phối và lưu thông diễn ra bình thường nhằm cung ứng hàng hóa đến tay người tiêu dùng một cách kịp thời, đầy đủ và đồng bộ. Nội dung của chương này tập trung làm rõ khái niệm dự trữ hàng hoá; Dự trữ sản xuất; Định mức dự trữ sản xuất; Quản lý dự trữ ở doanh nghiệp; Theo dõi và điều chỉnh dự trữ.

5.1. Khái quát về dự trữ hàng hoá

Trong nền kinh tế thị trường, người ta thường quan niệm dự trữ hàng hoá là "Những hàng hoá hiện được giữ lại để sản xuất hay tiêu dùng sau này". Dự trữ hàng hoá được hình thành ở các doanh nghiệp là do đòi hỏi tất yếu của việc đảm bảo tính liên tục của quá trình sản xuất - kinh doanh. Dự trữ hàng hoá bảo đảm cho vòng tròn trao đổi kinh tế trong hệ thống thị trường vận động thường xuyên và liên tục.

Đối với dự trữ sản xuất, việc quy định đúng đắn mức dự trữ có một ý nghĩa rất lớn, nó cho phép giảm các chi phí về bảo quản hàng hoá, giảm hao hụt mất mát, bảo đảm cho các doanh nghiệp có đủ những vật tư hàng hoá cần thiết trong sản xuất để thực hiện các nhiệm vụ đề ra, ngăn ngừa việc hình thành quá mức dự trữ, làm ảnh hưởng tốc độ chu chuyển vốn, phát hiện và có các biện pháp giải quyết những hàng hoá ứ đọng ở các doanh nghiệp.

Trong quá trình kinh doanh các yếu tố sản xuất, dự trữ có một vai trò to lớn. Ở đây, dự trữ sản xuất làm căn cứ để:

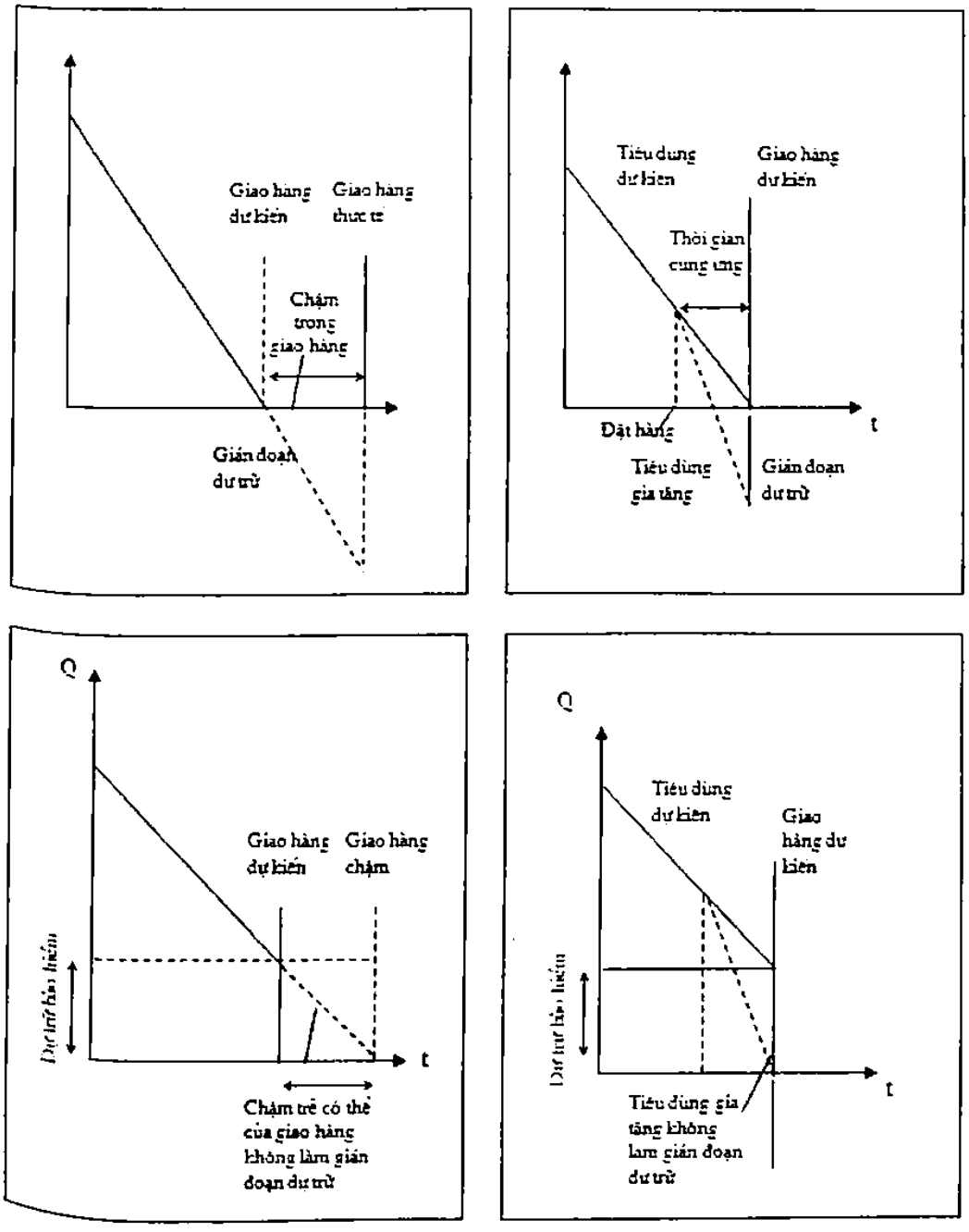
- Xác định các loại nhu cầu hàng hoá, lượng đặt hàng và tính toán khối lượng hàng hoá nhập về trong các kế hoạch kinh doanh. Muốn vậy, trong quá trình xây dựng kế hoạch kinh doanh phải tính toán cho doanh nghiệp hàng hoá dự trữ cuối kỳ và đầu kỳ.

- Điều chỉnh lượng hàng hoá nhập trong quá trình hoạt động kinh doanh và kiểm tra thực tế dự trữ hàng hoá ở các kho hàng.

- Xác định mức vốn lưu động đầu tư vào dự trữ sản xuất. Để làm việc này người ta thường quy định mức dự trữ sản xuất bình quân.

- Tính toán nhu cầu về diện tích kho hàng cần thiết cho các doanh nghiệp để bảo quản số lượng và chất lượng hàng hoá dự trữ. Việc tính toán diện tích kho hàng dựa trên cơ sở mức dự trữ sản xuất tối đa.

Trong cơ chế thị trường, dự trữ lưu thông và dự trữ quốc gia có một vai trò rất lớn, với đặc điểm có tính cơ động cao, dự trữ lưu thông bảo đảm cho quá trình kinh doanh thương mại tiến hành được liên tục và có hiệu quả, đồng thời dự trữ lưu thông còn góp phần vào việc ổn định thị trường hàng hoá. Cùng với dự trữ quốc gia, dự trữ lưu thông được coi là công cụ quan trọng trong điều tiết vĩ mô nền kinh tế.



Hình 5.1 Lý do và lợi ích của dự trữ bảo hiểm

Dự trữ quốc gia là dạng đặc biệt của dự trữ hàng hoá. Dự trữ này do Nhà nước quy định, nhằm mục đích bảo đảm các nhu cầu của nền kinh tế quốc dân khi có thiên tai,

chiến tranh và có sự biến động của thị trường. Mức độ dự trữ này phụ thuộc vào các điều kiện cụ thể trong quá trình phát triển nền kinh tế quốc dân, dự trữ quốc gia thường được bảo quản và cất giữ ở một hệ thống kho hàng của chính phủ từ trung ương đến địa phương. Trong cơ chế thị trường, chính sách dự trữ quốc gia của một nước có ý nghĩa rất to lớn tác động trực tiếp đến quá trình phát triển kinh tế xã hội.

Từ một nền kinh tế vận hành theo cơ chế kế hoạch tập trung chuyển sang nền kinh tế hàng hoá với triết lý là "Nên bán cái thị trường cần hơn là cái mình có" đã làm cho cơ cấu dự trữ hàng hoá có những thay đổi cơ bản. Từ chỗ dự trữ hàng hoá chủ yếu tập trung ở khâu sản xuất đã chuyển dần sang lĩnh vực lưu thông, hình thành mối tương quan hợp lý giữa hai loại vốn dự trữ này, bảo đảm sử dụng có hiệu quả hơn vốn đầu tư vào dự trữ.

Trong thực tiễn quản lý dự trữ hàng hoá có rất nhiều nhân tố ảnh hưởng đến việc hình thành đại lượng dự trữ. Những nhân tố đó là: các nhân tố thuộc về tiêu dùng, sản xuất, điều kiện vận tải, cung ứng, tài nguyên; điều kiện chính trị - xã hội và nhân tố thuộc về cơ chế quản lý. Mức dự trữ phụ thuộc vào những nhân tố đó.

5.2. Dự trữ sản xuất

Tất cả vật tư hiện ở doanh nghiệp sản xuất đang chờ đợi để bước vào tiêu dùng sản xuất, gọi là dự trữ sản xuất.

Lượng dự trữ sản xuất phụ thuộc rất nhiều vào các nhân tố như sản xuất, cung ứng, vận chuyển và tiêu dùng vật tư. Các nhân tố chính ảnh hưởng đến lượng dự trữ sản xuất là:

- Lượng vật tư tiêu dùng bình quân trong một ngày đêm của doanh nghiệp. Lượng này lại phụ thuộc vào quy mô sản xuất, mức độ chuyên môn hoá sản xuất của doanh nghiệp và phụ thuộc vào định mức tiêu hao nguyên vật liệu.

- Mức xuất hàng tối thiểu một lần của doanh nghiệp thương mại. Mức này càng thấp càng có khả năng nhận vật tư được nhiều lần và do đó lượng dự trữ càng ít.

- Trọng tải, tốc độ của phương tiện vận tải.

- Chất lượng dịch vụ của doanh nghiệp thương mại, cung ứng đầy đủ, kịp thời, đồng bộ và chính xác, không những chỉ là điều kiện bảo đảm cho sản xuất tiến hành được tốt mà còn ảnh hưởng trực tiếp đến đại lượng dự trữ sản xuất.

- Định kỳ sản xuất vật tư của doanh nghiệp sản xuất. Có những chủng loại, quy cách vật tư, doanh nghiệp sản xuất chỉ sản xuất vào những kỳ hạn nhất định.

- Tính chất thời vụ của sản xuất, vận tải và tiêu dùng vật tư.

- Thuộc tính tự nhiên của các loại vật tư. Có những loại vật tư mà thời gian dự trữ lại do thuộc tính tự nhiên của chúng quyết định. Dự trữ sản xuất bao gồm 3 bộ phận: *dự trữ thường xuyên, dự trữ bảo hiểm và dự trữ chuẩn bị*.

Dự trữ thường xuyên dùng để bảo đảm vật tư cho sản xuất của doanh nghiệp tiến hành được liên tục giữa hai kỳ cung ứng nối tiếp nhau của doanh nghiệp thương mại. Dự trữ này có đặc điểm là đại lượng của nó biến động từ tối đa đến tối thiểu. Tối đa khi nhập lô hàng vào kho doanh

nghiệp và tối thiểu khi bắt đầu kỳ nhập tới.

Dự trữ bảo hiểm cần thiết trong những trường hợp sau đây:

Mức tiêu dùng bình quân ngày đêm thực tế cao hơn so với kế hoạch. Điều đó có thể xảy ra khi có sự thay đổi kế hoạch sản xuất theo chiều tăng lên do cải tiến tổ chức sản xuất và kỹ thuật sản xuất, hoặc kế hoạch sản xuất không thay đổi nhưng mức tiêu hao nguyên liệu tăng lên. Trong những trường hợp đó, dự trữ bảo hiểm cần có để bảo đảm vật tư cho quá trình sản xuất khỏi bị gián đoạn trong thời gian điều chỉnh thời hạn cung ứng lô hàng tới cho doanh nghiệp thương mại.

- Lượng vật tư nhập thực tế ít hơn so với mức dự kiến trước, trong lúc chu kỳ cung ứng và tiêu dùng bình quân ngày đêm vẫn như trước.

- Chu kỳ cung ứng thực tế dài hơn, trong lúc lượng hàng cung ứng và mức tiêu dùng bình quân trong ngày đêm vẫn như trước.

Như vậy, quá trình sản xuất ở một doanh nghiệp có thể bị gián đoạn nếu người cung ứng không tuân thủ thời gian giao hàng (đồ thị - giao chậm), người cung ứng thực hiện giao hàng không phù hợp hoặc hỏng hóc (cần phải trả lại đợt hàng này và chờ đợt giao hàng mới) hoặc việc tiêu dùng gia tăng trong thời gian giao hàng, hoặc những dự kiến tiêu dùng sai lầm . Để hạn chế ảnh hưởng tiêu cực của những hiện tượng này, doanh nghiệp cần phải xác định một dự trữ bảo hiểm. Hình 8.1 minh họa những lý do và lợi ích của dự trữ bảo hiểm..

Bộ phận thứ ba của dự trữ sản xuất là dự trữ chuẩn bị : Tất cả các loại vật tư khi về đến doanh nghiệp và trước khi chúng được đưa đến các nơi sử dụng trong doanh nghiệp, đều phải qua các thủ tục nhập kho và xuất kho (kiểm tra số lượng và chất lượng, xếp hàng vào kho và đưa hàng ra, lập các chứng từ nhập, xuất...). Thời gian cần thiết cho các công việc này thường không quá một ngày, cho nên trong thực tế không tính dự trữ chuẩn bị đối với các công việc đó. Nhưng còn một loạt các công việc chuẩn bị liên quan đến việc sử dụng hợp lý và tiết kiệm vật tư, như: phân loại và ghép đồng bộ vật tư, sàng lọc, ngâm tẩm, sấy khô, pha cắt, đập nhỏ và những loại sơ chế vật tư khác trước khi đưa vào tiêu dùng sản xuất, thì cần có thời gian chuẩn bị, do đó cần phải tính dự trữ chuẩn bị. Đại lượng dự trữ chuẩn bị tương đối cố định.

Tính chất thời vụ của sản xuất, tiêu dùng và vận chuyển vật tư đòi hỏi phải có dự trữ thời vụ ở tất cả các giai đoạn tuần hoàn của vật tư. Đặc điểm và tính chất ảnh hưởng của những điều kiện thời vụ dẫn đến sự cần thiết phải gia tăng tất cả các loại dự trữ.

5.3. Định mức dự trữ sản xuất

Một mặt, dự trữ vật tư không đủ mức cần thiết sẽ có nguy cơ làm cho sản xuất của doanh nghiệp bị gián đoạn, mặt khác, dự trữ quá nhiều dẫn đến tình trạng ứ đọng vật tư, ứ đọng vốn, không có lợi cho doanh nghiệp. Để bảo đảm đủ vật tư cho sản xuất và tránh tình trạng dự trữ quá nhiều, cần phải tiến hành định mức dự trữ sản xuất.

Định mức dự trữ sản xuất là sự quy định đại lượng vật tư tối thiểu phải có theo kế hoạch ở doanh nghiệp để bảo

đảm cho quá trình sản xuất của các đơn vị tiêu dùng tiến hành được liên tục và đều đặn.

Khi tiến hành định mức dự trữ sản xuất cần phải quán triệt một số quy tắc:

Quy tắc thứ nhất là xác định đại lượng tối thiểu cần thiết, có nghĩa là đại lượng dự trữ phải đủ bảo đảm cho quá trình sản xuất của doanh nghiệp khỏi bị gián đoạn trong mọi tình huống, đồng thời tránh dự trữ nhiều sinh ra ứ đọng vật tư làm chậm tốc độ lưu chuyển của vốn. Thực tế tiêu hao vật tư trên một đơn vị sản phẩm có thể thấp hơn định mức tiêu hao, nếu việc giảm đó không ảnh hưởng xấu đến chất lượng sản phẩm; đó là hiện tượng tốt cần khuyến khích, nhưng không nên giảm dự trữ thấp hơn mức cần thiết, vì sẽ ảnh hưởng đến sự liên tục của quá trình sản xuất.

Quy tắc thứ hai của định mức dự trữ sản xuất là xác định đại lượng dự trữ, trên cơ sở tính toán tất cả những nhân tố ảnh hưởng trong kỳ kế hoạch. Để xác định đúng đại lượng dự trữ cần phải sử dụng hàng loạt các tài liệu liên quan. Chẳng hạn, muốn xác định đại lượng vật tư tiêu dùng bình quân trong một ngày đêm, cần phải có: các định mức tiêu hao nguyên liệu, kế hoạch sản xuất sản phẩm, nhu cầu về vật tư cho sửa chữa và các nhu cầu khác. Muốn xác định chu kỳ cung ứng, cần phải sử dụng các số liệu: mức xuất hàng tối thiểu trong một lần của doanh nghiệp thương mại, trọng tải và tốc độ của phương tiện vận tải, khoảng cách, định kỳ của sản xuất của đơn vị sản xuất ,các số liệu về các lần cung ứng và thực tế tiêu dùng trong kỳ báo cáo.

Quy tắc thứ ba của định mức dự trữ sản xuất là tiến hành định mức từ cụ thể đến tổng hợp. Chỉ có tính toán

đầy đủ những điều kiện cung ứng và tiêu dùng đối với từng tên gọi vật tư cụ thể mới định ra được đúng đại lượng dự trữ sản xuất.

Quy tắc thứ tư của định mức dự trữ là quy định đại lượng dự trữ sản xuất tối đa và đại lượng dự trữ sản xuất tối thiểu đối với mỗi tên gọi cụ thể. Đại lượng dự trữ sản xuất tối đa bằng dự trữ chuẩn bị cộng dự trữ bảo hiểm cộng dự trữ thường xuyên tối đa. Đại lượng dự trữ sản xuất tối thiểu bằng tổng dự trữ chuẩn bị và dự trữ bảo hiểm.

Sau đây là phương pháp tính đại lượng các bộ phận hợp thành dự trữ sản xuất.

Phương pháp định mức dự trữ thường xuyên.

Dự trữ thường xuyên tối đa, tuyệt đối tính theo công thức:

$$D_{th/x\ max} = P \cdot t$$

Trong đó:

$D_{th/x\ max}$ - Đại lượng dự trữ thường xuyên tối đa tính theo đơn vị tính hiện vật.

$$P = \frac{N(\text{năm})}{360} = \frac{N(\text{quí})}{90} = \frac{N(\text{tháng})}{30}$$

t - Chu kỳ (khoảng cách) cung ứng theo kế hoạch, tính theo ngày.

Nhiệm vụ chủ yếu khi định mức dự trữ thường xuyên là xác định chu kỳ cung ứng theo kế hoạch. Tuỳ thuộc vào những điều kiện cụ thể của sản xuất, cung ứng và tiêu dùng vật tư, chu kỳ cung ứng theo kế hoạch có thể xác

định được bằng một số phương pháp.

Phương pháp 1: Nếu t phụ thuộc vào mức xuất hàng tối thiểu (M_x) của doanh nghiệp thương mại, mức chuyển thẳng hay mức đặt hàng của doanh nghiệp sản xuất (hoặc mức xuất hàng của doanh nghiệp thương mại), thì:

$$t = \frac{M_x}{P}$$

Ví dụ: Nhu cầu của doanh nghiệp về gang đúc trong một quý là 180 tấn, mức chuyển thẳng quy định là 30 tấn.

Với những điều kiện đó, trong trường hợp cung ứng thẳng, chu kỳ cung ứng bằng 15 ngày ($30 : \frac{180}{90} = 15$).

Phương pháp 2: Nếu chu kỳ cung ứng phụ thuộc vào trọng tải của phương tiện vận tải, thì t tính bằng:

$$t = \frac{\text{Trọng tải của phương tiện vận tải}}{P}$$

Thí dụ: Doanh nghiệp dùng xe chuyên dùng có trọng tải 10 tấn để chở xi măng từ doanh nghiệp cung ứng về, mức tiêu dùng bình quân trong một ngày đêm là 5 tấn. Với những điều kiện đó:

$$t = \frac{10}{5} = 2 \text{ (ng□y)}$$

Phương pháp 3: Nếu chu kỳ cung ứng phụ thuộc vào những điều kiện quy định trong hợp đồng giữa doanh nghiệp thương mại và doanh nghiệp sản xuất, thì căn cứ vào đó mà xác định t.

Phương pháp 4: Nếu trong số những trường hợp kể trên doanh nghiệp không sử dụng được trường hợp nào cả, thì để xác định t, cần phải dùng các số liệu thực tế về các lần cung ứng của kỳ báo cáo. Theo phương pháp này t được tính theo công thức sau:

$$t = \frac{\sum(T_n . V_n)}{\sum V_n}$$

Trong đó:

T_n-Thời gian cách quãng giữa hai kỳ cung ứng liền nhau

V_n - Số lượng vật tư nhận được trong một kỳ cung ứng.

Phương pháp 5 (lô hàng kinh tế): Dự trữ thường xuyên cũng có thể tính theo lượng hàng đặt mua một lần. Lượng hàng này được xác định trên cơ sở tối thiểu hoá các chi phí liên quan đến thu mua và bảo quản lô hàng đặt mua ấy.

Toàn bộ chi phí liên quan đến lượng hàng dự trữ gồm có: Chi phí thu mua- Vận chuyển và chi phí bảo quản. Chi phí thu mua vận chuyển gồm các khoản mục: chi phí vào các thủ tục hàng (đơn hàng, liên hệ với đơn vị cung ứng...), chi phí vận chuyển, bốc dỡ hàng, chi phí cho việc tiếp nhận hàng về số lượng và chất lượng, chi phí về tiền nhận hàng, hạch toán hàng... trong số các khoản chi phí kể trên, có những khoản thay đổi theo lượng hàng mua, như chi phí về tiền mua hàng, vận chuyển, bốc dỡ, xếp hàng vào kho... Lượng hàng mua càng nhiều thì những khoản chi phí này càng lớn. Nhưng cũng có những khoản chi phí không thay đổi theo tỷ lệ thuận với lượng hàng mua, chúng tương đối cố định và không phụ thuộc vào lượng

hàng đặt mua nhiều hay ít, như chi phí về thủ tục mua hàng, hạch toán nhập kho, trong một chừng mực nhất định, cả chi phí về tiếp nhận hàng về số lượng nữa.

Lượng hàng đặt mua một lần càng lớn thì chi phí thu mua, vận chuyển tính cho một đơn vị hàng mua càng ít và ngược lại. Cho nên, xét về chi phí thu mua, vận chuyển, đặt mua một lần càng lớn càng có lợi. Nhưng lượng hàng đặt mua một lần càng lớn thì chi phí về bảo quản lô hàng đó càng cao.

Vấn đề đặt ra đối với doanh nghiệp là: Với chỉ tiêu cung ứng vật tư đã được xác định, phải đặt mua một lần là bao nhiêu để tổng chi phí thu mua, vận chuyển và bảo quản vật tư trong một năm là thấp nhất.

- *Mô hình căn bản:*

Giả thiết: Nhu cầu hàng năm, chi phí quản lý dự trữ, chi phí đặt hàng có thể ước tính được.

Mức dự trữ bình quân bằng mức đặt hàng chia đôi, không có dự trữ bảo hiểm, mức tiêu dùng hàng ngày là ổn định.

Các chi phí do hết hàng bằng không.

Giá cả là cố định đối với khối lượng đặt hàng.

Các biến số:

D	Nhu cầu vật tư hàng năm
Q	Số lượng vật tư đặt mua mỗi lần
C	Chi phí dự trữ trên một đơn vị
S	Chi phí đặt hàng

Công thức chi phí:

Chi phí dự trữ hàng năm	(Q/2)*C
Chi phí đặt hàng hàng năm	(D/Q)*S
Tổng chi phí dự trữ + chi phí đặt hàng hàng năm	(Q/2)*C + (D/Q)*S

Tổng chi phí thu mua và dự trữ là tối thiểu khi:

$$Q=EOQ= \sqrt{2DS/C}$$

Dự trữ thường xuyên: $EOQ=\sqrt{2DS/C}$

• *Mô hình có tính đến khối lượng tiêu dùng trong thời gian đặt hàng:*

Giả thiết: Nhu cầu hàng năm, chi phí quản dự trữ, chi phí đặt hàng có thể ước tính được.

Mức dự trữ bình quân bằng mức đặt hàng chia đôi, không có dự trữ bảo hiểm, mức tiêu dùng hàng ngày là ổn định.

Các chi phí do hết hàng bằng không.

Giá cả là cố định đối với khối lượng đặt hàng.

Tốc độ cung cấp đều (P) lớn hơn tốc độ tiêu dùng (r)

Các biến số

D	Nhu cầu vật tư hàng năm
Q	Số lượng vật tư đặt mua mỗi lần
C	Chi phí dự trữ trên một đơn vị
S	Chi phí đặt hàng
d	Mức tiêu dùng vật tư bình quân ngày đêm
p	Mức cung cấp vật tư bình quân ngày đêm

Công thức chi phí:

Mức dự trữ tối đa	(p-d)(Q/p)
Mức dự trữ tối thiểu	0
Chi phí dự trữ hàng năm	(p-d)(Q/2p)C
Chi phí đặt hàng hàng năm	(D/Q)*S
Tổng chi phí dự trữ + chi phí đặt hàng hàng năm	[(p-d)/p](Q/2)C + (D/Q)*S

Tổng chi phí thu mua và dự trữ là tối thiểu khi:

$$Q = EOQ = \sqrt{(2DS/C)[p/(p - d)]}$$

Dự trữ thường xuyên: EOQ $= \sqrt{(2DS/C)[p/(p - d)]}$

• *Mô hình có tính đến giảm giá do khối lượng đặt hàng:*

Giả thiết: Nhu cầu hàng năm, chi phí quản dự trữ, chi phí đặt hàng có thể ước tính được.

Mức dự trữ bình quân bằng mức đặt hàng chia đôi, không có dự trữ bảo hiểm, mức tiêu dùng hàng ngày là ổn định.

Các chi phí do hết hàng bằng không.

Giá mua vật tư giảm dần khi khi khối lượng vật tư đặt mua một lần tăng lên ở những mức nhất định.

Tốc độ cung cấp đều (P) lớn hơn tốc độ tiêu dùng (r)

Các biến số

D	Nhu cầu vật tư hàng năm
Q	Số lượng vật tư đặt mua mỗi lần

C	Chi phí dự trữ trên một đơn vị
S	Chi phí đặt hàng
TSC	Tổng chi phí dự trữ
d	Mức tiêu dùng vật tư bình quân ngày đêm
p	Mức cung cấp vật tư bình quân ngày đêm
ac	Giá một đơn vị

Công thức chi phí:

Mức dự trữ tối đa	(p-d)(Q/p)
Mức dự trữ tối thiểu	0
Chi phí dự trữ hàng năm	[(p-d)/p](Q/2)C
Chi phí đặt hàng hàng năm	(D/Q)*S
Chi phí mua hàng đơn vị	ac
Tổng chi phí dự trữ + chi phí đặt hàng + chi phí mua hàng hàng năm (TMC)	(p-d)(Q/2p)C + (D/Q)*S + D*ac

Phương pháp tiến hành

Tính EOQ ứng với mỗi mức giá.

Xác định EOQ nào là khả thi.

Tính TMC cho các EOQ khả thi và các điểm ngăn cách với mức giá thấp hơn.

Chọn TMC nhỏ nhất.

Dự trữ thường xuyên: Min (TMC)

Phương pháp định mức dự trữ bảo hiểm

Tác dụng của dự trữ bảo hiểm là bảo đảm có đủ vật tư

cho sản xuất trong mọi tình huống và chính đó là khó khăn cho việc xác định đúng đắn lượng dự trữ bảo hiểm.

Nguyên tắc chung để định ra lượng dự trữ bảo hiểm hợp lý là nghiên cứu kỹ các lần cung ứng theo chu kỳ và theo số lượng cung ứng từng lần,lượng tiêu dùng bình quân một ngày đêm và các nguyên nhân khác dẫn đến vi phạm việc bảo đảm vật tư cho sản xuất bình thường.

Dự trữ bảo hiểm tương đối, có thể tính theo một trong hai phương pháp sau:

Phương pháp 1: Theo phương pháp này, lượng dự trữ tương đối được định ra, căn cứ vào thời gian cần thiết để khôi phục lại dự trữ thường xuyên sử dụng hết trước khi nhập lô hàng mới về doanh nghiệp: Trong trường hợp đó, dự trữ tương đối được tính theo công thức:

$$t_{bh} = t_1 + t_2 + t_3$$

Trong đó:

t_1 - Thời gian cần thiết cho doanh nghiệp thương mại chuẩn bị lô hàng xuất gấp theo yêu cầu của khách hàng. Thời gian này gồm thời gian doanh nghiệp sản xuất báo cho doanh nghiệp thương mại về việc xuất gấp lô hàng tiếp theo và thời gian cần cho doanh nghiệp thương mại chuẩn bị xuất hàng.

t_2 - Thời gian hàng trên đường đi được xác định bằng cách lấy khoảng cách từ doanh nghiệp thương mại đến doanh nghiệp sản xuất chia cho tốc độ của phương tiện vận tải.

t_3 - Thời gian cần thiết để doanh nghiệp sản xuất

hàng và chuẩn bị đưa vào sản xuất.

Phương pháp này áp dụng có kết quả chỉ khi nào giữa doanh nghiệp sản xuất và doanh nghiệp thương mại có quan hệ thường và tốt với nhau.

Phương pháp 2: Dựa vào các số liệu cung ứng thực tế cho kỳ báo cáo, rút ra những lần có chu kỳ cung ứng thực tế lớn hơn chu kỳ cung ứng bình quân, cộng các kết quả lại rồi chia cho số lần chênh lệch, theo công thức:

$$t_{bh} = \frac{\Sigma \text{ chênh lệch cao hơn chu kỳ cung ứng bình quân}}{m}$$

Trong đó:

m - Số lần chênh lệch cao hơn

Hoặc theo công thức:

$$t_{bh} = \frac{\sum (t'_n - t)V'_n}{\sum V'_n}$$

Trong đó:

t'_n - Thời gian cách quãng giữa hai kỳ cung ứng có khoảng cách cao hơn khoảng cách cung ứng bình quân.

V'_n - Số lượng vật tư nhận được trong một kỳ cung ứng có khoảng cách cao hơn khoảng cách cung ứng bình quân.

t - Thời gian dự trữ thường xuyên

Phương pháp định mức dự trữ chuẩn bị

Những công việc chuẩn bị đặc biệt đòi hỏi phải có thời gian lâu hơn, phải tính dự trữ chuẩn bị (gọi là dự trữ

chuẩn bị đặc biệt).

Đại lượng tương đối của dự trữ chuẩn bị đặc biệt, căn cứ vào thời gian cần thiết để chuẩn bị vật tư trước khi đưa vào tiêu dùng sản xuất mà xác định.

Đại lượng dự trữ sản xuất tuyệt đối bằng tổng dự trữ thường xuyên, dự trữ bảo hiểm, dự trữ chuẩn bị đặc biệt:

$$D_{sx} = D_{th'x} + D_{b'h} + D_{ch'b}$$

Hoặc: $D_{sx} = P(t_{th'x} + t_{b'h} + t_{ch'b})$

Phương pháp định mức dự trữ sản xuất trình bày trên đây dùng để định mức dự trữ sản xuất theo từng tên gọi vật tư cụ thể (gọi là định mức dự trữ cụ thể).

Định mức dự trữ sản xuất theo danh mục vật tư tổng hợp (gọi là định mức dự trữ tổng hợp) tính theo chỉ tiêu tuyệt đối, bằng tổng các định mức dự trữ cụ thể tuyệt đối. Còn chỉ tiêu tương đối (ngày) của định mức tổng hợp tính bằng cách chia chỉ tiêu tuyệt đối của định mức tổng hợp cho tổng các mức tiêu dùng bình quân trong một ngày đêm của các chủng loại, quy cách vật tư cụ thể trong loại hoặc nhóm vật tư tổng hợp.

5.4. Quản lý dự trữ ở doanh nghiệp

5.4.1. Quản lý dự trữ hiện vật

a. Những nguyên tắc cơ bản của kho tàng

Trong các doanh nghiệp công nghiệp, người ta chia hệ thống kho thành kho thành phẩm, kho nguyên vật liệu, kho các bộ phận linh kiện, kho dụng cụ đồ nghề v.v.. . Những kho này là cần thiết, bởi vì dự trữ hàng hoá phải được bảo vệ chống ăn trộm, chống thời tiết xấu, chống nóng, ẩm và

chống những biến dạng v.v.. Sự bảo quản này bảo đảm một nhiệt độ và một độ ẩm phù hợp với các sản phẩm được dự trữ, hoặc bằng những vật liệu đặc biệt đáp ứng cho mỗi nhu cầu riêng biệt. Kho tàng phải sạch sẽ, đủ ánh sáng, tách biệt và được có mái che. Tuy nhiên, trong một số trường hợp, có những kho chứa ngoài trời, đó là những bãi người ta để than, cát sỏi, ô tô v.v..

Cuối cùng, kho dự trữ cần phải được tổ chức sao cho việc vận chuyển hợp lý và dễ dàng cho việc nhập xuất các hàng hoá.

b. Mã hoá và phương pháp xếp đặt vật tư dự trữ

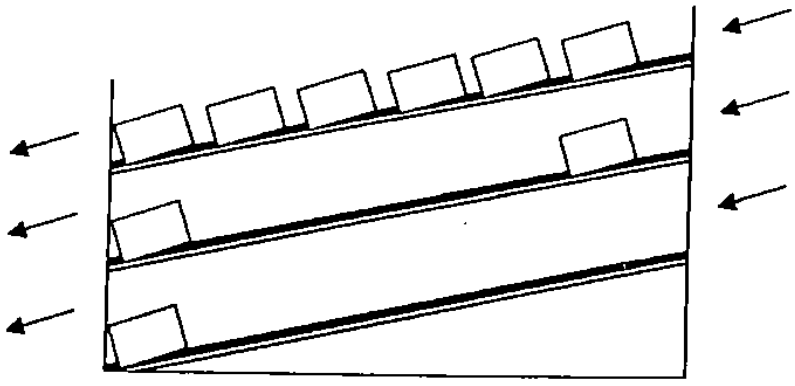
* Mã hoá: Nhằm tạo thuận lợi cho công tác bảo quản vật tư và tăng tốc độ giải phóng kho, cần thiết phải nhận dạng vật tư một cách nhanh chóng. Giải pháp đơn giản nhất là sử dụng tên gọi của chúng, nhưng cách gọi tên này thường ít được sử dụng, đặc biệt khi chúng gồm những chỉ dẫn kỹ thuật hoặc kích cỡ (chẳng hạn: tấm nén 19 – có nghĩa là 19mm - bề dày; còn 400x120 – có nghĩa là 4m chiều dài nhân 1,20m chiều rộng). Do đó doanh nghiệp thường sử dụng một bộ mã số (chẳng hạn: 1234) hoặc cả chữ cái và số (chẳng hạn AZ345) cho mỗi danh mục vật tư được dự trữ.

* Phương pháp xếp đặt vật tư dự trữ :

a) *Phương pháp: "Một vị trí cho mỗi loại vật tư, mỗi loại vật tư ở chỗ của mình"*

Phương pháp này dành một vị trí cho một loại vật tư xác định (địa chỉ) điều này sẽ giúp cho việc tìm kiếm sẽ trở nên dễ dàng, tuy nhiên nó cũng gây ra tình trạng lãng phí kho bãi khi thiếu vật tư hoặc nhất thời loại dự trữ này

bị giảm. Nhưng người ta cũng dễ dàng bằng mắt phát hiện được dự trữ thiếu hoặc ngừng.



Hình 5.2. Kiểu kho động

b) Phương pháp phổ quát vị trí: "bất kỳ vật gì, bất kỳ chỗ nào"

Phương pháp này sử dụng vị trí tự do vào lúc đưa vật tư vào kho; một vật tư có thể có nhiều địa chỉ. Ưu điểm của nó là lợi chỗ, mọi chỗ đều được dùng dù vật tư nào cũng thế, nhưng khó về mặt thông tin để định vị được chỗ trống khi nhập kho và tìm được địa chỉ vật tư khi xuất kho.

c) Phương pháp tần suất quay vòng

Loại vật tư nào được dùng nhiều nhất được đặt ở chỗ thuận tiện nhất (gần chỗ nhận, chỗ xuất, đầu đường đi).

d) Phương pháp hai kho

Kho được chia làm 2 bộ phận bằng nhau. Kho dự trữ được cung ứng do nhập kho và cung cấp số lượng nhỏ cho kho phân phối từ đây xác lập các đơn đặt hàng.

e) Phương pháp P.E.P.S hay FI.FO (vào trước, ra trước)

Phương pháp này là bắt buộc khi vật tư dự trữ loại có tuổi thọ hạn chế, việc xuất hàng được thực hiện theo trình

tự vật tư được nhập kho.

c. Các kiểu kho và vận chuyển

* Kho động và kho tĩnh

Trong trường hợp kho tĩnh, vật tư không di chuyển trong toàn bộ thời gian lưu kho. Còn kho động, vật tư dự trữ được di chuyển từ đầu này sang đầu khác (nhờ tác động của trọng lực hoặc nhờ một lực có điều khiển) đến nơi mà chúng được chuẩn bị để giao hàng.

Loại kho động (hình 5.2) có nhiều ưu điểm: Có lợi về diện tích chỉ bằng 40% so với kho tĩnh vì chỉ cần 2 lối đi cần thiết (một cho chất hàng và một lối khác cho dỡ hàng); quay vòng dự trữ được bảo đảm do phương pháp "vào đầu tiên, ra đầu tiên"; tách biệt vùng vào và vùng ra, có lợi về mặt thời gian vì sản phẩm tự di chuyển (xem chương 6).

5.4.2. Quản lý kế toán dự trữ

a. Nắm số lượng dự trữ

* Phiếu kho: Khi doanh nghiệp chưa tin học hoá quản lý dự trữ, các phiếu kho được sử dụng để ghi chép sự vận động của hàng hoá (nhập và xuất) và tính toán số lượng hiện tồn (dự trữ cuối kỳ = dự trữ đầu kỳ + nhập - xuất).

* Kiểm kê: Phiếu kho cho phép nắm được hàng còn trong kho về mặt lý thuyết, nhưng nó không thể tính được những mất mát hoặc hư hỏng ở tất cả các dạng. Để khắc phục điều này, pháp luật quy định các doanh nghiệp thực hiện mỗi năm một lần kiểm kê ngoài kế toán. Đó là kiểm kê (đếm) các mặt hàng dự trữ. Một số doanh nghiệp mỗi năm tiến hành một lần kiểm kê. Một số khác thực hiện kiểm kê quay vòng, tức là thực hiện việc kiểm kê hàng

tháng. Chẳng hạn doanh nghiệp kiểm kê 1/12 dự trữ, cách này cho phép doanh nghiệp tiếp tục hoạt động một cách bình thường.

Việc kiểm kê này là cơ sở để đánh giá dự trữ được biểu thị ở bảng cân đối. Ngoài ra, nhiều doanh nghiệp thực hiện kiểm kê thường xuyên, cách này cho phép họ biết được bất cứ lúc nào, tình hình dự trữ của họ. Hình thức kiểm kê này là khá dễ dàng thực hiện về mặt số lượng hiện vật, nhưng có nhiều khó khăn về giá trị.

b. Theo dõi dự trữ về mặt giá trị

Việc theo dõi dự trữ về mặt giá trị là khó khăn, vì thông thường, các vật tư nhập vào có giá khác nhau. Vật tư nhập vào được đánh giá về thực chất theo giá mua, nhưng cần định giá cho chúng như thế nào khi xuất kho? Để xác định giá vật tư xuất kho người ta có thể sử dụng hai phương pháp: phương pháp xuất hết lô hàng và phương pháp bình quân gia quyền. Sau đây là ví dụ về phương pháp này:

Có một nguyên liệu M với các thông tin sau:

Ngày 1 tháng 5	Tồn kho	60 tấn	Giá 9.4 triệu đồng/tấn
Ngày 3 tháng 5	Nhập kho	120 tấn	Giá 10.0 triệu đồng/tấn
Ngày 20 tháng 5	Nhập kho	60 tấn	Giá 13.0 triệu đồng/tấn
Ngày 15 tháng 5	Xuất kho	80 tấn	
Ngày 25 tháng 5	Xuất kho	90 tấn	

Phương pháp xuất hết các lô

Người ta coi tất cả vật tư được nhập vào cùng một thời gian tạo ra một lô. Các lô này sẽ lần lượt được lấy hết trong quá trình xuất vật tư. Phương pháp này còn được gọi

là F.I- F.O (vào trước, ra trước). Vận dụng vào ví dụ trên, sau đợt nhập vào của ngày 3 tháng 5 lúc này dự trữ có 2 lô: lô thứ nhất là 60 tấn, giá là 9,40 Triệu đồng/tấn và lô thứ hai là 120 tấn với giá là 10 Triệu đồng /tấn. Ngày 5 tháng 5, 80 tấn xuất ra đã được lấy theo tỷ lệ là: 60 tấn trong lô thứ nhất (vậy là lô này đã được xuất hết) và 20 tấn của lô thứ hai. Khi đó lô này còn 120 tấn -20 tấn = 100 tấn với giá 10 Triệu đồng /tấn. Ngày 20 tháng 5, 60 tấn nhập vào hình thành lên một lô mới với giá 13triệu đồng /tấn. ở thời điểm này, người ta thấy dự trữ ở lô thứ nhất là 100 tấn với giá 10 triệu đồng /tấnvà lô thứ hai là 60 tấn với giá là 13 triệu đồng /tấn. Lượng xuất ra cho ngày 25 tháng 5 được thực hiện khi lấy ra 90 tấn cần thiết trong lô thứ nhất.

Phiếu kho, phương pháp FIFO

Thời gian	Nhập			Xuất			Còn lại		
	Số lượng	Giá đơn vị	Giá toàn bộ	Số lượng	Giá đơn vị	Giá toàn bộ	Số lượng	Giá đơn vị	Giá toàn bộ
1/5							**60**	**9.4**	**564**
3/5	120	10	1200				60 120 **180**	9.4 10	564 1200 **1764**
15/5				60 10 **80**	9,4 20	564 200 **764**	**100**	**10**	**1000**
20/5	60	13	780				100 60 **160**	10 13	100 780 **1780**
25/5				90	10	900	10 60 **70**	10 13	100 780 **880**

Phương pháp giá bình quân gia quyền đơn vị

Ngược lại với phương pháp xuất hết các lô, người ta coi tất cả các hàng hoá, dù cho giá nhập vào của chúng như thế nào, đã được dự trữ có cùng một giá bình quân.

Sau mỗi lần nhập vào, người ta tính đến giá bình quân của dự trữ. Sự bình quân này đã được gia quyền theo số lượng, khi đó người ta có được giá bình quân gia quyền đơn vị.

Giá bình quân gia quyền = (dự trữ về giá trị + nhập về giá trị)/ (dự trữ bằng hiện vật + nhập bằng hiện vật)

Vận dụng vào ví dụ trên ta có: Sau đợt nhập vào của ngày 3 tháng 5, lúc này dự trữ 180 tấn với tổng giá trị bằng 1764 triệu đồng (gồm 60 tấn tấn tồn kho ban đầu với giá 9.40 triệu đồng bằng 564 triệu đồng cộng với 120 tấn nhập thêm với giá 10 triệu đồng bằng 1200 triệu đồng) và giá đơn vị là: 1764/180 = 9.8 triệu đồng. Đây là giá sẽ được xuất ra đợt ngày 15 tháng 5. Vẫn theo cách lập luận đó, với ngày 20 tháng 5: trước đợt nhập này, dự trữ vẫn còn 100 tấn với giá 9.80 triệu đồng và nhập vào 60 tấn với giá 13 triệu đồng và về giá trị là 1760 triệu đồng cho 160 tấn. Giá bình quân gia quyền đơn vị được tính là (980 + 780)/(100+60)= 11 triệu đồng

Phiếu kho, phương pháp bình quân gia quyền đơn vị, sau mỗi đợt nhập kho

Thời gian	Nhập			Xuất			Còn lại		
	Số lượng	Giá đơn vị	Giá toàn bộ	Số lượng	Giá đơn vị	Giá toàn bộ	Số lượng	Giá đơn vị	Giá toàn bộ
1/5							60	9,4	564
3/5	120	10	1200				180	9,80	1764
15/5				80	9,80	784	100	9,80	980
20/5	60	13	780				160	11	1760
25/5				90	11		70	11	770

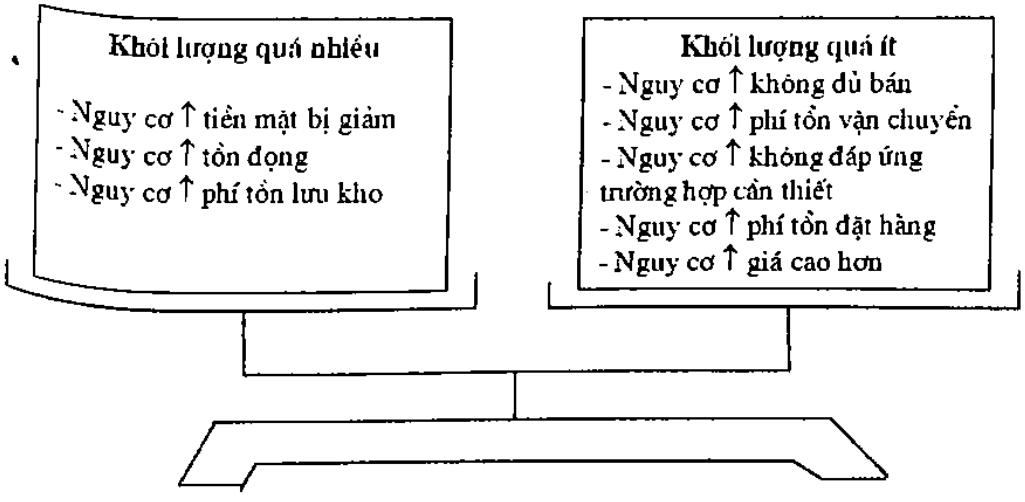
Phương pháp giá tiêu chuẩn

Trong phương pháp này, các giá được lập theo giá xây dựng trước. Giá xây dựng trước là một giá được tính toán bởi doanh nghiệp có dự tính đến những giá được ghi nhận trong quá khứ và dự kiến những biến đổi trong tương lai về giá mua những mặt hàng đưa vào dự trữ.

5.4.3. Quản lý kinh tế dự trữ

Mục tiêu của quản lý dự trữ về mặt kinh tế

Trong kinh doanh mọi doanh nghiệp đều có nhu cầu dự trữ vật tư để hoạt động. Tuy nhiên dự trữ có tác động hai mặt đến quá trình sản xuất kinh doanh. Dự trữ nhiều sẽ có lợi trên một số mặt tuy nhiên dự trữ ít lại có lợi trên một số mặt khác. Điều này tạo ra một số các ràng buộc đối với quản lý dự trữ (Hình 5.3)



Hình 5.3: Những ràng buộc gắn liền với dự trữ

Chính vì vậy, quản lý dự trữ có hai mục tiêu cơ bản là: Mục tiêu an toàn: có một lượng dự trữ để tránh tất cả mọi sự gián đoạn; Mục tiêu tài chính: giảm đến mức thấp nhất

có được mức độ dự trữ để giảm những chi phí kho tàng.

a. Chi phí liên quan tới dự trữ

• *Những chi phí do có dự trữ*

Chi phí kho tàng nói riêng hoặc là chi phí do dự trữ hình thành từ chi phí đầu tư, chi phí lưu kho và chi phí cho sự sụt giá các mặt hàng dự trữ. Chi phí do dự trữ một mặt hàng tỷ lệ với giá trị của nó và với thời gian lưu kho dự trữ. Chi phí này nhìn chung ở mức giữa 12% và 25% của giá trị dự trữ trung bình.

- Chi phí vốn đầu tư: đó là chi phí cho vốn không được sử dụng do chi cho dự trữ, nghĩa là không kiếm được lợi tức tương ứng nếu số vốn này đem đầu tư bên ngoài doanh nghiệp (chẳng hạn gửi ngân hàng).

- Chi phí kho: chi phí này nhằm đảm bảo hàng hoá dự trữ, chi phí cho kho tàng thuê hoặc khấu hao hàng năm nhà kho, chi phí khai thác kho tiền lương và bảo hiểm xã hội cho nhân viên kho, tiền thuê trả cho thiết bị, ánh sáng, sưởi...

- Chi phí sụt giá hàng trong quá trình dự trữ trong kho: phải phân biệt chỉ rõ nguyên nhân sụt giá: Sụt giá do lỗi thời liên quan đến những mặt hàng theo một hoặc công nghệ tiến triển nhanh (I.B.M thống kê là 8% năm chi phí do sự lỗi thời vì dự trữ trong kho) và sụt giá do hư hỏng, chẳng hạn những tai nạn khi chuyên chở, vỡ nát các sản phẩm xếp chồng quá cao, bay hơi, trộm cắp, phá huỷ bởi những loài gặm nhấm v.v..

• *Những chi phí ký kết (hoặc là chi phí để có được đơn đặt hàng)*

Đó là những chi phí cho mỗi lần doanh nghiệp bắt đầu

quá trình mua để tái dự trữ. Những chi phí này bao gồm:

- Chi phí quản trị: người ta có thể kể tới những chi phí về thư tín, điện thoại, đi lại, tiền lương và bảo hiểm xã hội của nhân viên mua (tìm người cung ứng, thương lượng, soạn thảo đơn đặt hàng, v.v..) và của nhân viên kế toán (ghi chép, thanh toán hóa đơn v.v..) và những chi phí thuê nhà (khấu hao), văn phòng, sưởi, chiếu sáng v.v..

- Phí kiểm tra: đó là các chi phí cho công tác kiểm tra về số và chất lượng hàng hoá.

• *Những chi phí do gián đoạn (hoặc chi phí do thiếu)*

Những chi phí do gián đoạn dự trữ xuất hiện khi doanh nghiệp không có đủ dự trữ phục vụ cho sản xuất của doanh nghiệp.

Cầu không được thoả mãn có thể dẫn đến việc bán hàng bị thiếu. Chi phí gián đoạn tính bằng tiền mất do bỏ lỡ đáng ra kiếm được cộng thêm phần mất đi hình ảnh nhãn hiệu của doanh nghiệp (chẳng hạn: sự mất lòng tin của khách hàng).

Do vậy, mục tiêu của việc quản lý dự trữ về mặt kinh tế là làm thế nào để tối thiểu hoá các khoản chi phí này (thông qua công tác định mức và công tác theo dõi - điều chỉnh dự trữ).

5.5. Theo dõi và điều chỉnh dự trữ

Tính quy luật của dự trữ hàng hoá là cùng với sự phát triển của sản xuất và khoa học công nghệ, dự trữ tuyệt đối không ngừng được tăng lên và mức dự trữ tương đối có xu hướng giảm xuống. Nguyên nhân của việc tăng dự trữ

tối đa chính là tổng của dự trữ thường xuyên, dự trữ bảo hiểm và dự trữ chuẩn bị còn dự trữ tối thiểu là tổng dự trữ chuẩn bị và dự trữ bảo hiểm. Người ta lấy mức dự trữ tối đa và dự trữ tối thiểu so sánh với thực tế tồn kho để có các biện pháp điều chỉnh dự trữ hàng hoá.

Trong điều kiện sản xuất sử dụng một khối lượng lớn vật tư và công tác tiếp nhận, đưa vật tư vào sản xuất mang tính chu kỳ thì việc kiểm tra hàng ngày tình hình dự trữ là một công việc rất khó. Hơn nữa, không phải lúc nào cũng cần phải tiến hành kiểm tra. Do đó, dựa vào tính thường xuyên trong sử dụng từng loại vật tư mà người ta áp dụng hệ thống ABC, theo đó tất cả các loại vật tư được chia ra thành 3 nhóm.

A- Được sử dụng đều đặn với khối lượng lớn;

B- Được sử dụng không đều đặn với khối lượng nhỏ;

C- Sử dụng không theo hệ thống với lượng tiêu dùng rất nhỏ.

Với mỗi nhóm vật tư trên, người ta áp dụng các phương pháp thu thập thông tin dự trữ và có các giải pháp quản lý phù hợp cho từng loại vật tư hàng hoá. Với nhóm A áp dụng phương pháp liên tục điều chỉnh đại lượng dự trữ; Nhóm B, C áp dụng phương pháp định kỳ để điều chỉnh đại lượng dự trữ. Hiện nay, cần phải sử dụng rộng rãi và có hiệu quả các phương pháp hiện đại, kỹ thuật công nghệ thông tin để kiểm tra và quản lý dự trữ hàng hoá ở doanh nghiệp.

- *Phương pháp theo dõi và điều chỉnh liên tục.*

Người ta tiến hành theo dõi sự biến động của vật tư

một cách liên tục. Khi mức dự trữ thực tế đúng = mức dự trữ tối thiểu + nhu cầu vật tư trong thời gian đặt hàng thì người ta tiến hành đặt hàng với số lượng đúng bằng mức dự trữ thường xuyên.

- *Phương pháp theo dõi và điều chỉnh định kỳ.*

Định kỳ người ta tiến hành kiểm tra và đặt hàng. Thời điểm đặt hàng được xác định theo lịch trình. Số lượng đặt hàng = (mức dự trữ tối đa) - (mức tiêu dùng vật tư bình quân ngày đêm)*(thời gian đặt hàng).

5.6. Câu hỏi ôn tập và thảo luận

1. Cơ sở khoa học của việc hình thành dữ trữ
2. Các chỉ tiêu quản trị dữ trữ
3. Dự trữ sản xuất và phương pháp định mức
4. Các phương pháp kiểm tra và điều chỉnh dự trữ

Chương 6

QUẢN TRỊ KHO HÀNG HÓA

Phạm vi chương

Quản trị kho hàng hóa là nội dung quan trọng trong quản trị Logistics ở các doanh nghiệp. Đối với các doanh nghiệp, dịch vụ kho hàng hóa có vai trò quan trọng trong việc duy trì và làm tăng thêm giá trị của hàng hóa, là dịch vụ có giá trị gia tăng cao trong hoạt động Logistics. Trong chương này tập trung làm rõ các loại hình kho hàng hóa và vai trò của nó đối với kinh doanh dịch vụ Logistics; Các loại dịch vụ kho hàng và các chỉ tiêu đánh giá hoạt động...

6.1. Khái niệm và vai trò của kho hàng hóa

6.1.1. Khái niệm kho hàng

Kho hàng hóa xét góc độ kỹ thuật là các công trình, vật kiến trúc dùng để chứa đựng sản phẩm bán thành phẩm nguyên liệu trong quá trình chúng lưu chuyển (vận động) từ điểm đầu đến điểm cuối cùng của chuỗi cung ứng, bao gồm các nhà kho, bãi chứa hàng...

Theo góc độ này nhà quản trị cần quan tâm đến địa điểm xây dựng kho bãi, thiết kế kỹ thuật, trang thiết bị cần thiết kế cho lưu giữ, bảo quản sản phẩm trong quá trình ngưng đọng tạm thời của chúng.

Xét theo gốc độ kinh tế - xã hội, kho được hiểu như một đơn vị kinh tế có chức năng tiếp nhận, lưu giữ, bảo quản, xuất cung ứng các sản phẩm cho các nhu cầu các cá nhân tổ chức với hiệu quả cao.

Nghiên cứu kho dưới góc độ này, nhà quản trị cần lưu tâm đến các khía cạnh chủ yếu về quy mô, tổ chức,quản lý các hoạt động kho trong mối tương quan với hoạt động của nhà cung ứng (nguồn), đơn vị giao nhận vận tải, người (tổ chức) tiêu dùng, tiêu thụ và các tổ chức khác trong chuỗi giá trị của sản phẩm.

6.1.2. Vai trò của kho

- Giúp các tổ chức tiết kiệm được chi phí vận tải: nhờ có kho các tổ chức có thể gom nhiều lô hàng nhỏ thành một lô hàng lớn để vận chuyển một lần, tối ưu hóa mạng lưới kho, do đó tiết kiệm được chi phí vận tải;

- Tiết kiệm chi phí trong sản xuất: Nhờ bảo quản tốt nguyên vật liệu, bán thành phẩm, thành phẩm, giảm bớt hao hụt, mất mát, hư hỏng, cung cấp nguyên vật liệu đúng lúc, tạo điều kiện cho sản xuất tiến hành liên tục, nhịp nhàng... giảm được chi phí sản xuất;

- Giúp duy trì nguồn cung ứng ổn định

- Hỗ trợ cho chính sách dịch vụ khách hàng của tổ chức

- Giúp tổ chức có thể đương đầu với những thay đổi của thị trường (do khắc phục tính thời vụ, nhu cầu thay đổi, cạnh tranh...)

- Những khác biệt về không gian và thời gian giữa người sản xuất và người tiêu dùng.

- Giúp thỏa mãn được nhu cầu của khách hàng với chi phí Logistics thấp nhất

- Hỗ trợ cho các chương trình JIT (just - In - Time) của các nhà cung cấp và khách hàng

Kho là còn nơi tập hợp, lưu trữ các phế liệu, phế phẩm, các bộ phận, sản phẩm thừa....trên cơ sở đó tiến hành phân loại, xử lý, tái chế. Kho là một bộ phận quan trọng giúp hoạt động "Logistics ngược" thực hiện thành công.

6.2. Chức năng kho và các loại nhà kho

6.2.1. Chức năng của kho bãi

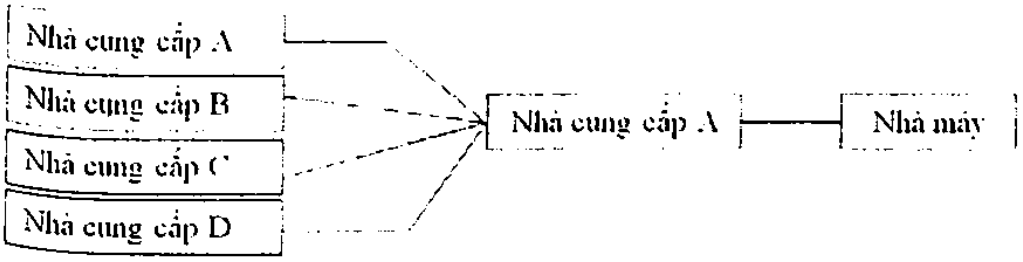
Hệ thống kho của doanh nghiệp có thể phân thành 2 loại:

- Kho nguyên, nhiên vật liệu, phụ tùng... để cung ứng các yếu tố đầu vào cho sản xuất

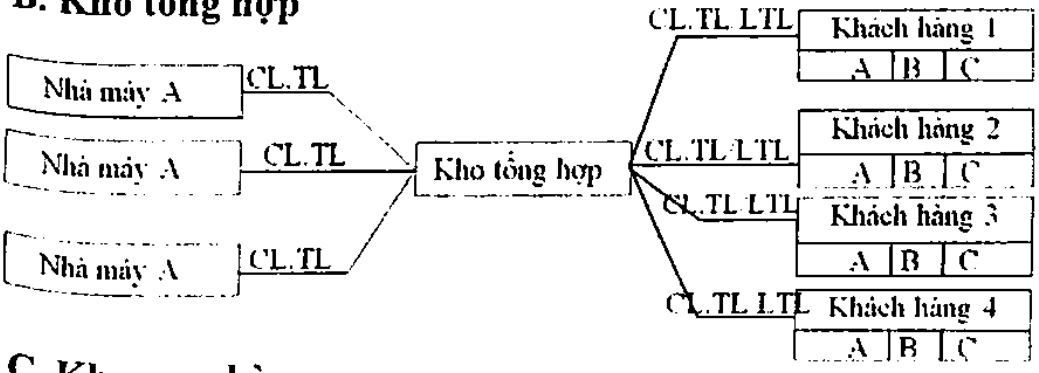
- Kho thành phẩm, giúp tổ chức tiến hành phân phối, giải quyết đầu ra. Hình 6.1 sẽ cho thấy một số chức năng quan trọng của kho trong cả hai hệ thống nêu trên. Kho được sử dụng để phục vụ cho sản xuất (trường hợp A, hình 6.1) kho kết hợp, ghép đồng bộ cho các sản phẩm được sản xuất từ những nhà máy khác nhau, thành các lô hàng theo yêu cầu của từng khách hàng để giao cho khách (trường hợp B, hình 6.1). Để gom nhiều lô hàng nhỏ thành một lô hàng lớn (trường hợp C, hình 6.1) hay tách một lô hàng lớn thành nhiều lô hàng nhỏ (trường hợp D, hình 6.1) để phục vụ cho nhu cầu của khách hàng

Nhà kho ngày càng được sử dụng như một nơi "trung chuyển" hơn là một nơi "giam hàng" như trước đây. Các tổ chức ngày càng tích cực thu thập, cập nhật thông tin, tổ chức 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.

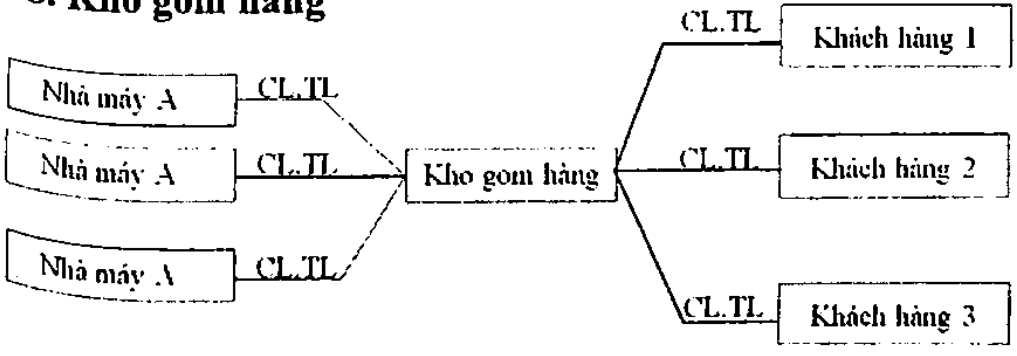
A. Nhà cung cấp A



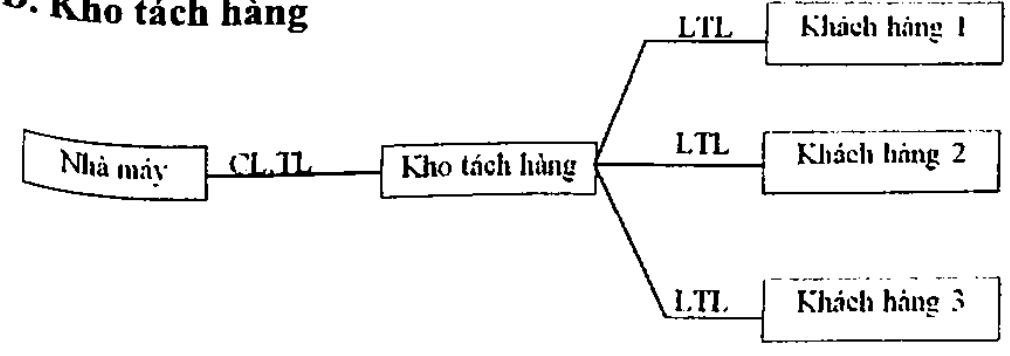
B. Kho tổng hợp



C. Kho gom hàng



D. Kho tách hàng



Hình 6.1. Sử dụng nhà kho để cung ứng và phối hàng hóa

Các hệ thống kho kéo và kho đẩy (Pull and Push systems in warehousing): hệ thống kho đẩy được sử dụng trong phương thúc phân phối truyền thống. Khi đó, kế hoạch sản xuất phụ thuộc vào nhiệm vụ được giao và năng lực của nhà máy và sản phẩm làm ra với hy vọng là bán được. Khi tốc độ tăng của sản xuất vượt quá tốc độ tăng của việc tiêu thụ hàng hóa, một lượng hàng thừa xuất hiện và sẽ được tồn trữ trong kho. Nếu việc bán hàng không thể tăng hơn được, nhà máy sẽ phải giảm công xuất, thu hẹp sản xuất cho đến khi cung bằng cầu. Trong hệ thống này, hệ thống kéo được thiết lập dựa trên cơ sở thông tin về cung cầu, được cập nhật đầy đủ, kịp thời, chính xác, kho không còn là vị trí chỉ để cất trữ hàng hóa, mà dần trở thành một trung tâm trung chuyển hàng hóa, nhằm phục vụ tốt hơn nhu cầu của khách.

6.2.2. Các loại kho

Trong xã hội sự tồn tại của kho là một tất yếu khách quan, nhưng trong một doanh nghiệp thì không nhất thiết phải xây dựng một hệ thống kho riêng của mình. Vì có nhiều loại kho nên khi có nhu cầu có thể lựa chọn, sử dụng loại kho nào mang lại hiệu quả kinh tế cao nhất. Sau đây là một số loại kho phổ biến hiện nay.

1. Kho đa năng

Kho đa năng phân loại tổng hợp, hoàn thiện hàng hóa để phục vụ cho người tiêu dùng. Kho đa năng có những chức năng cơ bản giống như một "trung tâm phân phối tổng hợp". Sản phẩm sẽ được chuyển từ nơi sản xuất đến kho đa năng 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 gửi đi cho khách. Do đã được chuẩn bị đầy đủ, nên khi chở đến nơi hàng sẽ được đưa vào sử dụng ngay mà không cần qua kho nữa

Kho đa năng rất phát triển và phục vụ đắc lực cho hệ thống siêu thị và các nhà bán lẻ. Hàng hóa được chở đến kho đa năng, tại đây được phân loại chuẩn bị (ví dụ: treo lên mắc, 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 có thể tự tổ chức tại kho của mình, đi thuê kho, thuê chung kho hay thuê các doanh nghiệp Logistics.

2. Kho thuê theo hợp đồng

Hợp đồng thuê kho là sự thỏa thuận giữa 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 theo 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.

3. Các loại kho công cộng

Có nhiều loại kho công cộng như: kho hàng tổng hợp, kho đông lạnh, hải quan, kho gửi hàng cá nhân, kho đặc biệt, kho hàng rời, kho hàng lỏng.

4. Kho bảo thuế

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

5. Kho ngoại quan

Là kho lưu trữ hàng hóa sau đây:

a. Hàng hóa đã làm thủ tục hải quan được gửi để chờ xuất khẩu.

b. 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. 3. Tổ chức quản lý kho và các chỉ tiêu về hoạt động kinh doanh kho hàng

6.3.1. Tổ chức bộ máy quản lý kho hàng

Tổ chức bộ máy quản lý kho hàng hóa phụ thuộc vào quy mô, khối lượng và danh điểm hàng hóa lưu chuyển qua kho, tính chất phức tạp của quy trình nghiệp vụ kho, quy mô nhà kho và sự phân bố các kho trong phạm vi của một doanh nghiệp sản xuất kinh doanh, doanh nghiệp thương mại (Logistics) hoặc doanh nghiệp kho hàng độc lập.

1. Tổ chức bộ máy quản lý kho ở doanh nghiệp sản xuất

Ở các doanh nghiệp công nghiệp, thực hiện chức năng bảo đảm vật tư - kỹ thuật cho sản xuất (thương mại đầu vào) và tiêu thụ thành phẩm (thương mại đầu ra) của xí nghiệp do phòng cung tiêu phụ trách. Tùy theo quy mô của xí nghiệp lớn hay nhỏ, phòng cung tiêu có thể là một phòng hay tách thành hai: phòng cung ứng vật tư và phòng tiêu thụ.

Thông thường các kho nguyên, nhiên, vật liệu dùng

cho sản xuất của doanh nghiệp trực thuộc phòng cung ứng vật tư và các kho thành phẩm trực thuộc phòng tiêu thụ. Tùy theo quy mô của kho trong doanh nghiệp, kho được tổ chức thành một bộ phận riêng: Tổng kho, bộ phận quản lý kho hay các kho trực thuộc trưởng phòng cung tiêu.

Ngoài hệ thống kho của phòng Logistics ở doanh nghiệp còn có các kho trực thuộc phân xưởng, các phòng, ban khác. Đó là các kho nguyên vật liệu chuyên dùng của phân xưởng, kho bán thành phẩm. Các kho dụng cụ, phụ tùng của phòng, ban khác như cơ điện, vận tải, điều độ...

2. Tổ chức bộ máy quản lý kho ở các doanh nghiệp thương mại

Doanh nghiệp kinh doanh thương mại có phạm vi hoạt động rộng, thường có nhiều chi nhánh, mạng lưới cửa hàng, quầy hàng trực thuộc. Doanh nghiệp thương mại thường tổ chức phòng quản lý kho hoặc phòng kho - vận để giúp lãnh đạo chỉ đạo công tác quản lý kho hàng. Doanh nghiệp tổ chức những tổng kho ở những nơi dự trữ bảo quản hàng hóa tập trung hoặc những cụm kho, điểm kho ở những nơi thuận tiện cho việc nhập, xuất, trung chuyển hàng hóa và dự trữ hàng hóa thường là tập trung khi ở các trung tâm logisitcs Ngoài những kho trực thuộc doanh nghiệp thương mại (tổng công ty, công ty) còn có các kho trực thuộc cửa hàng, quầy hàng.

3. Tổ chức doanh nghiệp kho hàng hoạt động độc lập

Doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ kho hàng độc lập như Tổng kho hàng, công ty kho hàng, tổng công ty kho vận .... là những doanh nghiệp kinh doanh kho hàng hoạt động độc lập. Các doanh nghiệp kinh doanh kho hàng có

hệ thống kho hàng chuyên làm nhiệm vụ dự trữ, bảo quản hàng hóa cho khách hàng có nhu cầu. Việc tập trung chức năng nhập, xuất, dự trữ và bảo quản hàng hóa cho các doanh nghiệp kho hàng hoạt động độc lập, làm dịch vụ kho hàng, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp hoạt động sản xuất và kinh doanh có thể gửi hàng mà không cần phải xây dựng kho, bãi vả tổ chức bộ máy quản lý, tạo điều kiện mở rộng được hoạt động kinh doanh và giảm các chi phí hoạt động nghiệp vụ kho hàng.

Dù kho hàng tổ chức theo loại hình nào (phụ thuộc hay độc lập) thì ở mỗi kho cũng phải có người phụ trách. Đó là thủ kho. Ở những kho nhỏ, có thể chỉ có thủ kho, ở những kho lớn, ngoài thủ kho có thể có phụ kho, có nhân viên kho làm việc theo ca và các nhóm công nhân viên khác như: vận chuyển, bảo quản hàng hóa, cán bộ kỹ thuật, kế toán kho hàng v.v...

6.3.2. Kế hoạch hoạt động kho hàng

1. Sự cần thiết của kế hoạch hóa nghiệp vụ kho

Kế hoạch hóa nghiệp vụ kho là một khâu công tác quan trọng của quản trị kho hàng. Nói đến kế hoạch hóa là nói đến cả quá trình từ khâu lập kê hoạch đến khâu tổ chức thực hiện kế hoạch.

Kho hàng hóa dù là của một đơn vị kinh tế độc lập hay một bộ phận phụ thuộc vảo sản xuất hoặc lưu thông thì hoạt động của kho cũng phải đạt mục tiêu của mình và kho phải hoạt động hòa nhịp với sản xuất và lưu thông. Kho hàng hóa hoạt động có kế hoạch sẽ chủ động phục vụ tốt sản xuất và lưu thông hàng hóa, sẽ khắc phục được tình trạng bị động, khi thì nhập, xuất dồn dập, khi thì không có

việc; đồng thời hoạt động của kho nhịp nhàng, ăn khớp với hoạt động sản xuất và kinh doanh. Kế hoạch hóa hoạt động nghiệp vụ kho sẽ bảo đảm cho hoạt động của kho thực sự có hiệu quả kinh tế.

Việc lập kế hoạch nghiệp vụ kho có thể do ban kế hoạch của công ty kho, hoặc tổng công ty kho vận lập, cũng có thể do phòng kinh doanh (hoặc kho vận) của doanh nghiệp thương mại (Logistics) lập, hoặc do phòng cung tiêu của doanh nghiệp lập tùy thuộc vào sản xuất kinh doanh.

2. Căn cứ và nội dung của kế hoạch nghiệp vụ kho

Chỉ tiêu kế hoạch mua bán hàng hóa qua kho của doanh nghiệp thương mại hoặc doanh nghiệp sản xuất mà kho phụ thuộc.

Các hợp đồng đã ký kết với đơn vị nguồn hàng, với các khách hàng, kể cả hợp đồng thuê bảo quản, thuê kho.

Các tiêu chuẩn kỹ thuật bảo quản, các định mức về công tác kho (xuất, nhập, bảo quản) đã được quy định.

Điều kiện cơ sở - vật chất - kỹ thuật hiện có và khả năng phát triển trong kỳ kế hoạch.

Dựa trên phân tích kết quả hoạt động của kỳ trước và kỳ báo cáo, cũng như dự báo sự phát triển của kỳ kế hoạch. Khi lập kế hoạch nghiệp vụ kho cần tranh thủ sự tham gia của các thủ kho, các cán bộ, công nhân viên công tác kho về các chỉ tiêu và biện pháp thực hiện các chỉ tiêu đó.

Nội dung cơ bản của kế hoạch nghiệp vụ kho, nói chung có 3 loại chỉ tiêu chính là: Các chỉ tiêu về nghiệp vụ kho theo

danh điểm; các chỉ tiêu về lao động trong kỳ và các chỉ tiêu về chi phí kho để thực hiện các hoạt động. Các chỉ tiêu nói trên được lập chung cho toàn đơn vị kho và có thể lập cho từng cụm kho, điểm kho hoặc từng nhà kho cụ thể.

3. Tổ chức thực hiện kế hoạch nghiệp vụ kho

Kế hoạch nghiệp vụ kho khi đã được lập, cũng phải được cấp đó thẩm quyền thông qua và khi đã được thông qua nó trở thành kế hoạch chính thức, là cơ sở để cán bộ quản lý kho điều hành các hoạt động của kho.

Các chỉ tiêu của kế hoạch nghiệp vụ kho được lập ra cho một khoảng thời gian nhất định. Điều căn bản là, các chỉ tiêu đó cần phải cụ thể hóa thành các nhiệm vụ trong từng thời gian (quý, tháng, tuần) và cho từng kho ở từng kho (tổ, đội, ngăn, gian hàng) phải thực hiện các nhiệm vụ cụ thể trong các hoạt động hàng ngày nhằm thực hiện tốt các chỉ tiêu, các định mức đã đề ra.

Khi tổ chức thực hiện kế hoạch nghiệp vụ kho, hàng ngày nên bố trí một số phương án, phương án được phổ biến hoặc thông báo trên bảng trước cửa kho để mọi người có thể trông thấy có thể chia thành các phương án như phương án 1, phương án 2, phương án 3. Trong đó, phương án chính là phương án 1, các phương án còn lại là phương án dự phòng. Khi các điều kiện thực hiện phương án chính thức không có thể đạt được thì chuyển sang thực hiện phương án tiếp theo.

Trong quá trình thực hiện kế hoạch nghiệp vụ kho cần phải chú trọng đặc biệt khâu kiểm tra kết quả thực hiện các chỉ tiêu về số lượng và chất lượng, cần có sự thông báo kết quả cho các bộ phận công tác kịp thời và nêu những kinh

nghiệm tiên tiến, rút kinh nghiệm những việc chưa làm được để giúp các bộ phận hoàn thành tốt các nhiệm vụ đã được đặt ra.

6.3.3. Chế độ sổ sách kho hàng hóa

Quản lý kho vật tư hàng hóa với hàng trăm hàng ngàn danh điểm mặt hàng, ký mã hiệu mặt hàng và tên gọi khác nhau, với các nguồn nhập và nơi xuất khác nhau, lại luôn luôn biến động về số lượng và chất lượng qua mỗi lần nhập, xuất; để giúp cho thủ kho nắm vững lực lượng vật tư hàng hóa cần phải có sổ sách ở kho.

Sổ sách của kho sẽ giúp cho thủ kho nắm được đầy đủ, chính xác tình hình lưu chuyển vật tư hàng hóa qua kho về số lượng, chất lượng, nguồn nhập, thời gian nhập, thời gian dự trữ ở kho v.v...

Theo dõi động thái của các hoạt động nghiệp vụ kho được chính xác, đầy đủ, toàn diện và kịp thời. Nhờ có sổ sách, thủ kho tổng hợp được tình hình nhập, xuất vật tư hàng hóa trong từng thời gian (ngày, tuần, tháng, quý...) của từng đối tượng, từng nhóm mặt hàng mà kho đã thực hiện.

Giúp cho thủ kho theo dõi đầy đủ, cụ thể, chính xác các hoạt động nghiệp vụ. Ngăn ngừa được các hiện tượng nhầm lẫn, mất mát, dễ dàng tra cứu, tìm kiếm khi xảy ra tình trạng thừa thiếu, ngăn chặn được hiện tượng tham ô trong quản trị kho.

Giúp thủ kho cung cấp những số liệu vả thông tin một cách nhanh chóng, chính xác cho cấp quản lý và cho các bộ phận có liên quan đến kho như bộ phận cấp phát; bộ phận thu mua, bộ phận sử dụng v.v...

Sổ sách của kho hàng hóa để ghi chép từng loại nghiệp vụ kinh tế. Căn cứ để ghi chép sổ sách là các chứng từ, Chứng từ khác với sổ sách. Chứng từ ghi chép hiện tượng kinh tế phát sinh từng lần một. Sau khi thực hiện xuất, nhập, dựa vào chứng từ để ghi chép sổ sách. Vì vậy, giữa chứng từ và sổ sách có liên quan chặt chẽ với nhau. Thủ kho phải ghi chép vào chứng từ. Dựa vào chứng từ để ghi chép vào sổ sách của kho.

Chế độ sổ sách của kho là sự quy định thống nhất việc ghi chép, theo dõi các nghiệp vụ kinh tế bằng các loại so sách nhất định, do cấp có thẩm quyền ban hành các loại sổ sách và cách ghi chép. Tuy nhiên, do yêu cầu thực tiễn của công tác quản lý kho, mỗi bộ, địa phương và đơn vị thực hiện đều tự quy định các loại sổ sách của kho và cách ghi chép để thực hiện trong các kho của mình quản lý. Do đó, có tình trạng mỗi kho có loại sổ sách khác nhau về cả kích thước, tiêu thức ghi và cách ghi. Yêu cầu sổ sách ghi chép của kho là:

- Phải phản ánh đúng đắn, chính xác và toàn diện các nghiệp vụ phát sinh ở kho, cũng như động thái của nó.

- Phù hợp với danh điểm mặt hàng ở trong kho và phải đơn giản, rõ ràng, mạch lạc và thuận tiện cho việc ghi chép nghiệp vụ.

- Bảo đảm tính cụ thể về thời gian, địa điểm, số liệu và phải quy định rõ trách nhiệm thực hiện, như người ghi, người có trách nhiệm giám sát, thẩm tra, duyệt quyết toán sổ sách,

- Thuận lợi cho việc tổng hợp số liệu.

6.4. Chế độ trách nhiệm vật chất đối với cán bộ kho

Cán bộ công nhân công tác kho là người được phân công và giao nhiệm vụ quản lý khối lượng của cải vật chất to lớn trong kho và phải có trách nhiệm bảo vệ, giữ gìn chúng. Để bảo vệ và giữ gìn toàn vẹn tài sản vật chất của các tổ chức, cán bộ công nhân công tác kho phải thực hiện đúng chức trách nhiệm vụ được giao, phải đấu tranh với mọi hiện tượng vi phạm kỷ luật lao động, vô trách nhiệm làm thiệt hại đến tài sản của doanh nghiệp

Chế độ trách nhiệm vật chất và thực hiện chế độ trách nhiệm vật chất đối với cán bộ công nhân công tác kho chính là nhằm nâng cao ý thức trách nhiệm bảo vệ tài sản được quản lý, là thực hiện các nguyên tắc quản lý kinh tế và chống lại mọi hiện tượng làm hư hại thất thoát tài sản của các tổ chức.

Tinh thần cơ bản của chế độ trách nhiệm vật chất là đề cao trách nhiệm quản lý và bảo vệ tài sản của khách hàng, đồng thời hết sức coi trọng chính sách đối với người lao động. Trên cơ sở tăng cường tuyền truyền giáo dục làm cho mỗi cán bộ công nhân hiểu rõ chức trách, nhiệm vụ, từ đó đề cao trách nhiệm, ý thức tự giác và kiện toàn chế độ quản lý. Một mặt, phải kịp thời biểu dương, khen thưởng tinh thần và vật chất những đơn vị và cá nhân có thành tích quản lý, bảo vệ tốt tài sản. Mặt khác, phải quy định rõ trách nhiệm vật chất của công nhân viên chức, tức là trách nhiệm bồi thường trong trường hợp xảy ra hư hỏng, mất mát tài sản, làm cho người lao động quan tâm một cách thiết thực đến việc quản lý, bảo vệ tài sản của doanh nghiệp trong mọi trường hợp.

Điều kiện để thực hiện chế độ trách nhiệm vật chất

Phải có chế độ quy định rõ chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và trách nhiệm của cả đơn vị kho, của từng thủ kho và các bộ phận (tổ, đội, ca) làm việc trong kho và các khâu công tác kho (quản lý, bảo vệ, nghiệp vụ, kỹ thuật). Bản quy định này thường là điều lệ tổ chức có quy định rõ mỗi bộ phận, mỗi khâu giải quyết các công việc đến đâu và mối quan hệ với các khâu khác, tránh trường hợp xảy ra, không quy rõ được trách nhiệm.

Mỗi bộ phận, mỗi tổ chức phải có nội quy, quy ước thực hiện nhiệm vụ cấp trên giao và phải được phổ biến công khai đến tận mỗi cán bộ, công nhân. Cán bộ công nhân viên được giao nhiệm vụ công tác phải được học trang bị kiến thức về kinh tế, kỹ thuật, nghiệp vụ tương ứng và phải trang bị đủ các điều kiện vật chất cần thiết để họ tiến hành nhiệm vụ được thuận lợi.

Việc bảo vệ nguyên vẹn tài sản của kho thường là do nhiều tổ chức cùng có trách nhiệm

6.5. Công tác kiểm tra, kiểm kê kho

6.5.1. Ý nghĩa của công tác kiểm tra, kiểm kê kho

Kiểm tra là một chức năng quan trọng của quản trị, kiểm tra, kiểm kê thực hiện đúng đắn, nghiêm túc và thường xuyên theo chế độ có ý nghĩa rất lớn.

- Nắm được chính xác tình hình ở kho số lượng, chất lượng hàng hóa, nhập, xuất và tồn kho. Nắm vững tình hình hàng hóa ở kho, đặc biệt hàng hóa tồn kho, sẽ giúp cho công tác kế hoạch hóa nhu cầu được đúng đắn và chính xác; Đồng thời thực hiện các nghiệp vụ xuất điều

động hàng hóa chính xác, kịp thời, đồng bộ.

- Phát hiện ra những hiện tượng: chênh lệch giữa sổ sách và thực tế, những hiện tượng thiếu/thừa, nhầm lẫn, mất mát không hợp lý để có biện pháp tương ứng khắc phục kịp thời.

- Thấy rõ mặt mạnh, mặt yếu của công tác quản lý kho. Trên cơ sở đó có các biện pháp thích hợp để nâng cao ý thức trách nhiệm; tinh thần làm việc nâng cao trình độ quản lý của các bộ phận có liên quan ...

- Củng cố và tăng cường chế độ hạch toán ở kho, chế độ quản lý kỹ thuật bảo quản kho... Góp phần nâng cao chế độ quản lý kho, quản lý kinh tế ở các cơ quan quản lý cấp trên của kho.

6.5. 2. *Nội dung và hình thức kiểm tra, kiểm kê kho*

1. Nội dung của công tác kiểm tra, kiểm kê.

Kiểm tra tình hình tổ chức quản lý kho về mặt chấp hành các chính sách, chế độ quy định.

Kiểm tra tình hình xuất, nhập, bảo vệ và bảo quản hàng hóa ở kho về số lượng, chất lượng và tình hlnh hoạt động dịch vụ phục vụ khách hàng.

Kiểm tra tình hình sử đụng các tài sản cố định, tình hình sử dụng nguyên nhiên vật liệu, bao bì, tình hình chấp hành kỷ luật lao động; tình hình chấp hành chề độ chi tiêu.

Công tác kiểm kê ở kho thường hiểu là xác định số lượng và chất lượng vật tư hàng hóa tồn kho tại thời điểm kiểm kê. Công tác kiểm tra cũng thường đi liền với

công tác kiểm kê. Tuy nhiên cũng có thể tiến hành hai công tác này độc lập đối với nhau.

2. Các hình thức kiểm tra, kiểm kê

- Kiểm tra kiểm kê thường xuyên là hình thức tự kiểm tra hàng ngày tình hình xuất, nhập, bảo quản dự trữ hàng hóa trong kho, tình hình tổ chức lao động; Tình hình quản lý và sử dụng các trang thiết bị kho nhằm nhanh chóng phát hiện các mặt tồn tại, hoặc nhanh chóng thu thập tình hình kết quả hoạt động trong ngày, để tìm các nguyên nhân ảnh hưởng, có biện pháp khắc phục kịp thời.

- Kiểm tra kiểm kê định kỳ là hình thức kiểm tra được tiến hành sau một khoảng thời gian nhất định (tuần, tháng, quý, nửa năm, kết thúc năm).

- Kiểm tra kiểm kê bất thường là hình thức kiểm tra đột xuất không quy định trước ngày tháng và đối tượng kiểm tra (trường hợp nghi vấn tham ô, trường hợp kho bị mất hoặc bị thiên tai bão lụt, hỏa hoạn... thay đổi thủ kho, phụ kho. Kiểm tra kiểm kê bất thường có thể do đơn vị hoặc cấp trên thực hiện có sự phối hợp với bộ phận quản lý kho.

- Kiểm tra kiểm kê một mặt hoặc một bộ phận là hình thức kiểm tra đã được giới hạn trước phạm vi một mặt công tác nào đấy hoặc một bộ phận nào đấy cần thiết phải kiểm tra.

- Tổng kiểm tra kiểm kê là hình thức kiểm tra, kiểm kê toàn diện các mặt công tác hoặc kiểm tra toàn bộ các bộ phận thuộc kho quản lý. Phạm vi của tổng kiểm tra, kiểm kê thường rộng lớn và thường bao hàm các bộ phận thuộc một tổ chức. Tuy nhiên mỗi cuộc tổng kiểm tra đều phải

xác định rõ phạm vi và mức độ khi tiến hành tổng kiểm tra, kiểm kê.

6.6. Các chỉ tiêu đánh giá hoạt động kinh doanh kho hàng

Các chỉ tiêu kinh tế - kỹ thuật - là những chỉ tiêu phản ảnh một đối tượng hay nhóm các đối tượng, cấu trúc, thiết bị, hiện tượng hay một hoạt động từ các khía cạnh kinh tế và kỹ thuật. Các chỉ tiêu kinh tế kỹ thuật kho hàng thường được chia làm các nhóm: *các chỉ tiêu chung* hay *chỉ tiêu khối lượng*, *các chỉ tiêu chất lượng* hoặc các *chỉ tiêu về tỷ trọng và các chỉ tiêu tương đối.*

* *Các chỉ tiêu chung gồm có:* Khối lượng hàng lưu chuyển chung và lưu chuyển của mỗi mặt hàng, khả năng hàng thông qua kho (khả năng lưu thông) hoặc công suất kho và dung tích kho, cụm kho; trình độ trang bị các phương tiện ở kho…

* *Các chỉ tiêu chất lượng* phản ảnh tình hình sử dụng các phương tiện kỹ thuật thể hiện chi phí hay lao động trên một đơn vị vốn cố định, vốn lưu động, khối lượng hàng lưu chuyển hay khối lượng công việc thực hiện. Các chỉ tiêu chất lượng có thể là những chỉ tiêu được xác định bằng cách lấy các chỉ tiêu chung so sánh với các chỉ tiêu khác (Ví dụ: tổng hàng hóa lưu chuyển / tổng diện tích kho cho ta mức lưu chuyển tính cho 1m^2 diện tích kho).

* *Các chỉ tiêu tương đối phản ánh trình độ* cơ giới hóa các công việc xếp dỡ, hiệu quả sử dụng các thiết bị kho theo thời gian, công suất - mức độ chuyển giao hàng tập trung (tận nơi theo yêu cầu) cho khách hàng.

Các chỉ tiêu kinh tế kỹ thuật có thể được tính bằng đơn vị hiện vật, giá trị và hỗn hợp (Ví dụ, chi phí cho một tấn hàng lưu chuyển hay số m^2 diện tích kho tính trên một triệu đồng hàng lưu chuyển qua kho. Chỉ tiêu giá trị có thể là các chỉ tiêu chung và chỉ tiêu tỷ trọng tổng chi phí đầu tư, trị giá $1m^2$ diện tích...

Các chỉ tiêu kinh tế - kỹ thuật định rõ đặc tính kinh tế kho ở cả giai đoạn thiết kế, xây dựng và khai thác sử dụng kho.

(1) Chỉ tiêu chu chuyển hàng hóa của kho (năm) Đây là chỉ tiêu số lượng tính bằng lượng hàng hóa nhập, xuất, bảo quản ở kho trong một khoảng thời gian nhất định. Thực chất là khối lượng hàng hóa xuất kho trong năm. Nó phụ thuộc vào lượng hàng nhập kho. Ngoài ra, cần phân biệt thêm chỉ tiêu chu chuyển nội bộ. Chỉ tiêu chu chuyển nội bộ (Q_B) phụ thuộc vào hệ số gia công hàng ở kho và được xác định.

$$Q_B = Q_o . K$$

Ở đây: Q_o - Khối lượng hàng chu chuyển của kho; K - Hệ số gia công chế biến hàng ở kho

Trong hoạt động Logistics, chu chuyển chung và chu chuyển hàng của kho (qua kho) thường được gọi là chỉ tiêu lưu chuyển hàng hóa được tính bằng giá trị.

(2) Chỉ tiêu khối lượng hàng dự trữ của kho: Để bảo đảm nhu cầu cho sản xuất kinh doanh được tiến hành liên tục, không bị gián đoạn, ngoài chỉ tiêu chu chuyển hàng hóa trong năm cần tính *chỉ tiêu lượng hàng dự trữ.*

Khối lượng hàng dự trữ ở kho luôn ở trạng thái động

và luôn thay đổi. Tăng hoặc giảm lượng dự trữ phụ thuộc vào khối lượng nhập hoặc xuất hàng. Chỉ tiêu này được tính cả hiện vật và giá trị cũng như số ngày tiêu dùng hay thời hạn bảo quản bình quân ở kho. Lượng hàng dự trữ có thể: *tối thiểu, trung bình và tối đa.*

$$DT_{bq} = \frac{0,5DT_1 + DT_2 + DT_3 + ... + 0,5.DT_m}{m-1}$$

Ở đây: DT_1, DT_2...DT_m - Khối lượng hàng dự trữ tại các thời điểm kỳ báo cáo;

m - Số ngày kỳ báo cáo mà tại đó lấy các số liệu về dự trữ.

Khối lượng hàng dự trữ để tính dự trữ bình quân, thường lấy theo kỳ (quý, hay tháng).

Dự trữ theo ngày (m_{DT}) được xác định:

$$m_{DT} = \frac{Q_{dt}}{P}$$

Ở đây: m_{DT} - Mức dự trữ tính theo ngày; Qdt - Khối lượng hàng dự trữ; P - Lượng hàng tiêu dùng bình quân ngày đêm.

Nếu ở kho, cụm kho bảo quản nhiều mặt hàng thì để tính DTbq người ta sử dụng công thức:

$$DT_{bq} = \frac{1}{(m-1)n} \sum_{i=1}^{m} \sum_{i=1}^{n} DT_{1i}$$

Ở đây: n - Số lượng mặt hàng theo đó cần tính dự trữ; DT_{1i} - Dự trữ bình quân của từng loại sản phẩm cụ thể.

tải ôtô, đường sắt tiến hành đều đặn thì Kkđ thường nhỏ nhất, còn vận chuyển đường thuỷ do thời gian vận tải dài nên K_{kd} thường rất lớn; Sự thay đổi ca kíp làm việc của doanh nghiệp; Sự biến động về xuất thành phẩm ở các ca khác nhau; Số ngày nghỉ việc trong năm.

(5) Các chỉ tiêu đánh giá về sử dụng hợp lý kết cấu nhà kho

Về các chỉ tiêu này người ta thường sử dụng các hệ số sau: Hệ số (K_{dt}) sử dụng diện tích; Hệ số sử dụng dung tích nhà kho (K_{dt}); Tải trọng trên $1m^2$ diện tích nền kho (K_t).

- Hệ số sử dụng diện tích (K_{dt}):

$$K_{dt} = \frac{S_{bq}}{S_c}$$

Ở đây: S_{bq} - Số diện tích nhà kho có bảo quản hàng; Sc - Diện tích chung nhà kho bao gồm cả diện tích các đường đi/lối đi, diện tích tiếp nhận và giao hàng.

Kdt -> 1 thì càng sử dụng tốt và hiệu quả (đầy) diện tích kho và giá dịch vụ bảo quản càng rẻ.

- Hệ số sử dụng dung tích nhà kho (K_{dt}).

$$K_{KL} = \frac{V_{bq}}{V_c}$$

Ở đây: V_{bq} - Thể tích thực tế chứa hàng hóa bảo quản; V_c - Dung tích chung hay thể tích nhà kho theo thiết kế.

Hệ số K_{KL} càng cao thì bảo quản hàng ở kho càng tốt. dung tích kho sử dụng càng hiệu quả.

- Tải trọng trên 1m² diện tích nền kho (Kt):

$$K_t = \frac{Q}{S_c}$$

Ví dụ: Nếu thông qua kho với diện tích (Sc) là 2000 m^2 trong năm là 7500 tấn (Q) thì (Kt) sử dụng nhà kho sẽ là: $K_t = \frac{Q}{Sc} = \frac{7500}{2000} = 3,75\ T/m^2$

Trong quản lý và khai thác kho hàng cần chú ý các chỉ tiêu dung tích và công suất nhà kho

a. Dung tích nhà kho: Đây là chỉ tiêu nói lên khả năng bảo quản, chứa hàng theo m^3, tấn hoặc đơn vị cái, chiếc có tính đến đặc thù bảo quản của các loại hàng hóa.

Chỉ tiêu dung tích chung (V_C): Là khoảng không gian giữa diện tích nền kho và chiều cao theo thiết kế.

$Vc = S_c.H, (m^3)$

Ở đây: S_c - Diện tích chung nhà kho, m^2; H - Chiều cao nhà kho theo thiết kế, từ nền kho đến đỉnh mái.

Chỉ tiêu dung tích nhà kho có ích (V_H).

$V_H = S_H.h, (m^3)$

Ở đây: S_H - Diện tích có chứa hàng (có ích); h - Chiều cao chồng hàng bảo quản ở kho, m

Dung tích kho tính theo tấn được xác định:

$$E = S.\beta.\alpha \text{ (tấn)}$$

Ở đây: S- Diện tích nhà kho (tính theo chiều dài (l) và chiều rộng (b) lòng kho) m^2; β - Tải trọng hàng trên $1m^2$

diện tích nền kho (T/m^2); α - Hệ số sử dụng diện tích chung nhà kho.

Dung tích kho tính theo m^3 được xác định:

$$E = S.h.\alpha = \ell.b.\alpha, (m^3)$$

Ở đây: ℓ - Chiều dài nhà kho, m; b - Chiều rộng nhà kho, m; h - Chiều cao chất xếp hàng trên các giá, đống, m

b. Trong tính toán dung tích kho theo m^3 cần tính đến một bộ phận dung tích kho để các giá, kệ... Do vậy, cần phải xác định khối lượng (theo m^3) giá (tủ) cũng như *hệ số điều chỉnh sử dụng dung tích đó (Kdt).*

Khối lượng hàng chứa bằng dung tích giá trừ đi khoảng không gian cần thiết để chất xếp và lấy hàng từ các giá (tủ).

Ví dụ: - Chiều rộng đơn vị (giá, tủ): Chiều rộng của giá 1380mm, chiều rộng của đợt (ngăn tủ) 1200mm, mức chất hàng bình quân của đợt - 1100mm => K_1 = 1100:1380 = 0,80

- Chiều sâu đơn vị (giá, tủ): các số liệu tương ứng 850, 800 và 700 mm

$$K_2 = 700 : 850 = 0,83$$

- Chiều cao đơn vị (tủ, giá): Khoảng cách giữa các tâm:1000^{mm} trong đó khe hở trần, các ngăn (đợt) - 200mm.

$$K_3 = (1000 - 200): 1000 = 0,80$$

- Hệ số K_4 phản ánh mặt hàng không chất xếp đủ bao gói (khi xuất không phải toàn bộ lô hàng) được tính là 0,9.

Như vậy *hệ số điều chỉnh sẽ là:*

$$K = k_1.k_2.k_3.k_4 = 0,80 \times 0,83 \times 0,80 \times 0,90 = 0,51$$

Tính đến hệ số điều chỉnh cho thấy khả năng về mức độ sử dụng không gian chung về dung tích có các giá hàng, đống hàng, dung lượng kho theo thể tích được tính:

$$E = S.h.\alpha.k.m^3$$

So sánh dung tính chung của kho với dung tính sử dụng ta biết được mức độ sử dụng không gian nhà kho. Dung tích chung là khoảng không gian tối đa cho phép chất xếp hàng hóa, còn dung tích sử dụng là khoảng không gian thực tế chất xếp hàng hóa. Do đó hệ số sử dụng không gian nhà kho (I_1) được tính như sau:

$$I_1 = \frac{S.h.\alpha}{S.H} = \frac{h.\alpha}{H}$$

- Hệ số sử dụng không gian chứa hàng với các giá tủ và đống hàng có tính đến hệ số điều chỉnh K (I_2)

$$I_2 = \frac{S.h.\alpha.K}{S.H} = \frac{h.\alpha.K}{H}$$

- Chỉ tiêu tải trọng về dung lượng kho (e)

$$e = \frac{E}{V_c}(t) \text{ hay } e = \frac{E}{V_c}\left(m^3\right)$$

Trong các điều kiện khác nhau, tải trọng về dung lượng kho tỷ lệ thuận với chiều cao chất xếp hàng và hệ số sử dụng diện tích kho, dung tích các giá tủ để hàng, hay đống hàng.

(6) Chỉ tiêu đảm bảo giữ gìn toàn vẹn hàng hóa

Đảm bảo giữ gìn toàn vẹn hàng hóa ở kho thể hiện ở việc giảm hao hụt, mất mát về số lượng và chất lượng hàng bảo quản ở kho, kể cả trong khâu tiếp nhận, vận chuyển, xuất hàng cho khách... Trong phân tích hao hụt hàng ở kho cần thiết phải xác định được các nguyên nhân gây ra. Trước hết là những hao hụt trên định mức (hao hụt tự nhiên) thường do: Hao hụt do bao bì vỡ, xếp đặt không đúng quy định, vi phạm chế độ bảo quản hàng - nhiệt độ, độ ẩm...

Lượng hao hụt tự nhiên (y) được xác định:

$$y = \frac{(Q+O).t_{bq}.h}{T_{bq}}$$

Ở đây: Q - Lượng hàng hóa lưu chuyển trong kỳ báo cáo của kho; O - Lượng hàng tồn tại thời điểm tính; t_{bq} - Thời gian bảo quản bình quân hàng tính theo tháng; h - Tỷ lệ hao hụt tự nhiên (%) theo loại hàng hóa bảo quản; T_{bq} - Thời hạn bảo quản hàng theo đó hình thành (quy định) mức hao hụt tự nhiên.

Ở những kho, bảo quản tốt hàng hóa lượng hao hụt tự nhiên thường ở mức tối thiểu (y -> min).

(7) Chỉ tiêu sử dụng phương tiện vận tải, xếp dỡ hàng ở kho

- Hệ số sử dụng công suất của phương tiện vận tải, xếp dỡ (K_{cs})

$$K_{cs} = \frac{Q_{tt}}{Q_{T.K}}$$

Ở đây: Qtt - Trọng lượng thực tế hàng hóa được vận chuyển hay di chuyển; Q_{TK} - Trọng tải theo thiết kế của phương tiện vận tải, xếp dỡ.

- Hệ số sử dụng phương tiện vận tải, xếp dỡ theo thời gian (K_{TG}).

$$K_{TG} = \frac{T_{tt}}{T_{cđ}}$$

Ở đây: T_{tt} - Thời gian phương tiện thực tế hoạt động; $T_{cđ}$ - Thời gian phương tiện làm việc theo chế độ.

(8) Chỉ tiêu năng suất lao động kho tính theo ca (ngày) từng loại công việc (W_cC)

$$W_C = \frac{Q_c}{LD_c}$$

Ở đây: Q_c - Khối lượng hàng hóa được thực hiện trong ca (ngày) tính bằng tấn, m^3; LD_c - Số lượng lao động làm việc trong ca (ngày), người.

Đối với doanh nghiệp dịch vụ, người ta còn tính năng suất lao động theo doanh thu dịch vụ hoặc thu nhập dịch vụ thực hiện trong kỳ (quý, năm).

6.7. Câu hỏi ôn tập và thảo luận

1. Kho hàng trong hoạt động Logistics và các chức năng cơ bản
2. Phân loại kho hàng hóa
3. Tổ chức quản lý kho và dịch vụ kho
4. Công tác kiểm tra và kiểm kê kho hàng hóa
5. Hệ thống chỉ tiêu đánh giá hoạt động kinh doanh kho hàng hóa.

Chương 7

QUẢN TRỊ DỊCH VỤ GIAO NHẬN HÀNG HÓA

Phạm vi chương

Hoạt động giao nhận hàng hóa là một trong những hoạt động dịch vụ quan trọng trong quản trị Logistics. Đây là loại dịch vụ có giá trị gia tăng cao trong các hoạt động Logistics.Chương này tập trung vào các vấn đề về giao nhận hàng hóa và các dịch vụ giao nhận hàng hóa trong kinh doanh

7.1. Khái quát về giao nhận và người giao nhận

7.1.1. Khái niệm về giao nhận và người giao nhận

Đặc điểm của buôn bán quốc tế là người mua và người bán ở những nước khác nhau. Sau khi hợp đồng mau bán được ký kết người bán thực hiện việc giao hàng, tức là hàng hóa được vận chuyển từ người bán sang người mua. Để cho quá trình vận chuyển đó bắt đầu được, tức là hàng hóa đến tay người mua, cần phải thực hiện hàng loạt các công việc khác liên quan đến quá trình chuyên chở bao bì, đóng gói, lưu kho, đưa hàng ra cảng, làm các thủ tục gửi hàng, xếp hàng lên tàu, vận tàu hàng hóa đến cảng đích, dỡ hàng ra khỏi tàu và giao cho người nhận hàng... Những công việc đó được gọi là *giao nhận vận tải hàng hóa (hay còn gọi tắt là giao nhận)*

Theo quy tắc mẫu của Liên đoàn các hiệp hội giao nhận quốc tế (FIATA) về dịch vụ giao nhận, dịch vụ giao nhận được định nghĩa như là bất kỳ loại dịch vụ nào liên quan đến vận chuyển, gom hàng, lưu kho, bốc xếp, đóng

gói hay phân phối hàng hóa cũng như các dịch vụ tư vấn hay có liên quan đến các dịch vụ trên, kể cả các vấn đề hải quan, tài chính, mua bảo hiểm, thanh toán, thu thập chứng từ liên quan đến hàng hóa

Theo Luật Thương mại Việt Nam, *dịch vụ giao nhận hàng hóa* là hành vi thương mại, theo đó người làm dịch vụ giao nhận hàng hóa từ người gửi, tổ chức vận chuyển, lưu kho, lưu bãi, làm các thủ tục giấy từ và các dịch vụ khác có liên quan để giao nhận theo sự ủy thác của chủ hàng, của người vận tải hoặc của người làm dịch vụ giao nhận khác (các khách hàng). Mục tiêu của người giao nhận hàng hóa là hoàn thành đúng yêu cầu của khách hàng và thu được hiệu quả cao nhất, lâu dài và vững bền

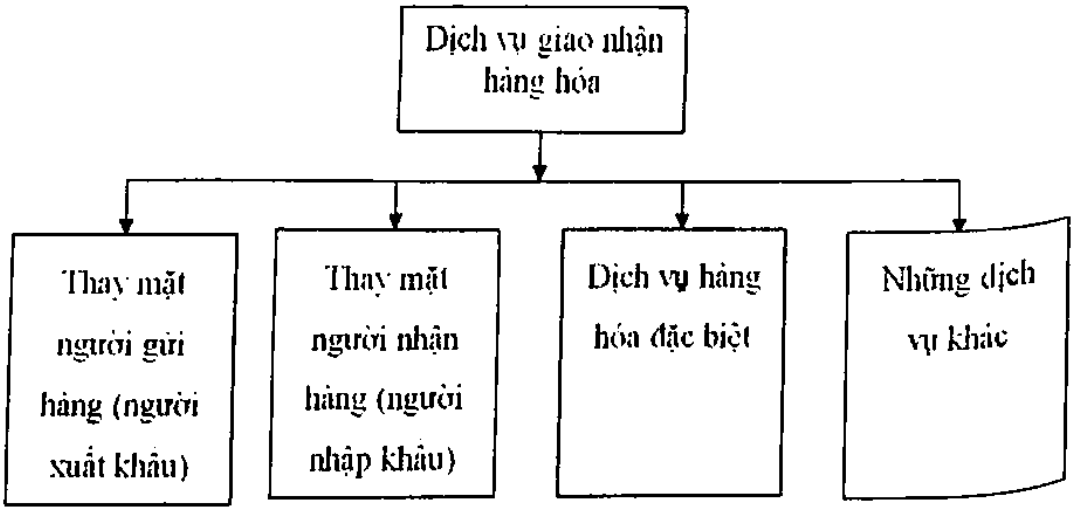
Nói một cách ngắn gọn, giao nhận hàng hóa là tập hợp những nghiệp vụ, thủ tục có liên quan đến quá trình vận tải nhằm thực hiện việc di chuyển hàng hóa từ nơi gửi hàng (người gửi hàng) đến nơi nhận hàng (người nhận hàng)

Doanh nghiệp giao nhận là doanh nghiệp kinh doanh các loại dịch vụ giao nhận hàng hóa trong xã hội, bao gồm hai loại: doanh nghiệp giao nhận vận tải hàng hóa trong nước, khi các hoạt động của doanh nghiệp chỉ diễn ra trên và trong phạm vi lãnh thổ đất nước, còn doanh nghiệp giao nhận vận tải hàng hóa quốc tế khi các hoạt động của doanh nghiệp có những phần việc diễn ra ngoài lãnh thổ đất nước. Sản phẩm của doanh nghiệp giao nhận chính là các dịch vụ trong giao nhận (dịch vụ giao nhận hàng hóa) mà doanh nghiệp giao nhận đóng vai trò người giao nhận (Forwarder, Freight forwarder, Forwarding Agent)

7.1.2. Các dịch vụ chủ yếu của người giao nhận

Người giao nhận có thể làm các dịch vụ một cách trực tiếp hoặc thông qua đại lý hoặc thuê dịch vụ của người thứ ba khác

Dịch vụ giao nhận hàng hóa bao gồm bốn loại thông dụng trên thế giới hiện nay là:



Hình 7.1. Phân loại dịch vụ giao nhận hàng hóa

1. Loại dịch vụ thay mặt người gửi hàng (người xuất khẩu)

Theo những chỉ dẫn của người gửi hàng, người giao nhận sẽ thực hiện các nhiệm vụ sau đây:

- Chọn tuyến đường, phương thức vận tải và người chuyên chở ở thích hợp

- Lưu cước với người chuyên chở đã chọn

- Nhận hàng và cung cấp những chứng từ thích hợp như: Giấy chứng nhận hàng của người giao nhận, giấy chứng nhận chuyên chở của người giao nhận.

- Nghiên cứu của những điều khoản trong tín dụng thư và tất cả những luật lệ của Chính phủ áp dụng vào việc giao hàng ở nước xuất khẩu, nước nhập khẩu cũng như ở bất kỳ nước quá cảnh nào, và chuẩn bị tất cả những chứng từ cần thiết.

Đóng gói hàng hoá (trừ phi việc này do người gửi hàng làm trước khi giao hàng cho người giao nhận) có tính đến tuyến đường, phương thức vận tải, bản chất của hàng hoá và những luật lệ áp dụng nếu có ở nước xuất khẩu, nước quá cảnh và nước gửi hàng đến.

- Lo liệu việc lưu kho hàng hoá nếu cần.

- Cân đo hàng hoá.

- Mua bảo hiểm cho hàng hoá nếu người gửi hàng yêu cầu.

- Vận tải hàng hoá đến cảng, thực hiện việc khai báo Hải quan, các thủ tục chứng từ liên quan và giao hàng cho người chuyên chở.

- Thực hiện việc giao dịch ngoại hối (nếu có).

- Thanh toán phí và những chi phí khác bao gồm cả tiền cước.

- Nhận vận đơn đã ký của người chuyên chở giao cho người gửi hàng.

- Thu xếp việc chuyển tải trên đường nếu cần thiết.

- Giám sát việc vận tải hàng hoá trên đường gửi tới người nhận hàng thông qua những mối liên hệ với người chuyên chở và đại lý của người giao nhận ở nước ngoài.

- Ghi nhận những tổn thất của hàng hoá (nếu có).

- Giúp đỡ người gửi hàng tiến hành khiếu nại với người chuyên chở về tổn thất hàng hoá, nếu có.

2. Loại dịch vụ thay mặt người nhận hàng (người nhập khẩu)

Theo những chỉ dẫn giao hàng của khách hàng, người giao nhận sẽ:

- Thay mặt người nhận hàng giám sát-việc vận tải hàng hoá khi người nhận hàng lo liệu vận tải hàng hoá.

- Nhận và kiểm tra tất cả những chứng từ liên quan đến việc vận chuyển hàng hoá...

- Nhận hàng của người chuyên chở và nếu cần thì thanh toán cước.

- Thu xếp việc khai báo hải quan và trả lệ phí, thuế và những phí khác cho hải quan và những cơ quan khác.

- Thu xếp việc lưu kho quá cảnh (nếu cần).

- Giao hàng đã làm thủ tục hải quan cho người nhận hàng.

- Nếu cần, giúp đỡ người nhận hàng tiến hành khiếu nại đối với người chuyên chở về tổn thất hàng hoá (nếu có).

- Giúp người nhận hàng trong việc lưu kho và phân phối (nếu cần).

3. Dịch vụ giao nhận hàng hoá đặc biệt

Người giao nhận thường thực hiện giao nhận hàng

bách hoá bao gồm nhiều loại thành phẩm, bán thành phẩm, hay hàng sơ chế và những hàng hoá khác giao lưu trong buôn bán quốc tế. Ngoài ra tuỳ theo yêu cầu của khách hàng, người giao nhận cũng có thể làm những dịch vụ khác có liên quan đến các loại dịch vụ hàng hoá đặc biệt như:

- Vận chuyển hàng công trình. Việc này chủ yếu là vận chuyển máy móc nặng, thiết bị v.v... để xây dựng những công trình lớn như sân bay, nhà máy hoá chất, nhà máy thuỷ điện, cơ sở lọc dầu v.v... từ nơi sản xuất đến công trường xây dựng.

Việc di chuyển những hàng hoá này cần phải có kế hoạch cẩn thận để đảm bảo giao hàng đúng thời hạn và có thể cần phải sử dụng cần cẩu loại nặng, xe vận tải ngoại cỡ, tàu chở hàng loại đặc biệt v.v... Đây là một lĩnh vực chuyên môn hoá của người giao nhận.

- Dịch vụ về vận chuyển quần áo treo trên mắc. Những quần áo may mặc được chuyên chở bằng những chiếc mắc áo treo trên giá trong những container đặc biệt và ở nơi đến, được chuyển trực tiếp từ container vào cửa hàng để bầy bán. Cách này loại bỏ được việc phải chế biến lại quần áo nếu đóng nhồi trong Container và đồng thời tránh được ẩm ướt, bụi bậm v.v...

- Triển lãm ở nước ngoài. Người giao nhận thường được người tổ chức triển lãm giao cho việc chuyên chở hàng đến nơi triển lãm ở nước ngoài v.v...

4. Những dịch vụ khác

Ngoài những dịch vụ nêu trên, tuỳ thuộc vào yêu cầu

của khách hàng, người giao nhận cũng, có thể làm những dịch vụ khác nảy sinh trong quá trình chuyên chở và cả những dịch vụ đặc biệt như gom hàng (tập hợp những lô hàng riêng lẻ lại), có liên quan đến hàng công trình, công trình chìa khoá trao tay v.v...

Người giao nhận cũng có thể thông báo cho khách hàng của mình về nhu cầu tiêu dùng, những thị trường mới, tình hình cạnh tranh, chiến lược xuất khẩu, những điều khoản thích hợp cần đưa vào hợp đồng mua bán ngoại thương và nói chung là tất cả những vấn đề liên quan đến công việc kinh doanh của khách hàng. Người giao nhận phải tuân thủ những chỉ dẫn đặc biệt của chủ hàng về phương thức chuyên chở được sử dụng, về hình thức vận chuyển về nơi cụ thể làm thủ tục hải quan ở nước đến khi giao hàng triển lãm, về những chứng từ cần lập ...

Những dịch vụ của người giao nhận

Đóng gói Tuyến đường Bảo hiểm Thủ tục hải quan Chứng từ vận tải những quy định L/C	- Lựa chọn loại nguyên liệu để sử dụng - Chọn hành trình và phương tiện vận chuyển - Loại bảo hiểm cần cho hàng hoá - Khai báo hàng xuất nhập khẩu - Những chứng từ di kèm (người chuyên chở) - Yêu cầu của ngân hàng
Người tổ chức	
Vận tải những lô hàng xuất nhập khẩu và quá cảnh gom hàng, vận tải hàng nặng và đặc biệt - hàng công trình	

Hàng nhập khẩu
Dỡ hàng khỏi phương tiện của người vận tải
Tháo dỡ hàng thu gom. Khai báo hải quan
Hàng xuất khẩu
Nhận hàng
Đóng gói và đánh ký mã hiệu
Lưu cước / lưu khoang với ngươi chuyên chở
Cấp chứng từ vận tải - chứng từ cước phí đi kèm
Giám sát giao hàng
Thông báo giao hàng cho khách hàng
Khai báo hải quan
Quá cảnh
Lấy mẫu
Đóng gói lại
Lưu kho hải quan (dưới sự kiểm soát của hải quan)
Vận chuyển tiếp

Nguồn: Mannual on freight forwarding, ESCAP-United Nations 1990

7.2. Dịch vụ giao nhận hàng hóa

7.2.1. *Giao hàng cho người vận tải*

1. Giao hàng rời: Trong trường hợp này, chủ hàng phải làm các việc sau: Căn cứ vào các chi tiết hàng hóa, lập "Bảng kê hàng chuyên chở" (*cargo list)* gồm các mục chủ yếu: *consignee, marketing & labelling, B/L number, description of cargo, number of' packages, weight, measurement, named port of destination...* Trên cơ *sở đó* khi lưu cước hàng tàu lập so (Shipping order) và lên Hình xếp hàng trên tàu (cargo plan or stowage plan) làm căn cứ để cảng xếp thứ tự gửi hàng, để tính các chi phí có liên quan...Thông thường cargo plan không giao trực tiếp cho

chủ hàng nhưng để đảm bảo an toàn cho hàng hóa, chủ hàng cần yêu cầu tàu cho xem cargo plan để biết hàng mình được xếp khi nào, ở đâu, nếu thấy vị trí bất lợi thì yêu cầu thay đổi.

Việc giao hàng, xếp hàng lên tàu do cảng đảm nhận, và chủ hàng chịu chi phí. Nhưng các chủ hàng nên cử nhân viên giao nhận luôn luôn có mặt tại hiện trường để theo dõi, giám sát, nắm chắc số lượng hàng được xếp xuống tàu và giải quyết kịp thời những vướng mắc phát sinh.

Trong quá trình giao hàng lên tàu, nhân viên kiểm kiện (Tally Man) của cảng, luôn theo dõi hàng, trên cơ sở chứng từ và số lượng hàng hóa thực tế giao lên tàu, lập Tally report - giấy kiểm nhận hàng với tàu, sau mỗi mã hàng lên tàu, Tally man sẽ đánh dấu và ký vào đó. Ở trên tàu cũng có nhân viên kiểm kiện, kết quả hàng đã lên tàu được thể hiện trong Tally sheet. Nội dung Tally sheet cũng giống Tally report.

Sau khi hàng đã xếp lên tàu xong, cảng và tàu lập biên bản tổng kết giao nhận hàng- và lập hồ sơ hàng đã xếp lên tàu cho người gửi hàng. Thuyền phó cấp cho chủ hàng biên lai thuyền phó (Maste's receipt) xác nhận hàng đã nhận xuống. Trong đó xác nhận số kiện, ký mã hiệu, tình trạng hàng dã bốc lên tàu, cảng đến...

Trên cơ sở Maste's receipt chủ hàng sẽ đổi lấy Bill of Lading, điều tối quan trọng là phải lấy được clean Bill of Lading; hợp đồng vận chuyển (với các điều kiện cơ sở giao hàng: CPT, CIP...) giao hàng cho người vận chuyển (tùy theo quy định của hợp đồng), cuối cùng, lấy vận đơn.

Ở Việt Nam hiện nay gửi hàng bằng đường hàng

không chủ yếu thực hiện thông qua các công ty, đại lý giao nhận, vận tải... ví dụ: Vietrans, GemartranB... nên công việc của chủ hàng trở nên rất đơn giản, nhẹ nhàng. Cụ thể:

Sau khi liên hệ với Người giao nhận.

Hoặc chủ hàng tự đưa hàng ra sân bay, bộ phận operation (bộ phận hiện trường) của người giao nhận cùng với nhân viên sân bay tiếp nhận hàng, tổ chức bốc xếp, cân hàng, kiểm hóa hải quan, đóng gói, dán nhãn...

Hoặc người giao nhận đến tận kho của chủ hàng để đem hàng ra sân bay, làm thủ tục hải quan, cân, đo, dán nhãn... gửi cho hàng không căn cứ vào proforma invoice do chủ hàng cấp và kết quả cân đo tại sân bay lập MAWB (Master airway bill - vận đơn "chủ" đơn hàng không cấp cho cả lô hàng, ghi người nhận hàng là đại lý giao nhận và phát hành HWB *(House airway bill* - vận đơn "nhà" do người giao nhận lập cho từng lô hàng lẻ, giao cho từng chủ hàng.

Nếu gửi hàng bằng đường sắt, chủ hàng hoặc giao hàng cho đường sắt (nếu là hàng lẻ) hoặc đăng ký toa xe, bốc hàng lên toa xe rồi giao cho đường sắt (nếu là hàng nguyên toa) và cuối cùng, nhận vận đơn đường sắt.

2. Giao hàng bằng Container

Có hai phương thức:

- Gửi hàng FCL – Full container load
- Gửi hàng FCL 0 less than a container load

Gửi hàng FCL:

Thuật ngữ FCL/FCL được hiểu là hàng xếp trong

nguyên một container, người gửi hàng và người nhận hàng chịu trách nhiệm đóng hàng vào và dỡ hàng ra khỏi container.

Những thủ tục chuyên chở hàng FCL:

Container do người chuyên chở cung cấp hoặc do chủ hàng thuê của công ty cho thuê container, được chủ hàng đóng hàng tại kho của mình hoặc một địa điểm nội địa nào đó, sau khi được hải quan kiểm tra thì Container được kẹp chì.

Sau đó tùy sự thỏa thuận hoặc chủ hàng hoặc người giao nhận vận chuyển đưa những Container hàng đã được kẹp chì về bãi Container hoặc cảng do người chuyên chở chỉ định để bốc lên tàu

Tại cảng đích, bằng chi phí của mình, người chuyên chở sẽ lo liệu và vận chuyển Container xuống bãi Container của mình hoặc của cảng. Người nhận hàng phải lo làm thủ tục hải quan nhập khẩu và dỡ hàng ra khỏi Container bằng chi phí của mình.

Trách nhiệm của chủ hàng: chịu mọi chi phí để đưa Container rỗng về nơi đóng hàng, đóng hàng vào, dỡ hàng ra khỏi Container.

Trách nhiệm của người chuyên chở: người chuyên chở chịu trách nhiệm đối với Container kể từ khi nhận Container đã kẹp chì từ bãi Container hay bến Container của cảng. Người chuyên chở phải bốc container lên tàu, dỡ Container ra khỏi tàu và đưa về bãi Container của mình hoặc bến Container của cảng. Trách nhiệm của người chuyên chở thường kết thúc khi giao nhận Container cho người nhận

hàng ở bãi Container hoặc bến Container của cảng.

Gửi hàng LCL

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

Những thủ tục gửi hàng theo phương thức LCL:

✓ Hàng hóa của các chủ hàng gửi cho một số người nhận hàng được người chuyên chở nhận tại bãi đóng hàng container (CFS - *Container freight station)* do người chuyên chở chỉ định.

✓ Người chuyên chở sẽ đóng hàng vào Container bằng chi phí của mình.

✓ Người chuyên chở bốc Container lên tàu.

✓ Tại cảng đến, người chuyên chở sẽ đưa Container về CFS và dỡ hàng khỏi Container, để giao cho người nhận hàng.

Trách nhiệm của người chuyên chở: Theo phương thúc LCL/LCL người chuyên chở bằng chi phí của mình phải xếp hàng vào Container, bốc Container lên tàu, hạ Container xuống bãi tại cảng đến, dỡ hàng ra khỏi Container và giao cho người nhận hàng. Trách nhiệm của người chuyên chở thường dược kết thúc khi giao được hàng cho người nhận ở CFS.

7.2.2 Nhận hàng từ người vận tải

Trước khi tàu đến , đại lý tàu biển hoặc hãng tàu sẽ gửi "Giấy báo tàu đến" cho người nhận hàng, để họ biết và

tới nhận "Lệnh giao hàng" (Delivery order - D/O) tại đại lý tàu. Khi đi nhận D/O cần mang theo:

Original B/và giấy giới thiệu của đơn vị. Đại lý giữ lại B/L gốc và trao 3 bản D/O, mức thu không thống nhất. Có D/O chủ hàng cần nhanh chóng làm thủ tục để nhận lô hàng của mình. Bởi nếu nhận chậm sẽ phải trả phí lưu kho, bãi nhiều và chịu mọi rủi ro tổn thất phát sinh

Nếu gặp trường hợp: hàng đến nhưng chứng từ chưa đến, chủ hàng cần suy nghĩ kỹ để chọn một trong hai giải pháp: tiếp tục chờ chứng từ hoặc đến ngân hàng mở L/C xin giấy cam kết của ngân hàng để nhận hàng khi chưa có B/L gốc.

1. Thủ tục nhận hàng: Nhận hàng rời (số lượng không lớn, không đủ một tàu) hoặc hàng Container rút ruột tại cảng (gửi theo phương thức LCL/LCL): chủ hàng đến cảng hoặc chủ tàu (nếu hãng tàu đã thuê bao kho) để đóng phí lưu kho và xếp dỡ, lấy biên lai. Sau đó đem: Biên lai lưu kho, 3 bản D/O, Invoice và Packing lít, đến văn phòng đại lý hãng tàu tại cảng để ký xác nhận D/O. Chủ hàng mang D/O còn lại đến bộ phận kho vận để làm phiếu xuất kho. Bộ phận này giữ một D/O và làm 2 phiếu xuất kho cho chủ hàng.

Đem hai phiếu xuất kho đến kho để xem hàng, làm thủ tục xuất kho, tách riêng hàng hóa để chờ hải quan kiểm tra, đến hải quan cảng mời hải quan kho bãi giám sát việc nhận hàng. Sau khi hải quan xác nhận "hoàn thành thủ tục hải quan" hàng được xuất kho, mang ra khỏi cảng để đưa về địa điểm quy định.

2. Nhận nguyên container: Sau khi đã cân nhắc kỹ

hiệu quả kinh tế, chủ hàng muốn nhận nguyên container, kiểm tra tại kho riêng, trong trường hợp này cần làm những việc:

✓ Làm đơn xin kiểm hàng tại kho riêng, nộp cùng bộ hồ sơ đăng ký thủ tục hải quan. Container chỉ được phép đưa về kho riêng khi đã đăng ký trước với hải quan và kho đã được hải quan công nhận đủ điều kiện và cấp giấy phép (hiện nay hải quan quy định kiểm tra hàng hóa ngay tại cửa khẩu).

✓ Làm. thủ tục (thuê) mượn Container tại hãng tàu, đóng tiền, ký quỹ, phí xếp dỡ, tiền vận chuyển container từ cảng về kho riêng (nếu thuê xe của hãng tàu).

✓ Đem bộ chứng từ:

- D/O (3 bản) có chữ ký của nhân viên hải quan khâu đăng ký thủ tục, đóng dấu "đã tiếp nhận tờ khai"

- Biên lai thu phí xếp dỡ và phí vận chuyển của hãng tàu.

- Biên lai thu tiền phí lưu giữ container.

- Đơn xin (thuê) mượn Container đã được chấp thuận;

Đến văn phòng đại lý hãng tàu để làm giấy phép xuất container khỏi bãi. Tại đây giữ một D/O. Cùng nhân viên phụ trách bãi tìm container, kiểm tra tính nguyên vẹn của container và SEAL (kẹp chì). Nhận hai bản "Lệnh vận chuyển" của nhân viên kho bãi. Mang toàn bộ hồ sơ đến hải quan kho bãi để nhân viên hải quan kiểm tra, ký xác nhận số Container và số seal, tờ khai và lệnh vận chuyển. Xuất container ra khỏi bãi, nộp một lệnh vận chuyển cho hải

quan cổng cảng, một cho bảo vệ cảng, đưa container về kho riêng. Đến cơ quan hải quan để đón hải quan đi kiểm tra. Kiểm hóa xong, nếu không có vấn đề gì sẽ được xác nhận "Hoàn thành thủ tục hải quan".

3. Nhận nguyên tàu hoặc nhận hàng với số lượng lớn

Sau khi nhận D/O, nộp hồ sơ cho hải quan, nhận NOR (Notice of readiness) thông báo sẵn sàng bốc hàng, nhân viên giao nhận tiến hành nhận hàng hóa. Trước khi mở hầm tàu cần có đại diện các cơ quan:

- Đơn vị nhập hàng.
- Đại diện người bán (nếu có văn phòng đại điện tại Việt Nam)
- Cơ quan kiểm định hàng hóa.
- Đại diện tàu, đại lý tàu.
- Hải quan giám sát, hải quan kiểm hóa.
- Đại diện cảng.
- Bảo hiểm (nếu nghi ngờ hàng có bảo hiểm bị hư hỏng)

Trong quá trình nhận hàng, nhân viên giao nhận phải thường xuyên bám sát hiện trường, cập nhật số liệu từng giờ, từng ca, từng ngày. Kịp thời phát hiện sai sót để có biện pháp xử lý thích hợp. Cơ quan giám định, hàng hóa lấy mẫu, phân tích kết luận số lượng, chất lượng hàng có phù hợp với hợp đồng không. Bảo hiểm xác định mức độ thiệt hại, lập biên bản giám định (Survey- Report); Cảng lập "Biên bản xác nhận hàng hóa hư hỏng đổ vỡ do tàu gây nên (cargo out turn report), ngoài ra cảng còn lập biên

bản kết toán nhận hàng với tàu (report on receipt of cargo) và bảng kê hàng hóa thiếu hoặc thừa so với lược khai của tàu (CertiGcate of short overlanded cargo and outturn report). Cuối cùng, khi giao hàng xong, cần ký "biên bản tổng kết giao nhận

7.3. Câu hỏi ôn tập và thảo luận

1. Vai trò của giao nhận hàng hóa và phương pháp giao nhận
2. Giao nhận hàng hóa trong hoạt động Logistics
3. Các dịch vụ chủ yếu về giao nhận hàng hóa

Chương 8

THIẾT LẬP CÁC MỐI QUAN HỆ KINH TẾ TRONG HOẠT ĐỘNG LOGISTICS

Phạm vi chương

Thiết lập hợp lý các mối quan hệ kinh tế giữa các doanh nghiệp có vai trò rất quan trọng trong việc giảm chi phí Logistics. Chương này nghiên cứu quá trình tổ chức các mối quan hệ kinh tế trong hoạt động Logistics; Cơ sở khoa học, nội dung và đặc trưng của các mối quan hệ kinh tế; Hệ thống các mối quan hệ kinh tế và các nhân tố làm phức tạp hoá quan hệ kinh tế trong hoạt động Logistics; Ưu nhược điểm của các mối quan hệ kinh tế trực tiếp và gián tiếp; Tổ chức các mối quan hệ kinh tế trong hoạt động Logistics, lên đơn hàng, tổ chức ghép mối giữa các doanh nghiệp; Cơ sở pháp lý của các mối quan hệ kinh tế trong Logistics

8.1. Bản chất và đặc trưng của các mối quan hệ kinh tế trong hoạt động Logistics

Quản lý có hiệu quả quá trình kinh doanh Logistics đòi hỏi phải thiết lập hợp lý các mối quan hệ kinh tế giữa các doanh nghiệp nhằm trao đổi những kết quản của hoạt động Logistics và kết quả của hoạt động sản xuất - kinh doanh. Trong quá trình trao đổi đó, hai nhiệm vụ cơ bản được giải quyết là mua sắm các yếu tố đầu vào cho sản xuất và tiêu thụ các sản phẩm, dịch vụ. Sự trao đổi kết quả của hoạt động sản xuất kinh doanh là một quá trình liên tục trong nền sản xuất xã hội.

Cơ sở của việc hình thành quan hệ kinh tế giữa các

doanh nghiệp là do sự phân công lao động xã hội. Phân công lao động xã hội định ra sự cần thiết phải trao đổi sản phẩm giữa các đơn vị sản xuất kinh doanh với nhau. Trao đổi sản phẩm giả định phải có những quan hệ giữa các đơn vị ấy. "Trao đổi" - Các Mác viết: "không tạo ra sự khác nhau về phạm vi sản xuất, nó chỉ làm những phạm vi sản xuất đó thành những ngành ít nhiều đều phụ thuộc vào toàn bộ nền sản xuất xã hội".13

Quan hệ kinh tế trong hoạt động Logistics là tổng thể những mối quan hệ lẫn nhau về kinh tế, tổ chức và luật pháp phát sinh giữa các doanh nghiệp trong quá trình cung ứng dịch vụ. Theo nghĩa rộng, quan hệ kinh tế trong hoạt động Logistics thực chất là hệ thống các quan hệ lẫn nhau giữa các doanh nghiệp về sự vận động của hàng hóa, dịch vụ trong những điều kiện kinh tế - xã hội nhất định. Điều này quyết định đặc trưng của các mối quan hệ kinh tế ở các nước có chế độ chính trị-xã hội khác nhau. Quan hệ kinh tế trong hoạt động Logistics thường có những đặc trưng cơ bản sau:

- Các mối quan hệ kinh tế giữa các doanh nghiệp mang tính chất hàng hoá tiền tệ. Nói cách khác, các quan hệ kinh tế đó trong hoạt động Logistics được tiền tệ hoá.

- Các quan hệ kinh tế trong cung ứng dịch vụ quan trọng, cơ bản được thiết lập trên cơ sở định hướng kế hoạch của Nhà nước và các chế độ, chính sách hiện hành.

- Tính pháp lý của các mối quan hệ kinh tế trong hoạt động Logistics được bảo đảm bằng hệ thống luật pháp của Nhà nước.

C.Mác. Tư bản quyển thứ nhất, tập 2, trang 59, NXB Sự Thật. Hà Nội, 1960

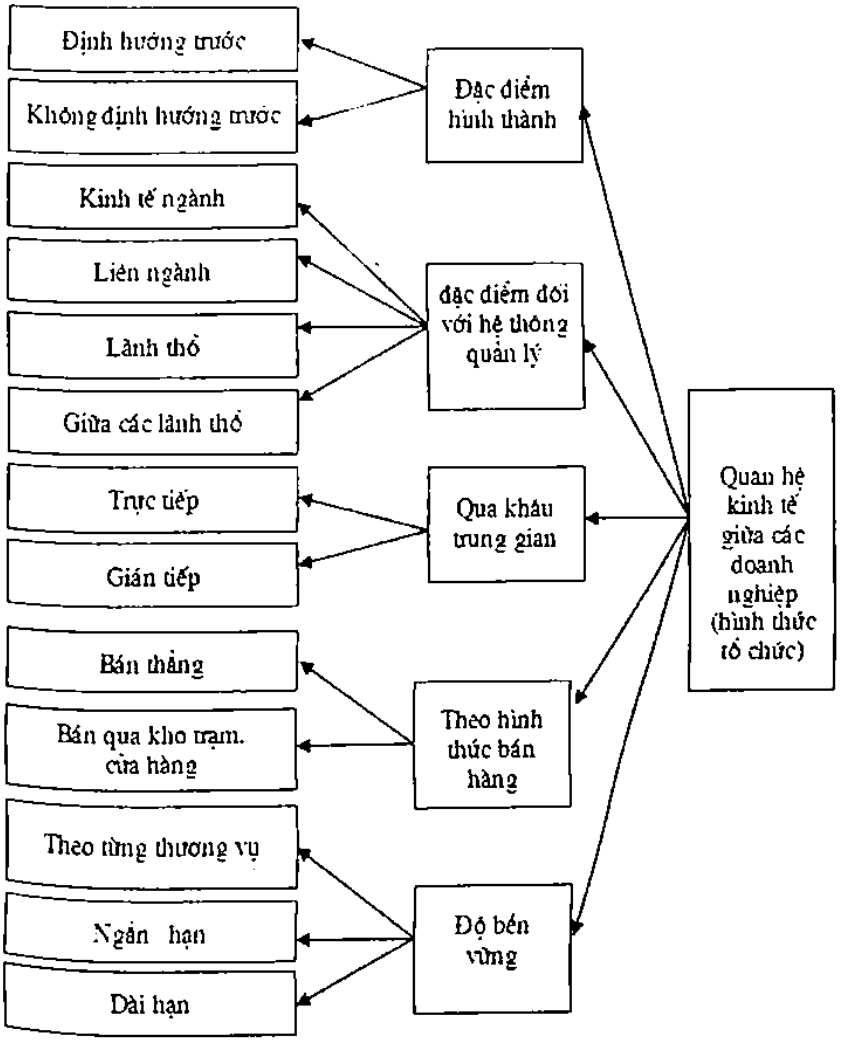
- Hệ thống các mối quan hệ kinh tế giữa các doanh nghiệp biểu hiện quan hệ hợp tác, tôn trọng lẫn nhau và cùng có lợi.

8.2. Hệ thống các mối quan hệ kinh tế trong hoạt động Logistics

Toàn bộ các mối quan hệ kinh tế phát sinh giữa các doanh nghiệp trong quá trình cung ứng dịch vụ tạo thành một hệ thống các mối quan hệ kinh tế trong nền kinh tế quốc dân. Cùng với sự phát triển của nền sản xuất xã hội, tiến bộ khoa học kỹ thuật và phân công lao động xã hội, các hình thức quan hệ kinh tế trong hoạt động Logistics được hình thành và phát triển ở nhiều mức độ khác nhau. Trên thực tế, quan hệ kinh tế trong hoạt động Logistics thường được phân loại theo các tiêu thức khác nhau: theo đặc điểm hình thành; Theo đặc điểm đối với hệ thống quản lý; Theo đặc điểm qua khâu trung gian; Theo hình thức bán hàng; Theo mức độ bền vững (Hình 8.1)

Hệ thống các mối quan hệ kinh tế trên luôn luôn thay đổi và phát triển theo hướng ngày càng trở nên phức tạp và hoàn thiện hơn. Xu hướng các mối quan hệ kinh tế trong hoạt động Logistics ngày càng trở nên phức tạp là do:

Thứ nhất, quy mô sản xuất kinh doanh ngày càng lớn làm cho chuỗi cung ứng hàng hóa ngày càng trở nên khó khăn và phức tạp hơn. Càng ngày càng đòi hỏi một khối lượng lớn vật tư hàng hóa cho sản xuất kinh doanh, nhiều chi phí cho việc phân phối và lưu thông hàng hóa trong nền kinh tế từ hệ thống kho hàng để bảo quản hàng hóa, đến phương tiện vận chuyển.v.v..



Hình 8.1: Hệ thống các mối quan hệ kinh tế trong hoạt động Logistics

Thứ hai, mở rộng danh mục sản phẩm sản xuất, kinh doanh, ngày càng xuất hiện nhiều sản phẩm mới trong nền kinh tế. Điều đáng chú ý là danh mục sản phẩm tăng nhanh hơn so với tăng số lượng các doanh nghiệp mới.

Thứ ba, gia tăng số lượng các doanh nghiệp thuộc nhiều thành phần kinh tế làm cho sự trao đổi sản phẩm mở rộng hơn và sâu sắc hơn.

Thứ tư, sự phát triển sản xuất kinh doanh trên những vùng mới làm cho thay đổi Hình ghép giữa các doanh nghiệp vốn đã hình thành từ trước đây.

Thứ năm, chuyên môn hoá sản xuất phát triển. Sản xuất được chuyên môn hoá theo sản phẩm, chi tiết sản phẩm và theo công đoạn sản xuất, làm cho trong lưu chuyển hàng hóa của nền kinh tế ngày càng có nhiều các bán thành phẩm, chi tiết, bộ phận máy v.v.. tình hình đó làm phức tạp hơn các mối quan hệ kinh tế.

Theo ý kiến của các nhà kinh tế học, các mối quan hệ kinh tế tăng lên theo bình phương tăng của sản xuất, có nghĩa là, nếu trong vòng ba năm, khối lượng sản xuất sản phẩm tăng lên gấp ba thì các mối quan hệ kinh tế tăng lên gấp chín lần.

Trong hoạt động logistisc, việc thiết lập các mối quan hệ kinh tế hợp lý giữa các doanh nghiệp sẽ tạo ra nhiều cơ hội để giảm chi phí Logistics, đơn giản hoá các mối quan hệ kinh tế trong việc tổ chức cung ứng hàng hoá cho các nhu cầu xã hội, tạo điều kiện ổn định cho quá trình sản xuất và tiêu thụ sản phẩm của các doanh nghiệp. Vì vậy, việc lựa chọn và hợp lý hoá các hình thức cung ứng hàng hóa , dịch vụ là một nhiệm vụ quan trọng đối với các doanh nghiệp Logistics hiện nay.

8.3. Quan hệ kinh tế trực tiếp và quan hệ kinh tế gián tiếp trong hoạt động Logistics

Quan hệ kinh tế trực tiếp là quan hệ cung ứng hàng hóa, dịch vụ mà trong đó các vấn đề cơ bản về kinh tế, tổ chức và luật pháp được thoả thuận trực tiếp giữa người sản xuất và người tiêu dùng.

Trong nền kinh tế thị trường, quan hệ kinh tế trực tiếp giữa các doanh nghiệp bảo đảm cho sản xuất sản phẩm phù hợp với nhu cầu thị trường, cho phép thống nhất được những cố gắng của các doanh nghiệp trong việc giải quyết các vấn đề thuộc về tiến bộ khoa học công nghệ, nâng cao chất lượng sản phẩm, giảm giá thành, nâng cao khả năng cạnh tranh của sản phẩm và bảo đảm quá trình mua bán vật tư, hàng hoá và tiêu thụ sản phẩm của các doanh nghiệp tốt hơn.

Sự phát triển quan hệ kinh tế trực tiếp ở các nước được phản ánh bằng một số chỉ tiêu nhất định, như chỉ tiêu về số lượng các doanh nghiệp chuyển sang cung ứng trực tiếp, chỉ tiêu về số lượng chủng loại vật tư hàng hóa cung ứng trực tiếp và chỉ tiêu tỷ trọng sản phẩm cung ứng trực tiếp. ở các nước có nền kinh tế phát triển thì hình thức quan hệ cung ứng trực tiếp là chủ yếu. ở các nước Châu Âu và Mỹ, tỷ trọng sản phẩm cung ứng trực tiếp chiếm khoảng 80%.

Ở nước ta, quan hệ kinh tế trực tiếp trong cung ứng đối với nhiều loại hàng hóa còn chưa phát triển mạnh. Không chỉ đối với hàng nhập khẩu, mà ngay cả với nhiều loại hàng hóa quan trọng sản xuất trong nước vẫn còn quá nhiều quan hệ trung gian làm chậm trễ quá trình lưu chuyển hàng hóa gây nhiều lãng phí cho xã hội.

Kinh nghiệm của các doanh nghiệp chuyển sang quan hệ kinh tế trực tiếp cho thấy nhiều ưu điểm lớn của mối quan hệ này đối với việc nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh.

Thứ nhất, người sản xuất có điều kiện để bảo đảm cho quá trình sản xuất tiến hành được nhịp nhàng và giảm thời gian ngừng sản xuất do thiếu vật tư hàng hóa hoặc vật tư hàng hóa mua về chậm.

Thứ hai, nâng cao chất lượng hàng hóa cung ứng, cải tiến công nghệ sản xuất ở các doanh nghiệp nhờ có nguyên vật liệu, thiết bị và bán thành phẩm với chất lượng cao.

Thứ ba, hình thành hợp lý lực lượng dự trữ sản xuất ở các hộ tiêu dùng, giảm được dự trữ và cải tiến cơ cấu dự trữ.

Thứ tư, giảm được chi phí lưu thông hàng hóa nhờ giảm bớt các khâu trung gian về bốc xếp, bảo quản , sử dung hợp lý phương tiện vận tải, bao bì.

Thứ năm, nâng cao chất lượng và giảm giá thành sản phẩm nhờ đó mà nâng cao được sức cạnh tranh của doanh nghiệp

Thứ sáu, thiết lập các mối quan hệ kinh tế trực tiếp ổn định và lâu dài cho phép tạo được thị trường tiêu thụ ổn định cho các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh.

Trên đây là những ưu điểm của hình thức quan hệ kinh tế trực tiếp trong hoạt động Logistics. Tuy nhiên, không phải trong mọi trường hợp, quan hệ kinh tế trực tiếp cũng đều có hiệu quả cả. Mối quan hệ kinh tế trực tiếp giữa các doanh nghiệp có hiệu quả trước hết đối với những doanh nghiệp sản xuất lớn và hàng loạt, có nhu cầu vật tư hàng hóa lớn và ổn định. Còn đứng trên giác độ nền kinh tế quốc dân, thiết lập quan hệ kinh tế trực tiếp đối với những trường hợp sau đây được coi là hợp lý.

- Khi các doanh nghiệp có quan hệ mật thiết với nhau về công nghệ sản xuất sản phẩm cuối cùng. Đó là những trường hợp trao đổi các sản phẩm hiệp tác giữa các doanh nghiệp cùng tham gia vào sản xuất sản phẩm cuối cùng.

- Khi thiết bị, máy móc những chi tiết, bộ phận máy, vật liệu sản xuất theo đơn đặt hàng đặc biệt, cần có sự thoả thuận trực tiếp về những tính năng kỹ thuật của các sản phẩm giữa những người sản xuất.

- Khi cung cấp nguyên vật liệu chính cho sản xuất lớn, hàng loạt lớn theo danh mục ổn định và với số lượng đủ để thực hiện có hiệu quả hình thức cung ứng thẳng. Đó là những trường hợp cung ứng sắt thép cho các doanh nghiệp chế tạo máy, chế tạo ô - tô; cung ứng gỗ, các tông cho các doanh nghiệp chế biến đồ gỗ; cung ứng xi măng và kính cho các công trình xây dựng lớn và than cho các nhà máy điện, luyện kim.

Nếu đối với mỗi loại vật tư hàng hóa đều xây dựng quan hệ kinh tế trực tiếp cả, thì người sản xuất phải quan hệ với rất nhiều đơn vị tiêu dùng, phải lo đặt phương tiện vận tải, tốn nhiều công sức vào tiêu thụ, ảnh hưởng không tốt đến sản xuất, đặc biệt là thường dẫn đến tăng dự trữ sản xuất gây nên ứ đọng vốn kinh doanh. Về phía đơn vị tiêu dùng, cũng không phải trong mọi trường hợp quan hệ kinh tế trực tiếp đều có lợi cả, nhất là đối với những đôn vị tiêu dùng có nhu cầu ít và hay biến động.

Đối với những đơn vị tiêu dùng có nhu cầu ít và hay biến đông, quan hệ kinh tế qua các tổ chức kinh doanh Logistics lại tốt hơn. Mặc dù có những nhược điểm nhất định so với hình thức cung ứng trực tiếp như chi phí bốc

xếp, bảo quản hàng hóa ...hình thức cung ứng qua tổ chức kinh doanh Logistics có những ưu điểm nhất định:

Thứ nhất, nó cho phép đơn vị tiêu dùng cung ứng với số lượng vừa đủ cho tiêu dùng sản xuất, vào bất kỳ thời điểm nào khi phát sinh nhu cầu cho sản xuất nhờ đó đơn vị tiêu dùng sử dụng có hiệu quả hơn đồng vốn của mình, giảm được các chi phí kho tàng, bảo quản hàng hóa ở doanh nghiệp.

Thứ hai, bảo đảm đồng bộ vật tư hàng hóa cho sản xuất kinh doanh. Quan hệ kinh tế trực tiếp chỉ bảo đảm tốt từng loại vật tư hàng hóa, nhưng về đồng bộ thì gặp nhiều khó khăn do định mức cung ứng thẳng, nguồn hàng sản xuất quyết định. Quan hệ kinh tế qua tổ chức kinh doanh Logistics cho phép đơn vị tiêu dùng cung ứng một lúc được nhiều loại hàng hóa khác nhau, với số lượng và thời gian phù hợp với yêu cầu của sản xuất.

Thứ ba, cho phép thực hiện các hoạt động dịch vụ Logistics tốt hơn. Là lĩnh vực dịch vụ sản xuất, tổ chức kinh doanh Logistics có điều kiện hơn trong việc giúp các đơn vị tiêu dùng về các dịch vụ Logistics, dịch vụ sản xuất như tổ chức pha cắt vật liệu thành những phôi phẩm phù hợp với yêu cầu của khách hàng, hướng dẫn khách hàng sử dụng hợp lí các loại vật tư hàng hóa khác nhau, lựa chọn và ghép đồng bộ hàng hóa, dịch vụ bán và chuyển hàng tận nơi theo yêu cầu (hay còn gọi "hình thức mua hàng không phải mang vác"), tổ chức lắp đặt và hướng dẫn vận hành thiết bị cũng như bảo đảm phụ tùng thay thế và tiến hành sửa chữa thiết bị...

Như vậy, mỗi hình thức quan hệ kinh tế đều có những ưu điểm, nhược điểm nhất định, song chúng bổ sung cho nhau và cùng song song tồn tại. Nhiệm vụ của cán bộ Logistics là phải xem xét các nhân tố về kinh tế , tổ chức và kĩ thuật ảnh hưởng đến quá trình cung ứng, từ đó sử dụng các phương pháp phù hợp để lựa chọn các hình thức quan hệ kinh tế có hiệu quả cho doanh nghiệp mình.

8.4. Tổ chức các mối quan hệ kinh tế trong Logistics

8.4.1. Đơn hàng

Lập đơn hàng là một trong những công việc khởi đầu của tổ chức hợp lý các mối quan hệ kinh tế. Quá trình lên đơn hàng được coi là việc xác định nhu cầu về tất cả các quy cách, chủng loại hàng hóa, dịch vụ cần thiết, số lượng đặt mua từng quy cách, chủng loại và thời hạn nhận hàng

Lập đơn hàng là giai đoạn công tác hết sức quan trọng trong quá trình kế hoạch hoá thương mại và tổ chức các mối quan hệ kinh tế. Bất cứ một sai sót nào trong công tác lập đơn hàng cũng có thể dẫn đến việc đặt mua những hàng hóa mà hoạt động tiêu dùng, sản xuất không cần hoặc không đúng với yêu cầu. Với tầm quan trọng đó, các doanh nghiệp cần phải làm tốt công tác lập đơn hàng.

Muốn lập đơn hàng được chính xác, cần dựa vào nhiệm vụ sản xuất sản phẩm theo mặt hàng cụ thể, mức tiêu dùng vật tư cụ thể, định mức dự trữ sản xuất, lượng vật tư tồn kho thực tế và mức các sản phẩm dở dang v.v.. Phương pháp chủ yếu được sử dụng để tính toán là phương pháp trực tiếp.

Nhiệm vụ quan trọng trong công tác lập đơn hàng là

chọn và đặt mua những loại vật tư hàng hóa có hiệu quả kinh tế cao, tức là những vật tư hàng hóa sử dụng cho phép giảm phế liệu, phế phẩm, tiết kiệm lao động, giảm chi phí máy móc thiết bị, đồng thời nâng cao khả năng cạnh của sản phẩm, bảo vệ được môi trường. Tuy nhiên, để đặt mua được những hàng hóa đó, người tiêu dùng phải có những khoản chi trả thêm giá mua hàng hóa. Phần chi trả thêm chính là giá dịch vụ chuẩn bị hàng cho sản xuất. Để đặt mua loại hàng hoá này người ta dùng công thức sau:

$$E = [H_0 G + L_0(1 + \frac{P}{100})] - [H_1 G (1 + \frac{K}{100}) + L_1 (1 + \frac{P}{100})].$$

Trong đó:

E - Hiệu quả kinh tế của việc sử dụng loại hàng hóa có kích thước đặc biệt.

H_0 H_1- Mức tiêu dùng vật tư hàng hóa tương ứng với việc sử dụng loại hàng có kích thước chuẩn và đặc biệt.

G - Giá vật tư hàng hóa.

K - Mức trả thêm do bán loại hàng có kích thước đặc biệt so với giá bán %.

L_0L_1- Tiền công lao động để sản xuất đơn vị sản phẩm tương ứng từ loại hàng có kích thước chuẩn và đặc biệt.

P- Tỷ lệ chi phí sử dụng đối với tiền công lao động, %.

Nếu kết quả: E>0 thì đặt mua loại hàng có kích thước đặc biệt là có hiệu quả hơn.

Sau khi xác định được loại vật tư, hàng hóa cần mua, cần phải xác định lượng đặt hàng từng quy cách cụ thể theo công thức sau đây:

$$C_m = N + D_{ck} - (O_{đk} + C_0 - X + P_h).$$

Trong đó:

C_m- Khối lượng hàng hóa đặt mua trong kỳ.

N- Tổng nhu cầu về hàng hóa cụ thể trong kỳ kế hoạch.

D_{ck}- Dự trữ hàng hóa.

$O_{đk}$- Tồn kho đầu kỳ về hàng hóa.

C_o- Khối lượng vật tư hàng hóa đã đặt mua trước lúc lập đơn hàng mới.

X- Số hàng xuất bán trước lúc lập đơn hàng mới.

P_h- Số hàng đặt mua chưa về hết trước lúc lập đơn hàng mới.

Phụ thuộc vào hình thức quan hệ kinh tế, đơn hàng thường được gửi về các doanh nghiệp cung ứng hoặc là trong quan hệ kinh tế trực tiếp thì gửi thẳng đến người sản xuất, người bán hàng. Đơn hàng là cơ sở quan trọng để ký kết các hợp đồng kinh tế về cung ứng hàng hóa, trong nhiều trường hợp đơn hàng được coi là hợp đồng kinh tế.

8.4.2. Tổ chức các mối quan hệ kinh tế

Tổ chức các mối quan hệ kinh tế là quá trình ghép mối các doanh nghiệp với nhau trong cung ứng hàng hóa, dịch vụ. Theo nghĩa rộng hơn, tổ chức các mối quan hệ kinh tế thực chất là quá trình thực hiện các hoạt động logisitcs trong cung ứng. Đây là khâu công tác đầu tiên của việc tổ chức các mối quan hệ kinh tế nhằm thực hiện các kế hoạch thương mại trong nền KTQD.

Nhiệm vụ chủ yếu của quá trình ghép mối là:

- Phối hợp có hiệu quả các loại phương tiện trong vận chuyển hàng hóa và phân phối hợp lý luồng hàng giữa các loại phương tiện đó.

Bảo đảm tổng quãng đường vận chuyển ngắn nhất cho mỗi loại phương tiện vận tải.

- Bảo đảm giá thành vận chuyển và các chi phí liên quan khác nhỏ nhất, nâng cao được khả năng cạnh tranh trong mua bán hàng hóa.

- Không ngừng mở rộng và củng cố các mối quan hệ kinh tế trực tiếp, dài hạn giữa các doanh nghiệp nhằm tạo thị trường tiêu thụ ổn định.

Để thực hiện các nhiệm vụ nêu trên, trong hoạt động Logistics, người ta thường sử dụng nhiều phương pháp ghép khác nhau. Phương pháp ghép là toàn bộ những biện pháp phân tích, tính toán các nhân tố ảnh hưởng nhằm thiết lập quan hệ giữa các hộ mua hàng với các hộ bán hàng một cách hợp lý với tổng quảng đường vận chuyển hàng hóa ngắn nhất, mang lại hiệu quả kinh doanh cao, đồng thời đảm bảo được lợi ích của cả hai bên trong hoạt động cung ứng hàng hóa, dịch vụ. Thường có các phương pháp ghép sau:

- Phương pháp so sánh chênh lệch khoảng cách

- Phương pháp phân tích sơ đồ

- Phương pháp toán học

1. Phương pháp so sánh chênh lệch khoảng cách: Thực chất phương pháp này là trong khi tính toán việc

ghép các hộ mua hàng với một trong hai hộ có khả năng cung ứng, người ta phải tính khoảng cách chênh lệch. Khoảng cách chênh lệch đó là kết quả so sánh các khoảng cách giữa điểm giao và điểm nhận hàng hóa. Dựa vào kết quả so sánh chênh lệch khoảng cách, người ta tiến hành ghép các hộ với nhau để tổng quãng đường vận chuyển của hàng hoá ngắn nhất.Đây là phương pháp ghép thường áp dụng trong điều kiện có nhiều hộ mua hàng nhưng số lượng các hộ bán hàng không quá 2 đơn vị. Và đó chính là hạn chế của phương pháp này.

2. Phương pháp phân tích sơ đồ: Thực chất của phương pháp này là thiết lập một sơ đồ các tuyến đường vận chuyển hàng hóa từ các nhà cung ứng đến các hộ tiêu dùng. Trên cơ sở sơ đồ đó, trong nhiều trường hợp, người ta có thể thiết lập được các mối quan hệ kinh tế hợp lý trong hoạt động Logistics mà không cần thiết phải biết thật cụ thể về khoảng cách và tính toán khoảng cách chênh lệch.

Phương pháp phân tích sơ đồ được áp dụng chủ yếu là để giải quyết các vấn đề có tính chất và mục đích phụ, như kiểm tra sự vận động của hàng hóa trong kỳ đã qua cũng như trong trường hợp ghép các hộ mua bán với nhau đã được thực hiện bằng các phương pháp khác nhằm thiết lập một sơ đồ các tuyến đường vận chuyển hay khu vực vận chuyển hợp lý để tránh vận chuyển hàng hóa đường vòng, vận chuyển ngược chiều ...

3. Phương pháp toán học: Mục đích của phương pháp toán học là dùng toán học tính toán phân tích để tìm ra phương án ghép tối ưu, mang lại hiệu quả kinh doanh cao nhất (Thực chất là áp dụng giải bài toán vận tải, tìm

phương án tối ưu). Trong điều kiện hiện nay, thành tựu khoa học công nghệ được ứng dụng rộng rãi trong sản xuất và kinh doanh, đặc biệt là trong lĩnh vực thương mại. Thương mại điện tử đã và đang được ứng dụng rộng rãi ở các nước. Thông qua INTERNET và các phương tiện truyền thông hiện đại giúp cho người tham gia (các doanh nghiệp) tạo dựng và củng cố quan hệ bạn hàng, thực hiện hiệu quả các hoạt động cung ứng hàng hóa, dịch vụ.

8.5. Cơ sở pháp lý của các mối quan hệ kinh tế

Giai đoạn kết thúc cuả việc thiết lập các mối quan hệ kinh tế là ký kết các hợp đồng cung ứng hàng hoá, dịch vụ. Hợp đồng kinh tế, trong đó gồm hợp đồng cung ứng hàng hóa và hợp đồng mua bán ngoại thương, là cơ sở pháp lý của các mối quan hệ kinh tế trong hoạt động Logistics.

8.5.1. Hợp đồng cung ứng hàng hóa

Hợp đồng kinh tế là sự thoả thuận bằng văn bản, tài liệu giao dịch giữa các bên ký kết về việc thực hiện công việc sản xuất, trao đổi hàng hóa dịch vụ, nghiên cứu ứng dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật và các thoả thuận khác có mục đích kinh doanh với sự quy định rõ ràng quyền và nghĩa vụ của mỗi bên để xây dựng và thực hiện kế hoạch của mình.

Hợp đồng ứng hàng hàng hóa là một loại hợp đồng kinh tế, do đó, trước hết, nó phải tuân thủ quy định của pháp luật về hợp đồng kinh tế. Luật Thương mại được Quốc hội khóa IX thông qua tại kỳ họp thứ 11 có hiệu lực từ ngày 1-1-1998 cũng đã quy định một số chế tài liên quan đến hợp đồng cung ứng hàng hóa.

Hợp đồng cung ứng hàng hàng hóa là sự thỏa thuận bằng văn bản có tính chất pháp lý được hình thành trên cơ sở một cách bình đẳng, tự nguyện giữa các chủ thể nhằm xác lập, thực hiện và chấm dứt một quan hệ trao đổi hàng hóa.

Hợp đồng cung ứng hàng hóa được thực hiện bằng lời nói, bằng văn bản hoặc bằng hành vi cụ thể. Đối với các loại hợp đồng mua bán hàng hóa mà pháp luật quy định phải được lập thành văn bản thì phải tuân theo các quy định đó; điện báo, telex, fax, thư điện tử và các hình thức thông tin điện tử khác cũng được coi là hình thức văn bản.

Hợp đồng cung ứng hàng hóa phải có các nội dung chủ yếu sau: Tên hàng; số lượng; quy cách, chất lượng; giá cả; phương thức thanh toán; địa điểm và thời hạn giao nhận hàng. Ngoài các nội dung chủ yếu trên, các bên có thể thỏa thuận các nội dung khác trong hợp đồng.

Hợp đồng cung ứng hàng hóa được coi là đã ký kết kể từ thời điểm các bên có mặt ký vào hợp đồng. Trong trường hợp các bên không cùng có mặt để ký hợp đồng, hợp đồng cung ứng hàng hóa được coi là đã ký kết kể từ thời điểm bên chào hàng nhận được thông báo chấp nhận toàn bộ các điều kiện đã ghi trong chào hàng trong thời hạn trách nhiệm của người chào hàng. Từ thời điểm hợp đồng cung ứng hàng hóa được ký kết, mọi thư từ giao dịch và đàm phán trước đó về hợp đồng đều hết hiệu lực, trừ trường hợp các bên có thỏa thuận khác.

Người bán phải giao hàng đúng số lượng, chất lượng, quy cách, bao bì và đúng thời hạn theo thỏa thuận trong hợp đồng. Người bán có nghĩa vụ bảo đảm quyền sở hữu

cho người mua đối với hàng hóa đã bán để người mua không bị người thứ ba tranh chấp. Sau thời điểm chuyển quyền sở hữu, người bán không được có bất kỳ hành vi nào làm phương hại tới quyền sở hữu hàng hóa của người mua.

Trường hợp chất lượng hàng hóa không được xác định cụ thể trong hợp đồng thì người bán phải giao hàng có chất lượng trung bình của loại hàng hóa đó được lưu thông trên thị trường tại thời điểm giao hàng. Trường hợp bao bì hàng hóa không được quy định cụ thể trong hợp đồng thì người bán phải giao hàng với bao bì thường dùng cho loại hàng này. Bao bì phải bảo đảm an toàn hàng hóa trong quá trình vận chuyển, có tính đến khả năng chuyển tải trong điều kiện bốc dỡ thông thường và phải phù hợp với thời gian, phương tiện vận tải.

Người bán có thể ủy quyền cho người thứ ba thực hiện nghĩa vụ giao hàng nếu được người mua chấp nhận. Trong trường hợp này, người bán vẫn phải chịu trách nhiệm đối với người mua về việc giao hàng của người được ủy quyền.

Người bán chỉ có thể giao hàng trước thời hạn, giao hàng từng phần khi có sự thỏa thuận trong hợp đồng hoặc khi được người mua chấp nhận. Người bán có nghĩa vụ giao các chứng từ liên quan đến hàng hóa theo sự thỏa thuận trong hợp đồng.

Người bán có quyền ngừng giao hàng trong các trường hợp sau: a) Nếu người mua vi phạm điều khoản thanh toán đã thỏa thuận trong hợp đồng thì người bán có quyền ngừng giao hàng cho đến khi người mua thực hiện xong việc thanh toán; b) Nếu trước thời điểm giao hàng

người mua bị tuyên bố phá sản hoặc mất khả năng thanh toán thì người bán có quyền không giao hàng và được định đoạt số hàng này. Trong trường hợp này, thì người mua phải chịu những thiệt hại và chi phí hợp lý có liên quan.

Người bán nhận tiền bán hàng theo thỏa thuận trong hợp đồng mua bán hàng hóa. Nếu người bán chậm nhận được hoặc không nhận được tiền bán hàng do lỗi của người mua thì người bán có quyền áp dụng các biện pháp quy định tại Chương IV Luật Thương mại để bảo vệ lợi ích chính đáng của mình.

Người mua phải thực hiện các công việc cần thiết để người bán giao hàng, kể cả việc hướng dẫn gửi hàng. Người mua phải nhận hàng và thanh toán tiền mua hàng theo thỏa thuận trong hợp đồng. Người mua phải thanh toán tiền mua hàng trong trường hợp mất mát, hư hỏng hàng hóa xảy ra sau thời điểm quyền sở hữu hàng hóa đã được chuyển từ người bán sang người mua, trừ trường hợp mất mát, hư hỏng do lỗi của người bán gây ra.

Người mua có quyền chưa thanh toán toàn bộ hoặc một phần tiền mua hàng nếu khi nhận hàng phát hiện thấy hàng bị hư hỏng, có khuyết tật và chỉ thanh toán khi người bán đã khắc phục những hư hỏng, khuyết tật đó, trừ trường hợp trong hợp đồng có thỏa thuận khác.

Người mua có quyền giữ lại toàn bộ hoặc một phần tiền mua hàng nếu có bằng chứng về việc người bán lừa gạt hoặc không có khả năng giao hàng hoặc hàng này đang là đối tượng tranh chấp giữa người bán với người thứ ba cho đến khi các tình trạng này đã được giải quyết xong.

Về các trường hợp miễn trách nhiệm về việc không

thực hiện nghĩa vụ hợp đồng:

a) Các bên được miễn trách nhiệm về việc không thực hiện một phần hay toàn bộ nghĩa vụ hợp đồng nếu trong hợp đồng có thỏa thuận về các trường hợp miễn trách nhiệm đó.

b) Các bên được miễn trách nhiệm về việc không thực hiện một phần hay toàn bộ nghĩa vụ hợp đồng nếu việc không thực hiện này do trường hợp bất khả kháng gây ra.

Trường hợp bất khả kháng là trường hợp xảy ra sau khi ký kết hợp đồng, do những sự kiện có tính chất bất thường xảy ra mà các bên không thể lường trước được và không thể khắc phục được.

Trong trường hợp bất khả kháng, các bên có thể thỏa thuận kéo dài thời hạn thực hiện nghĩa vụ hợp đồng (không áp dụng đối với hợp đồng mua bán có thời hạn giao hàng cố định); nếu các đặc điểm và nội dung hai bên không thỏa thuận thì thời hạn thực hiện nghĩa vụ hợp đồng được tính thêm một thời gian bằng thời gian xảy ra trường hợp bất khả kháng cộng với thời gian hợp lý để khắc phục hậu quả, nhưng không được kéo dài quá 5 tháng đối với hàng hóa mà thời hạn giao hàng được thỏa thuận không quá 12 tháng; không được kéo dài quá 8 tháng đối với hàng hóa mà thời hạn giao hàng được thỏa thuận trên 12 tháng, kể từ khi ký kết hợp đồng. Quá các thời hạn này, các bên có quyền từ chối thực hiện hợp đồng và không bên nào có quyền đòi bên kia bồi thường thiệt hại.

Trong trường hợp từ chối thực hiện hợp đồng thì trong thời hạn không quá 30 ngày, kể từ ngày kết thúc thời hạn quy định, bên từ chối phải thông báo cho bên kia biết

trước khi bên kia bắt đầu thực hiện các nghĩa vụ hợp đồng.

c) Bên không thực hiện hoặc thực hiện không đầy đủ nghĩa vụ hợp đồng có trách nhiệm chứng minh các trường hợp miễn trách nhiệm.

8.5.2. Hợp đồng mua bán ngoại thương

Hợp đồng mua bán ngoại thương hay còn gọi là hợp đồng mua bán quốc tế hoặc hợp đồng xuất nhập khẩu là sự thoả thuận giữa những đương sự có trụ sở kinh doanh ở các nước khác nhau, theo đó một bên gọi là bên xuất khẩu (bên bán) có nghĩa vụ chuyển vào quyền sở hữu của một bên khác gọi là bên nhập khẩu (bên mua) một tài sản nhất định gọi là hàng hóa, Bên mua có nghĩa vụ nhận hàng và trả tiền.

- Chủ thể của hợp đồng mua bán ngoại thương là bên bán (bên xuất khẩu) và bên mua (bên nhập khẩu) họ có trụ sở kinh doanh ở các nước khác nhau.

- Đối tượng của hợp đồng mua bán ngoại thương là tài sản được đem ra mua bán, tài sản này trở thành hàng hóa. Hàng hóa này có thể là hàng đặc định (specific goods) và cũng có thể là hàng đồng loại (generic goods).

- Nội dung của hợp đồng là toàn bộ nghĩa vụ của các bên xung quanh việc chuyển giao quyền sở hữu về hàng hóa từ người bán sang người mua, xung quanh việc làm thế nào để người bán lấy được tiền và người mua nhận được hàng...

Về đặc điểm của một hợp đồng mua bán ngoại thương. Hợp đồng mua bán ngoại thương khác với hợp đồng mua bán trong nước ở tính chất quốc tế (có yếu tố

nước ngoài) tham gia vào hợp đồng. Theo Điều 1 của Công ước Lahaye 1964 về mua bán quốc tế những động sản hữu hình thì hợp đồng mua bán ngoại thương là tất cả các hợp đồng mua bán trong đó các bên ký kết có trụ sở thương mại ở các nước khác nhau và hàng hóa được chuyển từ nước này sang nước khác, hoặc là việc trao đổi ý chí ký kết hợp đồng giữa các bên ký kết được lập ở những nước khác nhau.

Điều 1 của Công ước Viên năm 1980 của Liên hợp quốc về hợp đồng mua bán hàng hóa quốc tế (United Nations Convention on Contracts for International sale of goods, Vienna 1980) chỉ đưa ra một tiêu chuẩn để khẳng định tính chất quốc tế của hợp đồng mua bán ngoại thương, đó là các bên ký kết hợp đồng có trụ sở thương mại đặt ở các nước khác nhau. Cũng như công ước Lahaye 1964, Công ước Viên 1980 không quan tâm đến vấn đề quốc tịch của các bên khi xác định yếu tố nước ngoài của hợp đồng mua bán ngoại thương.

Ở Việt Nam, tại Điều 80 Luật thương mại quy định về hợp đồng mua bán ngoại thương như sau: "Hợp đồng mua bán hàng hóa với thương nhân nước ngoài là hợp đồng mua bán hàng hóa được ký kết giữa một bên là thương nhân Việt Nam và một bên là thương nhân nước ngoài". Hợp đồng mua bán ngoại thương có ba đặc điểm:

+ Chủ thể của hợp đồng mua bán ngoại thương là người mua và người bán phải có cơ sở kinh doanh đăng ký tại hai quốc gia khác nhau.

+ Hàng hóa là đối tượng mua bán của hợp đồng được di chuyển ra khỏi biên giới quốc gia.

+ Đồng tiền thanh toán có thể là ngoại tệ đối với một bên hoặc đối với cả hai bên.

Trong thực tế buôn bán quốc tế hiện nay, đặc điểm hàng hóa là đối tượng của hợp đồng được di chuyển ra khỏi biên giới quốc gia có thể có hoặc không. Đặc điểm đồng tiền thanh toán có thể là ngoại tệ đối với một bên hoặc đối với cả hai bên cũng không phải là điểm tất yếu. Đặc trưng quan trọng nhất phản ánh, phân biệt hợp đồng mua bán ngoại thương với hợp đồng mua bán trong nước là các bên ký kết có trụ sở kinh doanh ở các nước khác nhau.

Về điều kiện hiệu lực của Hợp đồng mua bán ngoại thương.

- Chủ thể của hợp đồng mua bán ngoại thương phải hợp pháp.

Một là: Chủ thể phải là thương nhân hợp pháp kinh doanh xuất nhập khẩu trực tiếp theo luật định. Theo điều 3, Nghị định 187/2013/NĐ-CP, ngày 20/11/2013 của Chính phủ nêu rõ: a)Đối với thương nhân Việt Nam không có vốn đầu tư trực tiếp của nước ngoài (dưới đây gọi tắt là thương nhân): Trừ hàng hóa thuộc Danh mục hàng hóa cấm xuất khẩu, tạm ngừng xuất khẩu, Danh mục hàng hóa cấm nhập khẩu, tạm ngừng nhập khẩu quy định tại Nghị định này và các văn bản pháp luật khác, thương nhân được xuất khẩu, nhập khẩu hàng hóa không phụ thuộc vào ngành nghề đăng ký kinh doanh. Chi nhánh thương nhân được xuất khẩu, nhập khẩu hàng hóa theo ủy quyền của thương nhân; b) Đối với thương nhân có vốn đầu tư nước ngoài, công ty và chi nhánh công ty nước ngoài tại Việt Nam: Các thương nhân, công ty, chi nhánh khi tiến hành

hoạt động thương mại thuộc phạm vi điều chỉnh tại Nghị định này, ngoài việc thực hiện các quy định tại Nghị định này, còn thực hiện theo các quy định khác của pháp luật có liên quan, các cam kết của Việt Nam trong các điều ước quốc tế mà Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam là thành viên và lộ trình do Bộ Công Thương công bố; c) Đối với hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu có điều kiện, khi xuất khẩu, nhập khẩu, ngoài việc thực hiện quy định của Nghị định này, thương nhân phải thực hiện quy định của pháp luật về điều kiện xuất khẩu, nhập khẩu hàng hóa đó".

Hai là: Những người tham gia ký kết hợp đồng phải là những người đại diện hợp pháp cho mỗi bên. Nếu hợp đồng được ký kết giữa các cá nhân, các thương nhân cá thể hay các doanh nghiệp tư nhân với nhau, thì người có thẩm quyền ký các hợp đồng mua bán ngoại thương là người chủ các doanh nghiệp đó. Họ là các cá nhân có tên trong đăng ký kinh doanh (ở Việt nam) hoặc có tên trong sổ đăng ký thương nhân, trong sổ đăng ký thương mại (ở các nước phương tây) hoặc những người được các chủ doanh nghiệp, các cá nhân đăng ký kinh doanh uỷ quyền. Nếu hợp đồng được ký kết giữa các xí nghiệp dưới dạng công ty, hãng, hiệp hội, tập đoàn, tổng công ty,... Luật pháp sẽ quy định rõ ai là người có quyền ký hợp đồng đó.

- Nội dung của hợp đồng phải hợp pháp, điều này được thể hiện trên hai vấn đề.

Thứ nhất là: Nội dung chủ yếu của hợp đồng phải đầy đủ. Theo Điều 50 Luật Thương mại quy định thì hợp đồng mua bán hàng hóa quốc tế phải có tối thiểu những nội

dung chủ yếu sau: Tên hàng, số lượng, quy cách chất lượng, giá cả, phương thức thanh toán, địa điểm và thời hạn giao nhận hàng.

Thứ hai là: Hợp đồng không được chứa đựng những điều khoản trái với pháp luật của nước người mua và nước người bán. Doanh nghiệp không được phép xuất khẩu những mặt hàng cấm xuất khẩu, cấm nhập khẩu. Đối với những mặt hàng được phép nhập khẩu, xuất khẩu có điều kiện họ phải xin được hạn ngạch (trường hợp hàng thuộc diện nhà nước quản lý hạn ngạch) hoặc xin được giấy phép (trường hợp hàng thuộc diện nhà nước quản lý bằng giấy phép kinh doanh xuất nhập khẩu).

- *Hình thức của hợp đồng mua bán ngoại thương phải đảm bảo tính hợp pháp.* Theo tập quán thương mại quốc tế, có hai dạng hình thức của hợp đồng: Hình thức thỏa thuận miệng và hình thức ký kết bằng văn bản. ở Việt Nam, hình thức của hợp đồng mua bán hàng hóa quốc tế được quy định ở Mục 4 Điều 81 của Luật thương mại như sau: "Hợp đồng mua bán hàng hóa với thương nhân nước ngoài phải được lập thành văn bản". Điều 49 của Luật thương mại cũng nêu rõ: "Điện báo telex, fax, Email và các hình thức thông tin điện tử khác được coi là hình thức văn bản". Như vậy, các thương nhân Việt Nam khi mua bán hàng hóa với nước ngoài bắt buộc phải ký kết hợp đồng dưới hình thức văn bản,mọi sửa đổi, bổ sung hợp đồng đều phải làm dưới hình thức văn bản.

- *Hợp đồng mua bán ngoại thương phải được ký kết trên cơ sở tự nguyện của các bên tham gia mới có hiệu lực.*

Nội dung của hợp đồng mua bán ngoại thương

- *Mở đầu:* Tiêu đề của hợp đồng; Số và ký hiệu hợp đồng; Địa điểm và ngày tháng ký kết hợp đồng; Cơ sở pháp lý để ký kết hợp đồng.

- *Thông tin về chủ thể hợp đồng:* Tên đơn vị: Nêu cả tên đầy đủ và tên viết tắt (nếu có); Địa chỉ đơn vị: Nêu đầy đủ số nhà, tên đường, thành phố và tên quốc gia; Các số điện thoại, telex, fax và địa chỉ email (nếu có); Số tài khoản và tên ngân hàng mà đơn vị có tài khoản giao dịch thường xuyên; Người đại diện ký kết: Cần nêu rõ tên và chức vụ của người đại diện cho đơn vị đứng ra ký kết, trong trường hợp hợp đồng được ký theo sự uỷ quyền, giấy uỷ quyền phải gắn với hợp đồng nhằm chứng minh tính hợp pháp của người đại diện và cũng là yếu tố ràng buộc người ký giấy uỷ quyền với nghiã vụ của họ trong các hợp đồng mà người đại diện của họ đã ký kết nhân danh họ.

- *Các nội dung liên quan đến giao dịch (nội dung hợp đồng).* Đây chính là các điều khoản hai bên cam kết thực hiện. Hợp đồng mua bán ngoại thương thông thường có những điều khoản cụ thể như sau: tên hàng: số lượng; quy cách, chất lượng; giá cả; điều kiện giao hàng; thanh toán; bao bì, mã hiệu hàng hóa; bảo hành; bảo hiểm; khiếu nại; trọng tài; bất khả kháng. Với những hợp đồng phức tạp, nhiều mặt hàng thì có thêm các phụ lục là bộ phận không thể tách rời của hợp đồng.

Về soạn thảo các điều khoản chính trong hợp đồng mua bán ngoại thương

a. Điều khoản tên hàng: Mô tả về đối tượng mua bán, phải diễn tả chính xác để bên bán giao đúng hàng mà người mua cần và bên mua trả tiền đúng với hàng mà mình

yêu cầu. Điều khoản tên hàng cần căn cứ vào mặt hàng mua bán, để sử dụng phương pháp quy định chính xác.

- Ghi tên hàng, gồm tên thông thường, tên thương mại và tên khoa học của hàng hóa. Cách này hay sử dụng cho hàng hóa là hàng hóa chất, cây trồng, vật nuôi.

- Ghi tên hàng kèm với tên địa phương sản xuất ra hàng đó. Sử dụng trong trường hợp nơi sản xuất ra hàng hóa có ảnh hưởng lớn đến chất lượng của hàng hóa.

- Ghi tên hàng kèm với quy cách chính của hàng hóa, ví dụ: Xe TOYOTA 12 chỗ ngồi, tàu thủy trọng tải 10.000 tấn...

- Ghi tên hàng kèm tên nhà sản xuất ra nó, thường áp dụng đối với những sản phẩm nổi tiếng của những hãng có uy tín, ví dụ: Bia tiger.

- Ghi tên hàng kèm với công dụng của hàng, thường là công dụng chủ yếu của hàng hóa.

- Ghi tên hàng bằng cách sử dụng kết hợp nhiều phương pháp diễn đạt ở trên.

b. Điều khoản về phẩm chất.

Điều khoản này mô tả chất lượng hàng hóa bao gồm tính năng, quy cách, kích thước, tác dụng, công suất, hiệu suất v.v... của hàng hóa, là điều khoản bổ sung và làm rõ điều khoản tên hàng, xác định rõ tên hàng và là cơ sở quan trọng để xác định đúng giá mua bán. Điều khoản phẩm chất hàng hóa có nhiều phương pháp để mô tả tương ứng với đặc điểm, tính chất của mặt hàng mua bán.

Xác định phẩm chất thường dựa vào hàng mẫu; tiêu chuẩn hàng hóa có sẵn; tài liệu kỹ thuật; cách mô tả hàm

lượng các chất chủ yếu quyết định phẩm chất của hàng hóa; mô tả hàng hóa; hiện trạng hàng hóa; chỉ tiêu thường được sử dụng trong tập quán mua bán như: FAQ (fair average quality - phẩm chất trung bình khá), GMQ (good merchantable - phẩm chất tiêu thụ tốt).

c. Điều khoản về số lượng.

Điều khoản này quy định số lượng hoặc trọng lượng hàng hóa mua bán tuỳ theo đơn vị tính toán. Khi quy định về số lượng mua bán cần thống nhất đơn vị tính toán, vì trong buôn bán quốc tế bên cạnh hệ đo lường mét, nhiều nước còn sử dụng những hệ thống đo lường khác chẳng hạn hệ thống đo lường của Anh, Mỹ.

Ví dụ: Một kiện bông ở Bra-xin nặng 180kg, còn ở Ai Cập nặng 336,96kg. Một bao cà phê ở Mê-ki-cô nặng 60g, còn ở Cu Ba nặng 90kg. Một gallon Anh (1UK gallon) = 4,546 lít, còn 1 gallon Mỹ (1USA gallon) = 3,527 lít.

Trong mua bán những mặt hàng có khối lượng lớn được đo bằng những đơn vị trọng lượng (như than, quặng, ngũ cốc việc bảo đảm giao hàng chính xác là rất phức tạp), người ta ghi rõ lượng chênh lệch cho phép (gọi là dung sai) bằng mức phần trăm nhất định (ví dụ ± 3%) hoặc bằng một thuật ngữ chung như: khoảng (about), xấp xỉ (aproximately) v.v..., chỉ quy định chính xác số lượng mua bán cho những hàng hóa có đơn vị tính là cái, chiếc, thùng v.v..., ví dụ: 100 chiếc ôtô.

d. Điều khoản về giá cả: Đồng tiền tính giá, mức giá, phương pháp quy định giá, điều kiện giảm giá và điều kiện cơ sở giao hàng tương ứng. Về đồng tiền tính giá cần lựa chọn đồng ngoại tệ mạnh, ổn định, tự do chuyển đổi để

đảm bảo quyền lợi cho cả hai bên. Về mức giá, dù xuất khẩu hay nhập khẩu, đều phải dựa trên giá cả quốc tế. Về phương pháp quy định giá, hai bên thoả thuận việc quy định giá vào thời điểm ký kết hợp đồng hoặc trong thời gian hợp đồng đang có hiệu lực hoặc thời điểm thực hiện thanh toán, có thể sử dụng các cách quy định giá như sau:

Giá cố định là giá được các bên thoả thuận ngay trong lúc ký hợp đồng và không được thay đổi trong quá trình thực hiện hợp đồng. Loại giá này thường áp dụng khi thời gian thực hiện hợp đồng ngắn, giá trị hợp đồng không lớn.

Giá quy định sau là giá không được quy định ngay khi ký hợp đồng mà được xác định trong quá trình thực hiện hợp đồng. Trong hợp đồng sẽ quy định một thời điểm nhất định, một số nguyên tắc nào đó làm cơ sở cho hai bên mua bán gặp nhau để xác định giá.

Giá có thể xét lại là giá được xác định lúc ký kết hợp đồng nhưng có thể được xem xét lại nếu sau này, vào lúc giao hàng, giá thị trường của loại hàng hóa đó có sự biến động tới một mức nhất định.Trong trường hợp vận dụng giá này,các bên cần thoả thuận với nhau nguồn tài liệu để phán đoán sự biến động giá cả và thoả thuận mức chênh lệch tối đa giữa giá thị trường với giá hợp đồng để khi quá mức này hai bên có thể xét lại giá hợp đồng.

Giá di động là giá được tính toán dứt khóat vào lúc thực hiện hợp đồng trên cơ sở giá quy định ban đầu, có đề cập tới những biến động về chi phí sản xuất trong thời kỳ thực hiện hợp đồng. Giá di động thường được vận dụng trong các giao dịch về những mặt hàng có thời hạn sản xuất khá dài như thiết bị toàn bộ, tàu biển,các thiết bị lớn

trong công nghiệp...Khi ký hợp đồng, người ta quy định một giá ban đầu gọi là giá cơ sở (Basic price) và quy định cơ cấu của giá đó(bao gồm lợi nhuận, khấu hao, chi mua nguyên liệu, tiền lương, tạp phí...) đồng thời quy định phương pháp tính toán giá di động sẽ được vận dụng.

Về giảm giá, khi quy định điều này trong điều khoản giá cả, các bên cần quy định rõ những trường hợp nào thì được giảm giá (ví dụ: giảm giá do trả tiền sớm, giảm giá do nhân tố thời vụ, giảm giá đổi hàng cũ để mua hàng mới, giảm giá do mua với khối lượng lớn,...) đồng thời, quy định phương pháp tính giảm giá (giảm giá đơn hay giảm giá kép, hay giảm giá luỹ tiến).

Vấn đề ghi điều kiện cơ sở giao hàng tương ứng với mức giá mua bán cũng phải được ghi rõ sau khi mức giá đã thoả thuận, ghi rõ điều kiện cơ sở giao hàng được giải thích theo Incoterms năm nào. Bởi vì, điều kiện cơ sở giao hàng đã bao hàm các trách nhiệm và các chi phí mà người bán phải chịu trong việc giao hàng như: Vận chuyển, bốc dỡ, mua bảo hiểm, khai hải quan, nộp thuế xuất khẩu, nộp thuế nhập khẩu,...Ví dụ: Giá xuất khẩu 1 tấn gạo được ghi như sau: 150USD/MT. FOB cảng Đà nẵng giải thích theo Incoterms 2000.

e. Điều khoản giao hàng. Nội dung cơ bản của điều khoản này là xác định thời hạn, địa điểm giao hàng, phương thức giao hàng và thông báo giao hàng.

Thời hạn giao hàng: Là thời hạn mà người bán buộc phải hoàn thành nghĩa vụ giao hàng. Trong buôn bán Quốc tế, có ba kiểu quy định thời hạn giao hàng.

- Thời hạn giao hàng cố định kỳ: Giao hàng vào một

ngày cố định. Cách quy định giao hàng vào một ngày chính xác như vậy thường gây khó khăn cho người bán vì lý do chuẩn bị hàng, chuẩn bị phương tiện vận tải,... không thể giao đúng ngày quy định; Giao hàng trong một thời hạn cố định, ví dụ "giao hàng vào tháng 4 năm 2001"; Giao hàng trong một khoảng thời gian nhất định, ví dụ "giao hàng có hiệu lực từ ngày 1 tháng2 đến ngày 1 tháng 3 năm 2001"; Hai cách này thường được áp dụng để quy định thời hạn giao hàng trong hợp đồng ngoại thương; Giao hàng không được vượt quá một ngày được coi là ngày cuối cùng của thời hạn giao hàng: Không được chậm quá ngày 31-12-2000.

- Thời hạn giao hàng không định kỳ: Đây là quy định chung chung, ít được dùng, Theo cách này, người bán và người mua có thể thoả thuậnvới nhau như sau: Giao hàng cho chuyến đầu tiên; Giao hàng khi nào có khoang tầu; Giao hàng khi nhân được L/C; Giao hàng khi nhận được giấy phép nhập khẩu;

- Thời hạn giao hàng ngay: đây là thời hạn giao hàng nhanh, giao ngay lập tức, giao càng sớm càng tốt.

Địa điểm giao hàng: Địa điểm giao hàng đi và địa điểm giao hàng đến phụ thuộc vào điều kiện cơ sở giao hàng do hai bên mua và bán lựa chọn. Ví dụ, FOB Haiphong City Port (giao tại cảng Hải phòng); CIF Cobe Port (giao hàng đến cảng Cobe). Như vậy, hầu hết các điều kiện cơ sở giao hàng hoặc chỉ xác định cảng đi, không xác định cảng đến. Chỉ xác định cảng đến, không xác định cảng đi. Quy định cảng(ga) giao hàng, cảng ga đến, cảng ga thông quan; Ví dụ: cảng bốc hàng là cảng Hải Phòng;

Cảng đến là cảng Hăm-bua; Quy định một cảng(ga) và nhiều cảng (ga), ví dụ: Cảng đi là cảng TP Hồ chí minh, Cần thơ, Đà nẵng; cảng đến là cảng Cobe; Quy định cảng (ga) khẳng định và cảng (ga) lựa chọn.

Hình thức giao nhận hàng hóa:

- *Giao nhận sơ bộ* là bước đầu xem xét hàng hóa, xác định sự phù hợp về số lượng, chất lượng của hàng so với hợp đồng, Nếu người mua phát hiện có điều gì về hàng hóa thì yêu cầu người bán khắc phục ngay. Giao nhận sơ bộ thường được tiến hành ở địa điểm sản xuất hàng hóa hặc ở nơi gửi hàng

- *Giao nhận cuối cùng* nhằm xác nhận việc người bán hoàn thành nghĩa vụ giao hàng. Hai bên thừa nhận các kết quả kiểm tra hàng hóa đã lấy được ở nơi giao nhận cuối cùng. Về phương pháp giao nhận hàng hóa có thể sử dụng phương pháp kiểm tra toàn bộ hoặc là phương pháp chọn mẫu.

Thông báo giao hàng: Các điều kiện cơ sở giao hàng có quy định về nghĩa vụ thông báo giao hàng. Nhưng bên cạnh đó, các bên mua bán vẫn cần phải thoả thuận thêm về nghĩa vụ thông báo giao hàng bằng cách quy định rõ số lần thông báo giao hàng, nội dung cần được thông báo trước khi giao hàng và sau khi giao hàng.

- *Các quy định khác về giao hàng:*

+ Đối với những hàng hóa có khối lượng lớn, có thể quy định cho phép giao hàng từng đợt hoặc giao hàng một lần.

+ Dọc đường cho phép thay đổi phương tiện vận tải

hay không? Nếu cho phép chuyển tải, hợp đồng sẽ ghi "transhipment allowed", hoặc không cho phép sẽ ghi rõ "transhipment prohibited".

+ Nếu hàng hóa có thể đến trước, sau đó chứng từ mới được lập thì sẽ quy định "vận đơn đến chậm được chấp nhận"

+ Ngoài ra, trong hợp đồng có thể quy định về trọng tải, tuổi của con tàu chuyên chở, trong một số trường hợp, người mua chỉ định phải thuê tàu ở một hãng xác định có uy tín.

+ Đối với hàng hóa chuyên chở bằng tàu chuyến: trong hợp đồng còn quy định cả tốc độ bốc hàng trong một ngày đêm và quy định mức thưởng hoặc phạt khi giải phóng nhanh tàu hoặc chậm trễ bốc (dỡ) hàng so với quy định của hợp đồng.

f. Điều khoản về thanh toán.

Trong điều khoản này hợp đồng cần ghi rõ những nội dung sau:

Đồng tiền thanh toán: Người xuất khẩu thường chọn đồng tiền thanh toán là đồng tiền có giá hoặc đồng tiền đang lên giá để dễ dàng chuyển đổi ra các đồng tiền khác. Đồng tiền thanh toán có thể là tiền của nước xuất khẩu, hoặc tiền của nước nhập khẩu,hoặc của nước thứ ba.

Thời hạn thanh toán: có 4 cách quy định về thời gian thanh toán.

- *Trả tiền trước:* là cách mà người mua ứng trước cho nhà xuất khẩu để họ có vốn làm hàng giao cho người mua. Đây cũng là hình thức người mua đặt cọc, cam kết thực

hiện hợp đồng nhập khẩu. Với cách trả tiền trước, người nhập khẩu thường mua với giá rẻ và chỉ trả trước một phần hợp đồng.

- *Trả tiền ngay:* Là việc người nhập khẩu gián tiếp hoặc trực tiếp trả tiền ngay cho nhà xuất khẩu khi hàng hóa hoặc bộ chứng từ của hàng hóa được đặt dưới quyền định đoạt của người mua. Việc trả tiền ngay có hai loại:

Trả toàn bộ số tiền hàng ngay một lúc nếu người xuất khẩu giao toàn bộ số hàng của hợp đồng trong một lần.

Trả ngay từng phần là việc người mua trả tiền ngay sau từng đợt giao hàng của người xuất khẩu.

- *Trả tiền sau:* là hình thức người bán cung cấp tín dụng cho người mua bằng cách giao hàng xong, sau một thời gian nào đó, người mua mới phải trả tiền. Thời gian trả chậm có thể ngắn hoặc dài phụ thuộc vào mặt hàng mua bán và thoả thuận giữa hai bên. Việc trả chậm phải trả cả lãi suất tiền trả chậm cho người bán, do vậy, muốn biết việc mua hàng là đắt hay rẻ người ta cần phải xem xét số tiền tín dụng, thời hạn tín dụng, lãi suất tín dụng và điều kiện hoàn trả số tiền đó.

- *Trả tiền kết hợp:* Các bên có thể vận dụng cả ba cách trả tiền ở trên, ví dụ: hợp đồng trị giá 100.000USD cho phép trả ngay 60% trị giá hợp đồng sau khi bên bán giao hàng; 40% còn lại trả chậm trong vòng 3 tháng với lãi suất 0,5%/tháng.

g. Phương thức thanh toán.

Trong ngoại thương, những phương thức phổ biến thường áp dụng như: phương thức chuyển tiền, phương

thức ghi sổ, phương thức nhờ thu, phương thức tín dụng chứng từ... mỗi phương thức có đặc điểm riêng đòi hỏi những nghiệp vụ thanh toán riêng và mức độ an toàn cho người mua và người bán khác nhau. Cần phân biệt và hiểu rõ bản chất và yêu cầu cụ thể của mỗi phương thức để lựa chọn và ghi rõ trong hợp đồng.

Chứng từ thanh toán. Các chứng từ xuất trình để được thanh toán, thông thường được quy định bao gồm:

- Phương tiện thanh toán hay còn gọi là hối phiếu.

- Các chứng từ gửi hàng: Vận đơn đường biển hoàn hảo (Clean Bill of Lading); Giấy chứng nhận bảo hiểm nếu bán hàng theo điều kiện CIF hoặc CIP.

- Hóa đơn thương mại: Giấy chứng nhận trọng lượng, khối lượng (certificate of weight, quantity); Giấy chứng nhận về xuất xứ hàng hóa (certificate of origin); Giấy chứng nhận đóng gói bao bì (Packing list); Và một số chứng từ khác.

h. Điều khoản bao bì và ký mã hiệu.

Về bao bì: Trong buôn bán quốc tế, đại bộ phận hàng hóa đòi hỏi phải được đóng gói vào bao bì trong quá trình vận chuyển, nó có tác dụng bảo vệ hàng hóa suốt lộ trình từ nơi người bán sang nơi người mua, bao bì còn giúp cho việc giao nhận hàng được dễ dàng. Khi quy định về bao bì cần làm rõ: Loại bao bì gì, chất lượng của bao bì, giá cả của bao bì được tính chung với hàng hóa hay tính riêng. Tỷ lệ % bao bì không kèm theo để thay thế những bao bị rách, bị hỏng; bao bì do bên bán cung cấp đồng thời với việc giao hàng cho bên mua hay bên bán ứng trước bao bì

nhưng sau khi nhận hàng bên mua phải trả lại. Nên hạn chế quy định bao bì một cách chung chung như: quy định chất lượng bao bì phải phù hợp với phương thức vận tải nào đó, bao bì phải phù hợp với tiêu chuẩn xuất khẩu...

Ký mã hiệu: Đó là những ký hiệu bằng chữ, bằng số, bằng hình vẽ được ghi trên các bao bì hàng hóa nhằm thông báo các chi tiết cần thiết cho việc giao nhận, bốc dỡ, bảo quản hàng hóa. Nội dung của ký mã hiệu phải đáp ứng được các yêu cầu sau đây:

- Phải đủ những dấu hiệu cần thiết cho người nhận hàng như: tên người nhận và tên người gửi, trọng lượng tịnh và trọng lượng cả bì, số hợp đồng, số hiệu chuyến hàng, số hiệu kiện hàng.

- Những chi tiết cần thiết cho việc vận chuyển hàng hóa như: tên nước và tên địa điểm hàng đến, tên nước và tên địa điểm hàng đi, hành trình chuyên chở, số vận đơn, tên tàu, số hiệu của chuyến đi.

- Những dấu hiệu hướng dẫn cách xếp đặt, bốc dỡ và bảo quản hàng hóa trên đường đi từ nơi sản xuất đến nơi tiêu thụ như: Dễ vỡ, tránh mưa nắng, mở chỗ này, hàng độc hại, không lật ngược v.v...

Kẻ ký mã hiệu phải đảm bảo nguyên tắc: Sáng sủa, dễ đọc, không phai màu, không thấm nước sơn (hoặc mực), không làm ảnh hưởng đến phẩm chất hàng hóa.

i. Điều khoản bảo hành: Bảo hành là sự bảo đảm cho người mua về chất lượng của hàng hóa trong một thời gian nhất định. Thời hạn này được gọi là thời hạn bảo hành.Điều khoản này thường có trong các hợp đồng mua

sắm máymóc, thiết bị, nó quy định trách nhiệm của người bán về bồi thường hoặc sửa chữa miễn phí hàng hóa trong một thơi gian nhất định với điều kiện:

Những sai sót, hỏng hóc hàng hóa phát sinh trong điều kiện người mua tuân thủ theo đúng quy định về cách thức sử dụng và bảo quản. Những sai sót đó phải do nguyên vật liệu, hoặc do công nghệ không đạt tiêu chuẩn gây ra. Khi đưa điều khoản này vào hợp đồng mua bán ngoại thương cần đề cập đến những vấn đề sau:

- Trường hợp nào thì được bảo hành (Phạm vi bảo đảm của người bán);

- Thời hạn hoặc công suất máy móc được hành (ví dụ máy giặt được bảo hành 2 năm, bảo hành xe máy cho 10.000Km đầu tiên,...)

- Trách nhiệm của người bán trong thời hạn bảo hành.

- Cách thức và địa điểm bảo hành.

- *Điều khoản khiếu nại:* Khiếu nại là việc một bên yêu cầu bên kia phải giải quyết những tổn thất hoặc thiệt hại mà bên kia đã gây ra hoặc vi phạm những điều khoản của hợp đồng đã ký. Trong buôn bán Quốc tế, khiếu nại xoay quanh việc giao hàng không đúng số lượng, chất lượng, bao bì như đã thoả thuận, chứng từ người bán xuất trình không phù hợp với thực tế giao hàng và việc người bán chậm giao hàng, ở đây cần lưu ý:

- *Thể thức khiếu nại:* trong buôn bán Quốc tế khiếu nại phải làm bằng văn bản và bao gồm các chi tiết sau: tên hàng hóa khiếu nại, số lượng/định, biên bản của cơ quan bảo hiểm, vận đơn, bảng kê chi tiết, giấy chứng nhận phẩm

chất hàng hóa. phiếu đóng gói.... tất cả những chứng từ này đều phải dẫn chiếu đến số hiệu của hợp đồng và số hiệu của chứng từ vận tải có liên quan. Ngày khiếu nại được tính từ ngày bưu điện nơi gửi đóng dấu lên thư bảo đảm.

- *Thời hạn khiếu nại:* Vấn đề này được xác định dựa vào các yếu tố như: Ưu thế của bên mua và bên bán. Nếu thị trường về phía người mua, thì thời hạn khiếu nại sẽ kéo dài hơn; Thời hạn khiếu nại đối với hàng tươi sống thường ngắn hơn so với hàng thông thường; thời hạn đối với hàng tiêu dùng ngắn hơn so với thời hạn khiếu nại của hàng là thiết bị, máy móc; Thời hạn khiếu nại về phẩm chất bao giờ cũng dài hơn thời hạn khiếu nại về số lượng; Thời hạn khiếu nại nếu không được ghi trong hợp đồng thì, theo Luật thương mại Việt nam quy định ở điều "241" khiếu lại về số lượng có thời hạn là 3 tháng, khiếu nại về chất lượng có thời hạn là 6 tháng, tất cả đều tính từ ngày giao hàng".

- *Quyền và nghĩa vụ của các bên liên quan:* Thông thường khiếu nại của người mua không thể là cơ sở để họ từ chối không nhận những lô làng tiếp theo của cùng một hợp đồng. Người ta còn quy định nghĩa vụ của người mua phải: Để nguyên trạng hàng hóa, có sự bảo quản cẩn thận, đồng thời báo cho người bán biết về nơi để hàng và về thời hạn hàng đó sẵn sàng kiểm tra lại. Lập biên bản giám định về tất cả các khuyết tật đã được phát hiện, theo những nguyên tắc hiện hành ở nước người mua. Gửi cho người bán đơn khiếu nại lập đúng theo thủ tục và đúng trong thời hạn đã được thoả thuận; Người bán có quyền kiểm tra cơ sở khiếu nại của người mua bằng cách xem xét hàng hóa tại chỗ. Người bán phải xem xét đơn khiếu nại trong thời

hạn quy định và thông báo quyết định của mình về đơn khiếu nại. Nếu như trong thời hạn này, người bán không có ý kiến gì về đơn khiếu nại thì coi như khiếu nại đã được người bán chấp nhận và người mua có quyền đưa ra trọng tài với mọi chi phí người bán phải chịu.

- *Cách thức giải quyết khiếu nại:* Giao tiếp các hàng hóa bị thiếu hụt hoặc bằng những đợt giao hàng riêng, bằng cách giao thêm trong đợt giao hàng sau; Nhận lại hàng bị khiếu nại và trả tiền cho người mua; Sửa chữa khuyết tật về hàng khiếu nại với chi phí do người bán chịu; Thay thế những hàng hóa khác cho hàng bị khiếu nại; Giảm giá đối với số hàng bị khiếu nại hoặc đánh thụt giá toàn bộ lô hàng theo tỷ lệ thuận với mức khuyết tật.

l. Điều khoản về các trường hợp bất khả kháng.

Bất khả kháng là trường hợp các nhân tố khách quan tác động làm cho hợp đồng không thể thực hiện được và trong trường hợp này không ai bị coi là phải chịu trách nhiệm bồi thường. Sự kiện bất khả kháng xảy ra với ba đặc điểm:

- Sự kiện không thể lường trước được, mang tính bất ngờ; Những sự kiện mà người mua và người bán không thể vượt qua; Những sự kiện đó phải xảy ra từ bên ngoài, mang tính khách quan. Khi quy định điều khoản này, các bên có thể dùng các cách sau: Hoặc chỉ quy định những tiêu chí để xác định một sự kiện có phải trường hợp bất khả kháng hoặc khó khăn; Hoặc liệt kê các sự kiện (lũ lụt, bão, động đất, chiến tranh, đình công, quy định cấm xuất khẩu của chính phủ,...) mà khi xảy ra được coi là trường hợp bất khả kháng hoặc khó khăn; Hoặc dẫn chiếu đến văn

bản của phòng thương mại Quốc tế như sau: "điều khoản trường hợp bất khả kháng (miễn trách) của phòng thương mại Quốc tế (xuất bản phẩm của ICC số 421) là phần không tách rời của hợp đồng này".

Để giải quyết các tranh chấp nếu có sau này, trong điều khoản bất khả kháng cần nêu ba vấn đề quan trong sau đây: Các sự kiện được xem là bất khả kháng; thủ tục ghi nhận sự kiện bất khả kháng; cách giải quyết hậu quả của các trường hợp bất khả kháng.

m. Điều khoản trọng tài: Khi các bên giao dịch thoả thuận giải quyết tranh chấp bằng trọng tài thì ở điều khoản trọng tài cần quy định những nội dung sau : ai là người đứng ra phân xử (toà án quốc gia hay toà án trọng tài, trọng tài nào, thành lập ra sao) để giải quyết tranh chấp giữa các bên giao dịch khi các tranh chấp này không thể giải quyết bằng con đường thương lượng; Luật nào được áp dụng vào xét xử; địa điểm tiến hành trọng tài; cam kết chấp hành tài quyết; phân định chi phí trọng tài.

8.6. Câu hỏi ôn tập và thảo luận

1. Phân tích cơ sở khách quan và nội dung của các mối quan hệ kinh tế trong hoạt động Logistics. Vì sao lại phải thiết lập hợp lý các mối quan hệ kinh tế?
2. Lựa chọn các mối quan hệ kinh tế trong hoạt động Logistics. Vì sao các mối quan hệ kinh tế ngày càng trở nên phức tạp?
3. Quan hệ kinh tế trực tiếp và quan hệ kinh tế gián tiếp được sử dụng trong trường hợp nào? ưu nhược điểm của các mối quan hệ kinh tế đó?

4. Nhiệm vụ và nội dung của tổ chức các mối quan hệ kinh tế trong hoạt động Logistics?

5. Cơ sở pháp lý của các mối quan hệ kinh tế. Phân tích sự giống nhau và khác nhau giữa hợp đồng mua bán hàng hoá và hợp đồng mua bán ngoại thương?

6. Thưởng phạt hợp đồng kinh tế có tác động tích cực và tiêu cực như thế nào đến nền kinh tế nói chung và hoạt động Logistics nói riêng?

7. Giả sử có 2 nơi giao hàng là M và N. ở M có khả năng cung ứng là 2 toa hàng, ở N có khả năng cung ứng 4 toa hàng. Có 6 điểm nhận hàng (A,B,C,D,E,F) và mỗi nơi nhận hàng từ M và N là 1 toa hàng. Hãy xác định các đơn vị mua hàng ghép với M và N sao cho quãng đường vận chuyển ngắn nhất và xác định độ dài vận chuyển bình quân? Xác lập giới hạn ghép trong trường hợp này. Số liệu để tính ở bảng sau:

Đơn vị nhận hàng	Khoảng cách đến các đơn vị giao hàng (km)	
	M	N
A	500	600
B	150	500
C	320	700
D	950	1280
E	1700	2100
F	550	100

Chương 9

HỆ THỐNG THÔNG TIN LOGISTICS

Phạm vi chương

Thông tin là một trong những yếu tố quan trọng trong quản lý Logistics và chuỗi cung ứng hàng hóa. Áp dụng công nghệ thông tin (CNTT) để quản lý toàn bộ hoạt động của hệ thống chuỗi cung ứng sẽ đem lại giá trị to lớn cho các doanh nghiệp. Trên cơ sở xem xét các bộ phận tham gia vào hoạt động Logistics và chuỗi cung ứng hàng hóa, chương này sẽ giới thiệu tổng quan các khái niệm về công nghệ thông tin Logistics, hệ thống thông tin Logistics, các hệ thống trong hệ thống thông tin Logistics.

9.1. Khái quát về Công nghệ thông tin Logistics

Công nghệ thông tin (CNTT) là một thành phần quan trọng trong hạ tầng mềm của lĩnh vực Logistics với nhiều giá trị gia tăng. Công nghệ Logistics mới dựa trên sự phát triển nhanh chóng của tin học trong thập kỷ qua. Các công nghệ này đã được áp dụng và triển khai ở các doanh nghiệp Logistics trong hầu hết các lĩnh vực như: Dịch vụ khách hàng; Kênh tiếp thị; Điều chỉnh thông tin; Hoạt động tài chính; Các liên minh chiến lược; Mua sắm điện tử; Truyền thông; Quản lý nhân sự; Tin học hóa công việc của nhân viên thương mại. Việc triển khai các công nghệ trong Logistics mang lại nhiều lợi ích như: Tăng hiệu suất; Tăng lợi thế cạnh tranh; Tăng khả năng đáp ứng; Đảm bảo tuân thủ đáp ứng nhu cầu phân tích báo cáo.

9.1.1. Các công nghệ sử dụng trong Logistics

Trên thế giới, các quốc gia như Singapore, Hồng

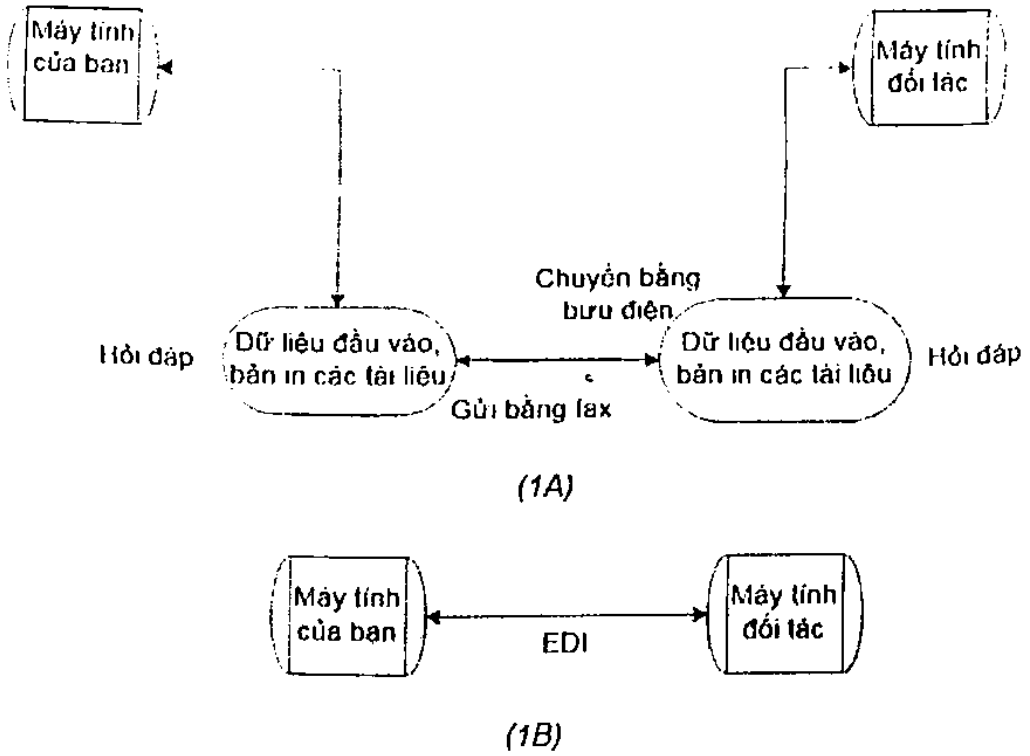
Kông đã rất thành công trong việc ứng dụng CNTT vào một số hoạt động: xử lý giao dịch, trao đổi dữ liệu, quản lý cảng biển, sử dụng công nghệ trong xếp dỡ, giám sát, ...Các công nghệ đang trở nên phổ biến trong hoạt động Logistics có thể kể đến là:

Mã vạch (Barcode): Là công nghệ nhận dạng tự động thông dụng nhất. Tính nhất quán của công nghệ này là yếu tố quan trọng đối với năng suất và hiệu quả. Mã vạch lưu trữ dữ liệu theo chuỗi các thanh màu đen và trắng song song với các chiều rộng và khoảng cách khác nhau. Chúng có thể được đọc bởi các máy quét quang học được gọi là đầu đọc mã vạch hoặc quét từ một hình ảnh bằng phần mềm đặc biệt.

Trao đổi dữ liệu điện tử (EDI - Electronic Data Interchange): Trao đổi dữ liệu điện tử EDI được hiểu là "việc trao đổi điện tử của các tài liệu kinh doanh như đơn đặt hàng, hóa đơn, ... từ máy tính của một tổ chức này tới tổ chức khác theo một định dạng chuẩn". EDI ra đời với mục tiêu giảm thiểu chi phí xử lý văn bản giấy tờ và đạt được các lợi thế cạnh tranh tạo ra bằng cách rút ngắn thời gian trong chu trình xử lý. Hình 9.1 mô tả quá trình trao đổi dữ liệu bằng EDI so với các phương pháp truyền thống.

Công nghệ RFID (Radio Frequency Identification): RFID là công nghệ nhận dạng đối tượng bằng sóng vô tuyến. Công nghệ này cho phép nhận biết các đối tượng thông qua hệ thống thu phát sóng radio, từ đó có thể giám sát, quản lý hoặc lưu vết từng đối tượng. RFID là một phương pháp nhận dạng tự động dựa trên việc lưu trữ dữ

liệu từ xa, sử dụng thiết bị thẻ RFID và một đầu đọc RFID. Các hệ thống RFID có thể được sử dụng ở mọi nơi, từ thẻ gắn trên quần áo đến tên lửa, từ các thẻ trên vật nuôi cho đến thực phẩm - bất cứ nơi đâu cần hệ thống nhận dạng duy nhất. Với ưu điểm về mặt công nghệ là sự bảo mật và độ an toàn của các thiết bị, công nghệ RFID được ứng dụng trong nhiều lĩnh vực như quản lý bán hàng, quản lý kho, quản lý tài sản, kiểm soát ra vào, tổ chức sự kiện...



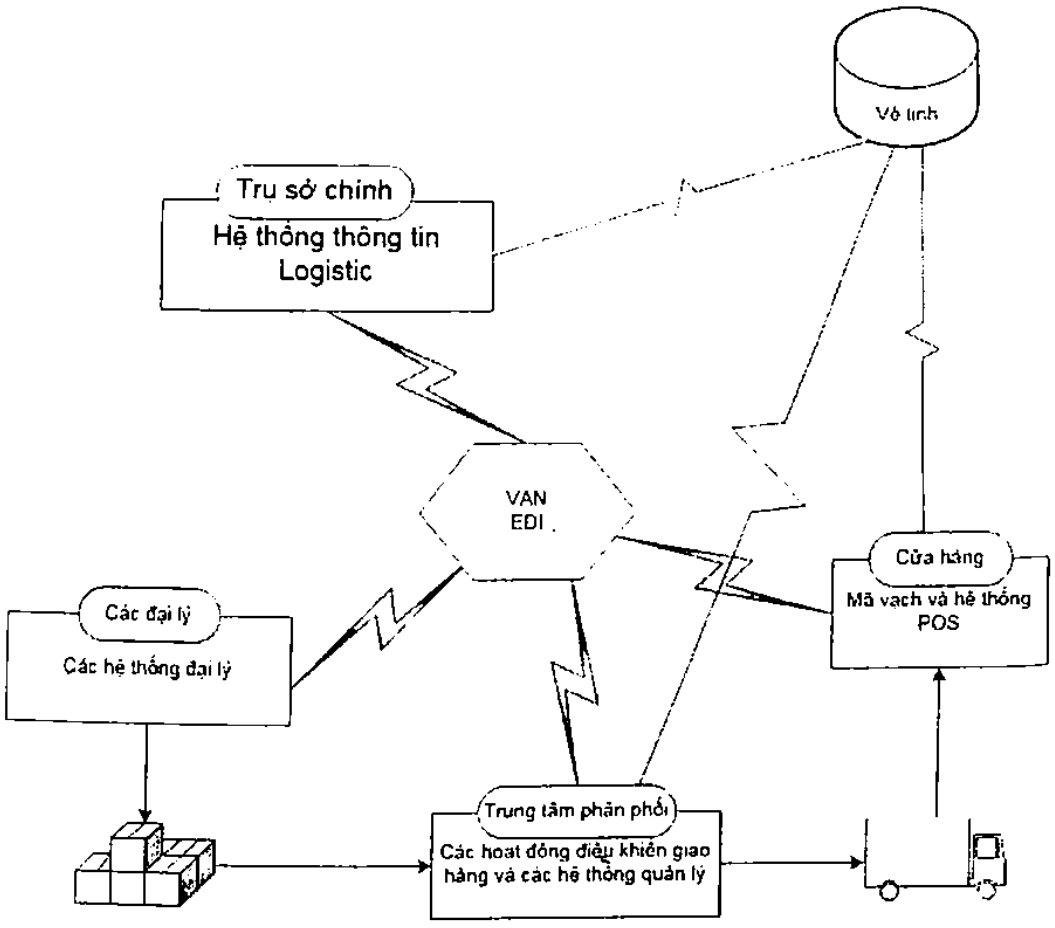
Hình 9.1. Mô hình trao đổi dữ liệu sử dụng EDI

Công nghệ truyền thông thời gian thực: Khả năng truyền thông thời gian thực của công nghệ thông tin Logistics là cần thiết để duy trì dòng thông tin. Một trong những vai trò quan trọng của CNTT Logistics là kiểm soát thông tin hàng tồn kho. Để theo dõi hàng hoá, hệ thống

thông tin Logistics của đối tác kinh doanh cần có khả năng truyền thông theo thời gian thực. Truyền thông thời gian thực cũng cho phép thay đổi lịch trình trong hệ thống định tuyến và định tuyến động khi xe đã ra đường. Nếu có bất kỳ thay đổi nào ở phút cuối cùng trong hệ thống định tuyến hoặc lập kế hoạch hoặc theo dõi liên tục có thể thực hiện với khả năng truyền thông thời gian thực của các hệ thống tương ứng.

9.1.2. Mô hình hệ thống công nghệ thông tin trong doanh nghiệp

Neng Chiu (1995) giới thiệu mô hình hệ thống quản lý Logistics tích hợp. Đây là mô hình hệ thống công nghệ thông tin Logistics điển hình của các doanh nghiệp lớn với hệ thống phân phối trải rộng nhiều khu vực và mỗi khu vực gồm chuỗi cửa hàng bán lẻ. Các thiết bị đầu cuối trong mỗi cửa hàng được kết nối với máy tính. Chúng được kết nối với mạng vệ tinh và có thể được truy cập trực tiếp bởi các máy tính lớn của trung tâm phân phối. Các máy tính lớn tại trụ sở cập nhật tất cả các bản ghi về các giao dịch hiện thời tại mỗi trung tâm phân phối. Vì vậy, mỗi đơn đặt hàng có được thể truyền một cách trực tiếp, chính xác từ máy tính lớn đến máy tính của các nhà cung cấp. Các đơn đặt hàng được truyền thông qua hệ thống trao đổi dữ liệu điện tử. Việc giao hàng từ các trung tâm phân phối đến các cửa hàng bán lẻ tuân thủ theo lịch trình vận tải. Tuy nhiên, với các công ty địa phương, chỉ cần sử dụng kết nối bằng đường truyền tối thiểu như đường dây điện thoại chuẩn hoặc đường dây thuê bao là có thể đáp ứng được các công việc trên.



Hình 9.2. Mô hình hệ thống công nghệ thông tin Logistics

Nguồn: Neng Chiu (1995)

9.2. Hệ thống thông tin Logistics (Logistics Information System - LIS)

9.2.1. Khái quát về hệ thống thông tin logisitcs

Có thể thấy, Logistics là một lĩnh vực nghiên cứu tập trung vào việc thiết kế, triển khai luồng và lưu trữ hàng hóa từ nơi sản xuất đến nơi tiêu thụ. Hệ thống Logistics có các thành phần chính. Đó là: (1) Các dịch vụ Logistics; (2) Hệ thống thông tin Logistics; (3) Cơ sở hạ tầng và các

nguồn lực Logistics. Trong đó, hệ thống thông tin Logistics bao gồm việc mô hình hóa và quản lý việc ra quyết định, quan trọng hơn nữa là vấn đề theo dõi và tìm vết. Hệ thống thông tin Logistics cũng cung cấp dữ liệu cần thiết và tra cứu từng bước tương tác giữa các dịch vụ Logistics với các trạm đến. Hệ thống thông tin là một nguồn tài nguyên quan trọng với các doanh nghiệp nói chung và doanh nghiệp Logistics nói riêng. Hệ thống thông tin logisitcs (Logistics Information System – LIS) là một thuật ngữ mới kết hợp giữa *Logistics* và *hệ thống thông tin*. Hệ thống này khá phức tạp, do vậy cần quản lý trong nội bộ từng tổ chức, bộ phận, từng khâu trong dây chuyền cung ứng và sự kết nối thông tin giữa các bộ phận, tổ chức và nhiều công đoạn.

9.2.2. Khái niệm hệ thống thông tin Logistics

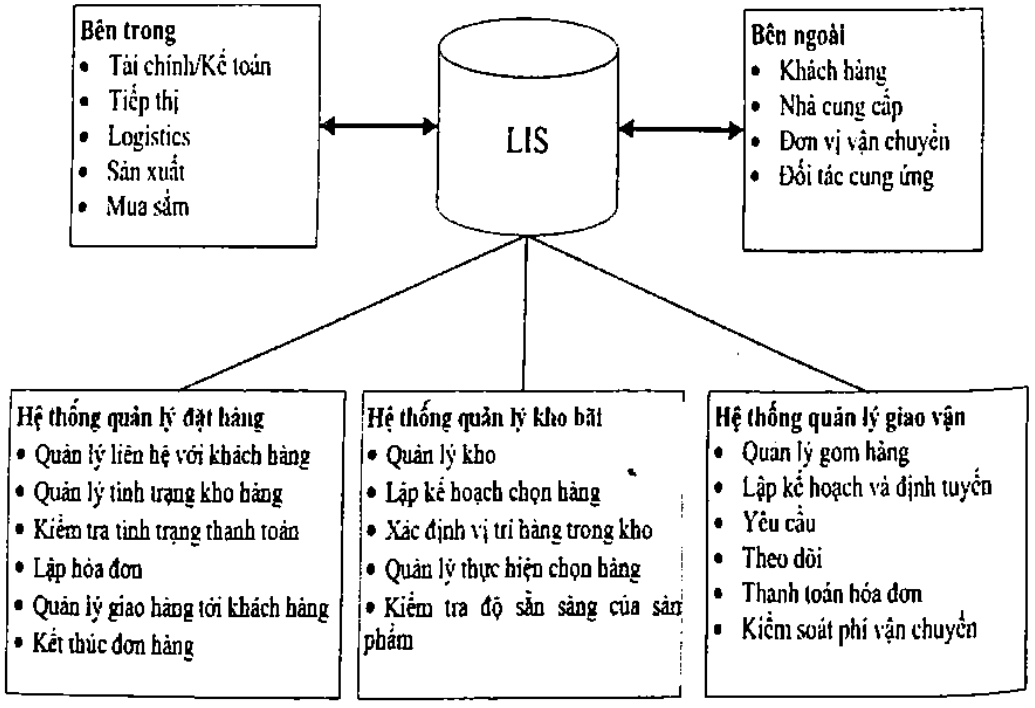
Theo Ballou (1993): Hệ thống thông tin Logistics là một hệ thống con của hệ thống thông tin quản lý cung cấp thông tin cụ thể cho việc quản lý Logistics. Cũng như những hệ thống thông tin khác, hệ thống này cần có nhu cầu chuyển thông tin và bao gồm 3 phần cơ bản: nhập dữ liệu, xử lý và xuất báo cáo. LIS kết hợp giữa phần cứng và phần mềm để quản lý, điều khiển và đo lường các hoạt động Logistics. Trong đó phần cứng bao gồm máy tính, máy chủ, công nghệ Internet, các thiết bị đầu vào đầu ra, các kênh truyền thông, barcode, RF, lưu trữ đa phương tiện. Phần mềm bao gồm các hệ thống và chương trình ứng dụng.

Khái niệm: Hệ thống thông tin Logistics là một cấu trúc tương tác giữa con người, thiết bị, các phương pháp

và quy trình nhằm cung cấp các thông tin thích hợp cho các nhà quản trị Logistics với mục tiêu lập kế hoạch, thực thi và kiểm soát Logistics hiệu quả.

9.2.3. Cấu trúc LIS

Tổng quan về hệ thống thông tin Logistics có thể mô tả trong hình dưới đây:



Hình 9.3: Tổng quan về LIS

Mô hình trên cho thấy, một hệ thống thông tin Logistics có thể bao gồm một số hệ thống chính như: Hệ thống quản lý đặt hàng; Hệ thống quản lý kho bãi; Hệ thống quản lý giao vận. Trong đó, hệ thống quản lý đặt hàng sẽ thực hiện các chức năng quản lý đó là: quản lý liên hệ với khách hành, quản lý tình trạng kho hàng, kiểm tra tình trạng hóa đơn, lập hóa đơn, quản lý giao hàng và kết thúc đơn hàng. Hệ thống quản lý kho bãi sẽ đảm nhận một

số nhiệm vụ như: chọn hàng, xác định vị trí hàng hóa trong kho, kiểm tra tính sẵn sàng của từng loại sản phẩm. Hệ thống quản lý giao vận sẽ thực hiện các công việc: quản lý gom hàng, lập kế hoạch và định tuyến, đưa ra yêu cầu, theo dõi quá trình giao vận, thanh toán hóa đơn và kiểm soát phí vận chuyển của các loại hàng hóa.

Hệ thống LIS cũng thực hiện quá trình tương tác với các hoạt động bên trong của doanh nghiệp như: các hoạt động liên quan đến tài chính, kế toán, tiếp thị, hậu cần, sản xuất và mua sắm.

Ngoài ra, các đối tượng bên ngoài là khách hàng, nhà cung cấp, đơn vị vận chuyển, đối tác cung ứng cũng sẽ tác động vào LIS

9.2.4. Dữ liệu Logistics

Là một loại hoạt động nghiệp vụ đặc thù, Logistics không hoạt động riêng lẻ mà là một chuỗi các dịch vụ được cung cấp và liên kết chặt chẽ với nhau và có sự trợ giúp rất quan trọng của CNTT đặc biệt là hệ thống dữ liệu. Hệ thống dữ liệu Logistics làm nhiệm vụ thu thập, xử lý, lưu trữ dữ liệu trong nội bộ từng tổ chức thuộc hệ thống Logistics, dữ liệu trong từng bộ phận chức năng của doanh nghiệp logistic, dữ liệu trong từng khâu của dây chuyền cung ứng. Với bất kỳ hoạt động nào, dữ liệu cần phải được làm chủ, quản lý, kiểm soát, đo lường, dự báo, tối ưu hóa và theo dõi. Ngoài ra, nó cũng cần phải được nắm bắt, lưu trữ, phân tích, sử dụng, chia sẻ và truyền tải theo một thứ tự để trở thành cơ sở cho việc ra quyết định hiệu quả ở mọi cấp độ tổ chức và ở mọi giai đoạn của chuỗi cung ứng. Do đó, cần có sự trao đổi qua lại giữa dòng dữ liệu, dòng sản

phẩm, và dòng tiền tệ trong chuỗi cung ứng.

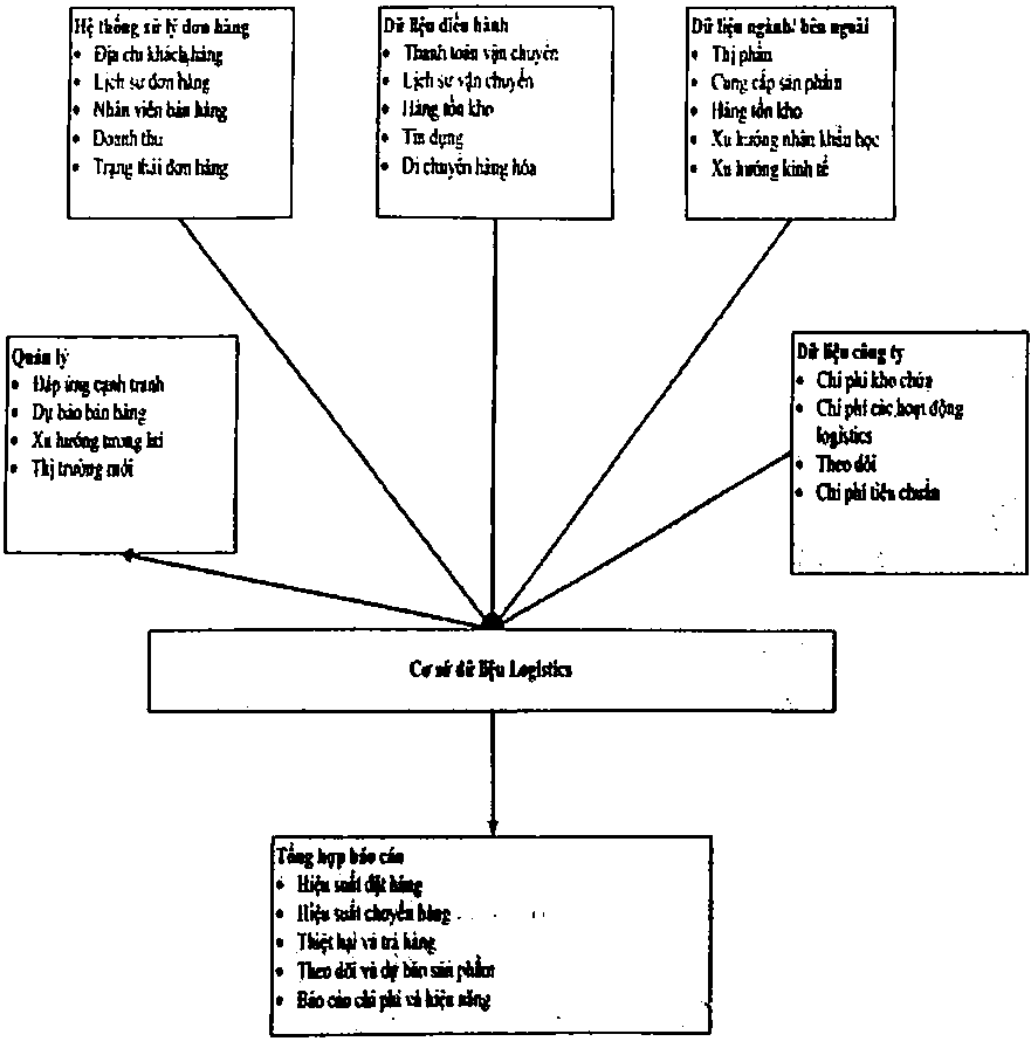
Trong hệ thống dữ liệu phức tạp đó, thì việc xử lý các đơn đặt hàng của khách hàng là trung tâm của toàn bộ hệ thống logistic. Tốc độ và chất lượng của luồng dữ liệu để xử lý đơn đặt hàng tác động trực tiếp đến chi phí và hiệu quả của toàn bộ quá trình. Nếu dữ liệu được trao đổi nhanh chóng và chính xác thì hoạt động sẽ hiệu quả còn nếu trao đổi dữ liệu chậm chạp, sai sót sẽ làm tăng các khoản chi phí lưu kho, lưu bãi, vận tải. Hệ thống dữ liệu là yếu tố không thể thay thế trong việc hoạch định và kiểm soát hệ thống Logistics.

Thông qua hệ thống thông tin Logistics, dữ liệu được ghi nhận, lưu trữ và phục vụ cho các báo cáo. Các dữ liệu này được đưa vào từ nhiều nguồn thông tin như: Dữ liệu về ngành, lĩnh vực; Dữ liệu từ công ty; Dữ liệu từ quá trình đặt hàng của khách hàng (dữ liệu khách hàng, dữ liệu thanh toán, dữ liệu vận chuyển, dữ liệu kho, dữ liệu hàng hóa, dữ liệu tín dụng khách hàng, trạng thái đơn hàng, ...) Các dữ liệu này được tập trung và hợp nhất trong một hệ thống chung.

Có thể phân chia dữ liệu đưa vào thành các nhóm: Nhóm dữ liệu xử lý đơn hàng; Nhóm dữ liệu điều hành; Nhóm dữ liệu ngành bên ngoài; Nhóm dữ liệu quản lý; Dữ liệu về công ty; Nhóm dữ liệu trích xuất báo cáo

Trong đó:

- Dữ liệu xử lý đơn hàng bao gồm: Thông tin khách hàng; Địa chỉ khách hàng; Nhân viên thực hiện bán hàng; Trạng thái đơn hàng; Lịch sử xử lý đơn hàng; Doanh thu bán hàng.



Hình 9.4: Dữ liệu LIS

- Dữ liệu điều hành gồm: Thông tin thanh toán, vận chuyển; Lịch sử vận chuyển; Thông tin hàng tồn kho; Thông tin di chuyển hàng hóa; Thông tin tín dụng.

- Dữ liệu ngành: Thông tin về thị phận; thông tin hàng tồn kho; thông tin cung cấp sản phẩm; xu hướng nhân khẩu học; xu hướng kinh tế.

- Dữ liệu quản lý: Thông tin và dữ liệu nhằm đáp ứng cạnh tranh; Dự báo bán hàng; Xu hướng tương lai; Thị trường mới.

- Dữ liệu công ty: Các dữ liệu về chi phí lưu kho; Chi phí các hoạt động Logistics; Các dữ liệu theo dõi và các chi phí tiêu chuẩn.

- Thông tin tổng hợp báo cáo: Báo cáo về hiệu suất đặt hàng; Hiệu suất chuyển hàng; Thiệt hại và trả hàng; Theo dõi và dự báo sản phẩm; Báo cáo chi phí và hiệu năng.

Như vậy có thể thấy, hệ thống dữ liệu Logistics là một một bộ phận của hệ thống dữ liệu toàn doanh nghiệp. Nó hướng tới những vấn đề đặc thù của quá trình ra các quyết định về số lượng và quy mô của mạng lưới cơ sở Logistics, về hoạt động mua và dự trữ hàng hóa, về việc lựa chọn phương thức vận chuyển và đơn vị vận tải phù hợp. Hệ thống dữ liệu là một nguồn tài nguyên quan trọng với các doanh nghiệp nói chung và với các doanh nghiệp trong lĩnh vực Logistics nói riêng. Dữ liệu cũng giúp cho doanh nghiệp thấy được các hoạt động Logistics một cách rõ nét, nhờ đó nhà quản trị có thể cải thiện tốt hơn trong quá trình thực hiện.

9.2.5. Một số lợi ích

Có thể thấy, dữ liệu trong quản trị Logistics là chất kết dính hoạt động Logistics trong các nỗ lực hợp nhất của nhà quản trị. Dữ liệu này cung cấp cơ sở cho các quyết định lập kế hoạch, thực thi và kiểm tra hiệu quả hoạt động Logistics. Nếu không quản trị tốt dữ liệu, các nhà quản trị Logistics không thể biết được khách hàng muốn gì, cần dự trữ bao nhiêu và khi nào cần sản xuất và vận chuyển.

Hệ thống dữ liệu Logistics giúp các nhà quản lý nắm

vững dữ liệu về biến động của nhu cầu, thị trường và nguồn cung ứng. Điều này giúp cho nhà quản trị chủ động được kế hoạch mua hàng, giao hàng, dự trữ, mua dịch vụ vận tải một cách hợp lí thỏa mãn yêu cầu của khách hàng với mức chi phí thấp nhất.

LIS góp phần đảm bảo việc sử dụng linh hoạt các hoạt động Logistics, xây dựng chương trình Logistics hiệu quả, chỉ rõ thời gian, không gian và phương pháp vận hành các chu kỳ hoạt động trong Logistics.

LIS cũng có thể mang lại một số lợi ích như: tăng tầm nhìn và kiểm soát sản phẩm; Tạo ra lợi thế cạnh tranh; Mang lại giá trị kinh tế cao hơn thông qua việc giảm chi phí và tăng doanh thu; Kết nối trực tiếp với khách hàng.

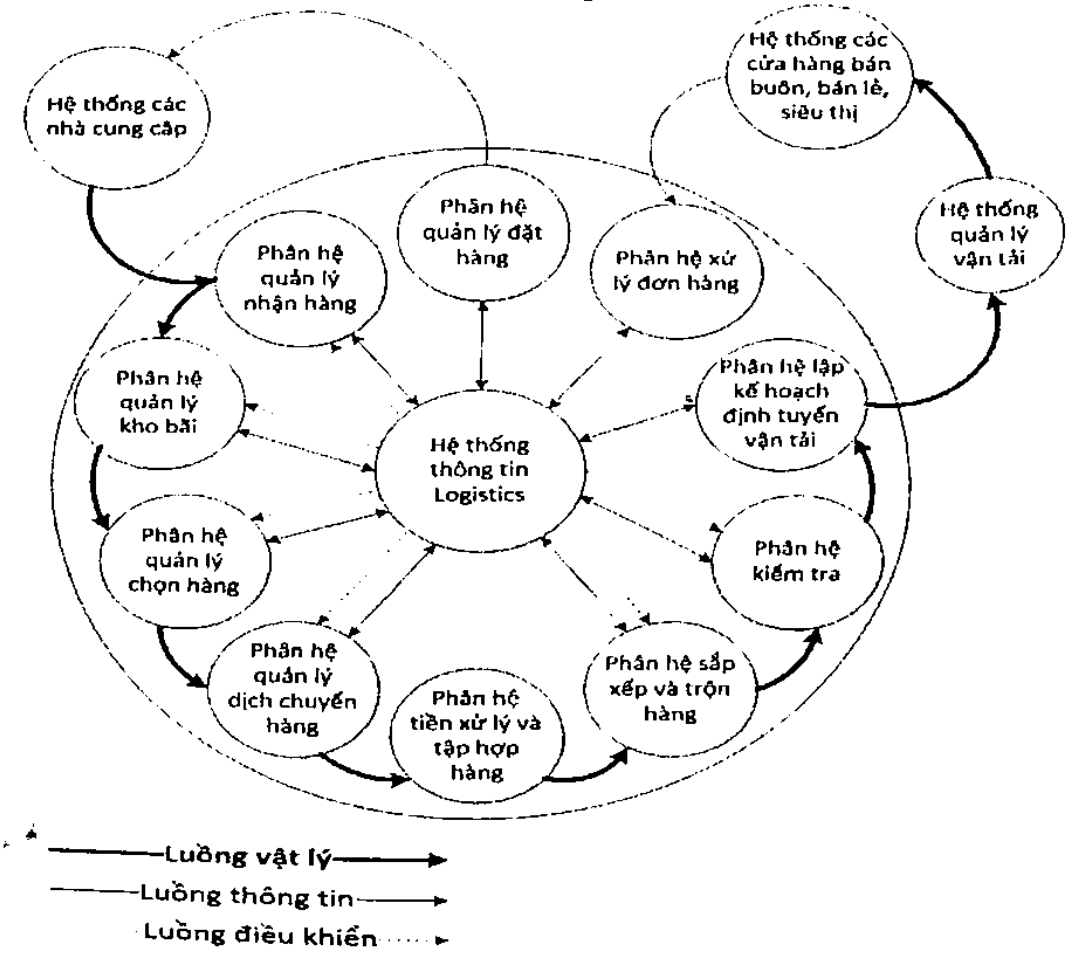
Việc triển khai đầy đủ các công nghệ mới và hệ thống dữ liệu sẽ giúp doanh nghiệp quản lý một cách đồng bộ các hoạt động nghiệp vụ, mang lại lợi ích lâu dài và bền vững cho doanh nghiệp.

9.3. Các hệ thống phần mềm ứng dụng trong Logistics

9.3.1. Tổng quan các hệ thống trong hệ thống thông tin Logistics

Hệ thống dữ liệu Logistics bao gồm dữ liệu từ nhiều hệ thống con và có thể trao đổi dữ liệu với các hệ thống bên ngoài. Các hệ thống còn tham gia vào hệ thống dữ liệu Logistics là: hệ thống quản lý đặt hàng, hệ thống quản lý nhận hàng, hệ thống quản lý kho bãi, hệ thống quản lý chọn hàng, hệ thống quản lý dịch chuyển hàng hóa, hệ thống tiền xử lý và tập hợp hàng hóa, hệ thống sắp xếp và trộn hàng, hệ thống kiểm tra, hệ thống lập kế hoạch định tuyến vận tải, hệ thống xử lý đơn hàng. Các hệ thống này trao đổi dữ liệu

trực tiếp với hệ thống dữ liệu Logistics và nhận các dữ liệu điều khiển ngược lại nhằm đảm bảo quá trình theo dõi cung ứng hàng hóa hiệu quả. Các hệ thống này cũng trao đổi dữ liệu vật lý theo quy trình nghiệp vụ của từng doanh nghiệp. Bên cạnh đó, còn có các hệ thống bên ngoài trao đổi dữ liệu với hệ thống dữ liệu Logistics là: hệ thống quản lý vận tải, hệ thống của nhà cung cấp và hệ thống các cửa hàng bán buôn, bán lẻ, siêu thị. Phần tiếp theo sẽ trình bày về các hệ thống trong hệ thống dữ liệu Logistics.



Hình 9.5. Các hệ thống và luồng dữ liệu trong hệ thống dữ liệu Logistics

Nguồn: Neng Chiu (1995)

9.3.2. Hệ thống quản lý đặt hàng

Hệ thống này có vai trò quản lý dữ liệu trong chuỗi hoạt động đặt hàng như: ước lượng và đánh giá nhu cầu cho từng mặt hàng cụ thể; quyết định loại sản phẩm và sản phẩm sẽ đặt mua; lựa chọn nhà cung cấp; thỏa thuận mua hàng về giá, số lượng, phương thức đóng gói, phương thức thanh toán và giao hàng...; đặt hàng; đánh giá các nhà cung cấp. Hệ thống quản lý đặt hàng có liên hệ mật thiết với hệ thống quản lý nhận hàng, hệ thống quản lý kho bãi cũng như hệ thống quản lý của nhà cung cấp. Tuy nhiên hệ thống quản lý đặt hàng không bao gồm các hoạt động quản lý kho bãi và kiểm soát chất lượng hàng.

9.3.3. Hệ thống quản lý nhận hàng

Hệ thống này nhằm quản lý các hoạt động: kiểm tra hàng hóa nhập phù hợp với dữ liệu kĩ thuật của hàng đặt; kiểm tra các thiết bị được sử dụng đã được chuẩn bị một cách chính xác theo quy định và hướng dẫn của nhà sản xuất, yêu cầu của công việc, ...; kiểm tra khu vực được sử dụng để nhận hàng đã đạt yêu cầu về chỗ trống và đảm bảo an toàn. Đồng thời hệ thống này có nhiệm vụ mô tả phương pháp đúng để xử lý, di chuyển và xếp hàng xuống; sử dụng các thiết bị phù hợp để nâng, di chuyển và xếp hàng sao đúng với các thủ tục và thực tiễn của tổ chức. Sau khi kiểm tra hàng hóa đã được dỡ xuống một cách an toàn, phù hợp với yêu cầu lưu trữ thì hoàn thành tất cả các giấy tờ cần thiết một cách chính xác.

9.3.4. Hệ thống quản lý kho bãi

Hệ thống quản lý kho bãi đảm bảo duy trì việc cập

nhật lượng hàng giao từ nhà cung cấp và lượng hàng đặt của khách hàng giúp lưu trữ hàng tồn kho theo thời gian thực. Hoạt động tích lũy hàng tồn cho phép kho hàng hoạt động như một bộ đệm, cân bằng về cung và cầu lưu trữ theo các kế hoạt đột xuất hay dài hạn. Việc duy trì số lượng hàng tồn kho như một kế hoạch dự phòng đảm bảo đáp ứng các đơn hàng đầy đủ và đúng thời gian cũng như việc đặt hàng cho nhà cung cấp một cách kịp thời. Hệ thống quản lý kho bãi còn lưu trữ các dữ liệu về quy mô kho, các khu vực kho chứa từng loại hàng hóa, các dữ liệu tài nguyên sẵn dùng của kho như máy móc, thiết bị kho, nhân viên kho...

9.3.5. Hệ thống quản lý chọn hàng

Dựa vào các đơn hàng đã được chuẩn bị và và xử lý trước, hệ thống quản lý chọn hàng sẽ nhặt và gom hàng trong kho. Việc nhặt hàng được thực hiện theo các tiêu chí như: quy mô đơn hàng, mức độ khẩn cấp của đơn hàng, và sự ràng buộc giữa các đơn hàng. Việc lấy hàng tuân theo các quy tắc như: vào trước lấy trước-FIFO (First-In-First-Out) hay hết hạn trước sẽ lấy trước –FEFO (First Expired First Out), ... Hệ thống này xác định và chi tiết hóa vị trí vật lý kho hàng phù hợp với kế hoạch.

9.3.6. Hệ thống quản lý sắp xếp dịch chuyển hàng hóa

Hệ thống quản lý dịch chuyển hàng nhằm quản lý các hoạt động thay đổi vị trí hàng hóa trong cùng kho hoặc giữa các kho với nhau. Quá trình dịch chuyển đòi hỏi phải xác định chính xác vị trí, kiểu, màu sắc, số lượng, kích thước, trọng lượng của hàng hóa cũng như các phương pháp vận chuyển và xử lý hàng nhằm đảm bảo cho việc di

chuyển an toàn và chính xác. Đồng thời làm rõ các nguy cơ có thể xảy ra trong quá trình di chuyển và phương án xử lý tương ứng. Bên cạnh đó, hệ thống này còn ghi nhận, lưu trữ dữ liệu trước và sau dịch chuyển để đảm bảo việc xác định chính xác vị trí từng lô hàng.

9.3.7. Hệ thống tiền xử lý và tập hợp hàng hóa

Hệ thống này thực hiện hoạt động thu thập các dữ liệu, tập hợp các đơn hàng để gửi đi. Đồng thời tiến hành kiểm tra khu vực sử dụng để gửi hàng, kiểm tra tình trạng kho để sẵn sàng cho việc tập hợp theo chủng loại và số lượng hàng đặt. Trong lúc hàng hóa đang được tập hợp, cần phải duy trì các điều kiện ràng buộc để chuẩn bị cho giai đoạn tiếp theo.

9.3.8. Hệ thống sắp xếp và trộn hàng

Hàng hóa trong hệ thống Logistics cần phải được tập hợp, sắp xếp và trộn với nhau ở nhiều khâu. Để giảm thiểu chi phí, hệ thống quản lý hoạt động Logistics cần tăng cường khả năng tự động hóa. Việc sắp xếp và trộn hàng phụ thuộc vào yêu cầu kỹ thuật của hệ thống. Điển hình như trong những dây chuyền có nhiều nhánh, hệ thống này đảm bảo việc trộn và xếp cùng nhau vào gói hoặc thùng theo dây chuyền một cách tự động. Ngoài ra, hệ thống này cũng đưa ra việc lựa chọn các đơn hàng phù hợp với khả năng chứa của xe theo lộ trình tương ứng.

9.3.9. Hệ thống kiểm tra

Chức năng chính của hệ thống này là thực hiện việc kiểm tra lượng hàng tồn kho theo các quy định của tổ chức. Sau đó ghi lại các kết quả kiểm tra hàng tồn kho một

cách chính xác. Từ đó đối chiếu kết quả với với dữ liệu ban đầu để chỉ ra sự khác biệt. Nếu có sự khác biệt cần thông báo cho các bên liên quan để kịp thời xử lý. Đồng thời, đối với trường hợp xếp hàng hóa chuẩn bị chuyển đi, sẽ có các bộ phận kiểm tra lại sự khớp đúng của hàng hóa trên xe so với các phiếu ghi nhận để đảm bảo tính chính xác.

9.3.10. Hệ thống lập kế hoạch định tuyến vận tải

Hệ thống lập kế hoạch định tuyến vận tải có vai trò quan trọng trong hệ thống Logistics. Nó được sử dụng để tạo và đánh giá khách quan các tuyến đường cùng các lịch trình cho hoạt động vận tải. Ngoài việc lưu giữ bản đồ số hệ thống giao thông, hệ thống còn lưu: dữ liệu về vị trí khách hàng và việc giao hàng; số lượng và loại hàng được giao; tính khả dụng và quy mô các phương tiện vận tải; các mô hình chuyển tải. Các đơn hàng sau khi được đưa vào hệ thống lập kế hoạch định tuyến vận tải sẽ được tính toán và tạo ra các tuyến giao hàng. Nhờ vậy doanh nghiệp sẽ: tận dụng được các nguồn lực vận tải; giảm thời gian chuyển hàng; tối thiểu quãng đường vận tải và nâng cao độ tin cậy của việc lập lịch giao hàng.

9.3.11. Hệ thống xử lý đơn hàng

Hệ thống xử lý đơn hàng được bắt đầu với hóa đơn đặt hàng của khách thu được từ người bán hàng, đặt hàng qua điện thoại, email mua hàng. Sau đó đơn hàng sẽ được xử lý thông qua các bước sau:

Bước 1: Xác định lại chính xác các dữ liệu trong đơn hàng nhằm tránh các sai sót từ bên mua hàng cũng như bên bán hàng.

Bước 2: Xác định khả năng thanh toán, phương thức thanh toán của khách hàng.

Bước 3: Lựa chọn kho bãi để chuyển hàng, gửi dữ liệu đến hệ thống quản lý kho bãi để làm nhiệm vụ chọn hàng, đóng gói và dán nhãn và chuyển hàng.

Bước 4: Hóa đơn mua hàng được chuyển cho khách hàng đồng thời dữ liệu về hàng tồn kho và tài chính được cập nhật.

Các bước trên mô tả chu trình của hóa đơn, với người mua hàng thì đó là khoảng thời gian từ đặt hàng đến nhận hàng, với người bán hàng thì đó là khoảng thời gian từ khi tạo hóa đơn đến khi khách nhận hàng và hóa đơn hoàn tất, còn với người vận chuyển thì đó là khoảng thời gian từ lúc nhận hóa đơn đến khi chuyển hóa đơn xong. Tất cả các dữ liệu và quá trình trên được hệ thống xử lý đơn hàng theo dõi và cập nhật.

9.4. Câu hỏi ôn tập và thảo luận

1. Hãy cho biết các công nghệ phổ biến sử dụng trong lĩnh vực Logistics.
2. Khái niệm hệ thống thông tin Logistics.
3. Hãy cho biết các hệ thống phần mềm ứng dụng trong Logistics
4. Vai trò của hệ thống thông tin trong doanh nghiệp Logistics.

Chương 10

QUẢN TRỊ DỊCH VỤ KHÁCH HÀNG

Phạm vi chương

Trong hoạt động Logistics, quản trị dịch vụ khách hàng có một vai trò đặc biệt quan trọng. Trong phạm vi chương này tập trung vào các vấn đề dịch vụ khách hàng; Xây dựng chiến lược dịch vụ khách hàng; Tiêu chuẩn đánh giá dịch vụ khách hàng; Hoàn thiện hoạt động dịch vụ khách hàng

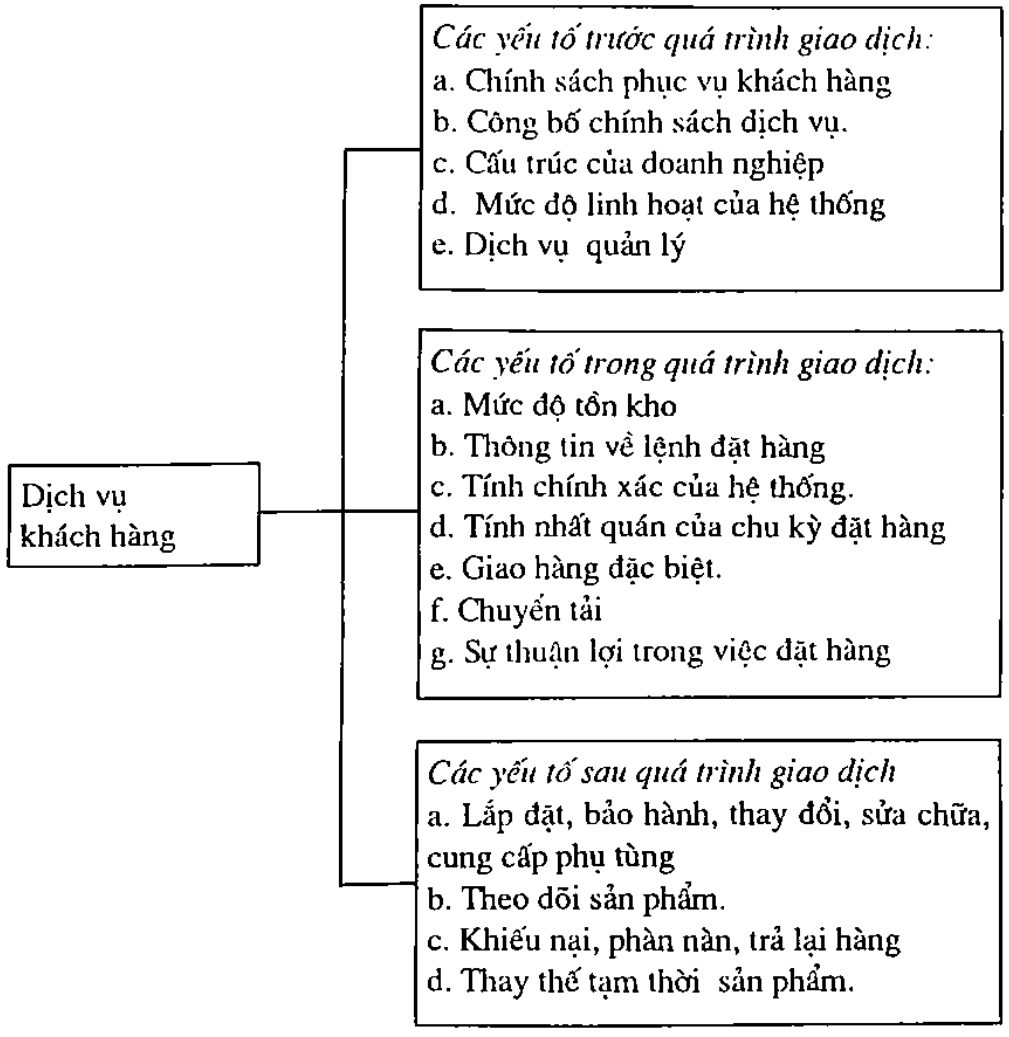
10.1. Khái niệm dịch vụ khách hàng

Hiện nay đang có nhiều khái niệm khác nhau về dịch vụ khách hàng, tuy nhiên, trong hầu hết các tổ chức, dịch vụ khách hàng thường được xem xét dưới 3 góc độ: (1) một hoạt động hoặc một chức năng được quản lý (2) những kết quả đạt được đánh giá trên một số tiêu thức (chẳng hạn như khả năng có thể cung cấp 98% lượng hàng đặt trong vòng 24 giờ) hoặc (3) một phần của toàn bộ phương châm hoạt động của doanh nghiệp.

10.1.1. Khái niệm

Nhìn chung, dịch vụ khách hàng có thể được nhìn nhận như là một quá trình giữa người mua, người bán và bên trung gian. Kết quả là quá trình này tạo ra những giá trị gia tăng vào sản phẩm hoặc dịch vụ được trao đổi. Giá trị gia tăng này có thể chỉ trong ngắn hạn như trong các quá trình trao đổi đơn lẻ, nhưng cũng có thể dài hạn như trong các mối quan hệ hợp đồng lâu dài. Giá trị gia tăng cũng được chia sẻ cho các chủ thể tham gia quá trình trao đổi, hay nói cách khác, các đơn vị tham gia này được

hưởng một lượng giá trị nhiều hơn trước quá trình trao đổi. Như vậy, nếu xét trên quan điểm một quá trình, dịch vụ khách hàng góp phần nâng cao hiệu quả của quá trình trao đổi.



Hình 10.1: Các yếu tố của dịch vụ khách hàng

Theo quan điểm marketing về dịch vụ khách hàng, thì nhiệm vụ đặt ra đối với các doanh nghiệp là phải thu hút và giữ được khách hàng. Có rất nhiều người nhấn mạnh tới

khía cạnh thu hút càng nhiều khách hàng mới càng tốt, nhưng lại ít chú ý tới khía cạnh giữ khách hàng ở lại với doanh nghiệp. Đây chỉ là một cách nhìn hạn chế. Khẩu hiệu " mục tiêu hàng đầu của doanh nghiệp là lợi nhuận " đã thay đổi. Mục tiêu của doanh nghiệp hiện nay vẫn là lợi nhuận, nhưng trước đó doanh nghiệp cần phải thiết lập các chính sách về dịch vụ và các chương trình làm thoả mãn yêu cầu của khách hàng và đưa các chương trình đó tới khách hàng một cách ít tốn kém nhất. Đó chính là dịch vụ khách hàng. Một số khách sạn chia sẻ những đánh giá của khách hàng với các nhân viên của mình. Khi khách hàng được đưa vào một quá trình đánh giá thường xuyên thì khách sạn có thể làm cho các nhân viên của mình tập trung hơn vào việc cung cấp dịch vụ tốt hơn cho khách hàng.

10.1.2. Quản lý chất lượng toàn bộ và dịch vụ khách hàng

Những nghiên cứu về kinh doanh cho thấy việc thu hút khách hàng mới thường tốn kém, chính vì vậy, các doanh nghiệp cần phải chú trọng tới việc giữ cho được khách hàng của mình. Quá trình xác định nhu cầu khách hàng về dịch vụ và thực hiện các dịch vụ này phải theo nguyên tắc tiết kiệm chi phí và hiệu quả nhất. Vì vậy, mục tiêu của các doanh nghiệp là cung cấp dịch vụ " đúng ngay từ lần đầu". Đây cũng chính là tư tưởng chủ đạo của quản lý chất lượng toàn bộ (TQM).

10.1.3. Thành phần của dịch vụ khách hàng

Các thành phần của dịch vụ khách hàng có thể chia làm 3 nhóm: các yếu tố trước quá trình giao dịch, các yếu

tố trong quá trình giao dịch và các yếu tố sau quá trình giao dịch (Hình 10.1)

Các yếu tố trước quá trình giao dịch: Các yếu tố này liên quan tới chính sách của tổ chức về dịch vụ khách hàng, có thể tác động đáng kể tới quan niệm của khách hàng về tổ chức cũng như sự thoả mãn của họ.

a. Chính sách dịch vụ khách hàng: Chính sách dịch vụ khách hàng quy định rõ ràng về các tiêu chuẩn dịch vụ gắn với nhu cầu của khách hàng. Chính sách dịch vụ khách hàng là cơ sở để theo dõi hoạt động dịch vụ, quy định tần số của các báo cáo hoạt động thực tế và đảm bảo cho các dịch vụ khách hàng có thể đo được và có tính khả thi.

b. Công bố chính sách dịch vụ cho khách hàng: Chính sách dịch vụ cho phép khách hàng biết được các dịch vụ và tiêu chuẩn có thể có, tránh được các kỳ vọng không hợp lý. Việc công bố chính sách dịch vụ giúp khách hàng biết được họ nên làm gì nếu như các tiêu chuẩn dịch vụ không được đáp ứng.

c. Cấu trúc doanh nghiệp: Cấu trúc của tổ chức phải phù hợp để đảm bảo sự thành công của các mục tiêu dịch vụ. Người quản lý về thương mại cần được đảm nhận chức vụ cao và phải nắm được các thông tin của doanh nghiệp. Cấu trúc của doanh nghiệp phải hỗ trợ cả các luồng thông tin bên trong và bên ngoài, hỗ trợ các hoạt động và các hành động mang tính điều chỉnh nếu cần thiết. Khách hàng cần được dễ dàng tiếp cận các nhân viên trong tổ chức, người mà có thể thỏa mãn những nhu cầu của họ và trả lời các câu hỏi cần thiết. Nếu khách hàng có ấn tượng xấu về sản phẩm hay dịch vụ, họ sẽ có những hình ảnh không tốt

về doanh nghiệp.

d. Mức độ linh hoạt của hệ thống: Mức độ linh hoạt và kế hoạch thích ứng nên được xây dựng trong hệ thống doanh nghiệp, cho phép doanh nghiệp có thể giải quyết một cách hữu hiệu những tình huống không thể lường trước như thiếu nguyên vật liệu, thiên tai.

đ. Dịch vụ quản lý: Hỗ trợ khách hàng trong việc mua bán hàng, củng cố hoạt động quản lý kho là những dịch vụ mà một doanh nghiệp có thể cung ứng cho khách hàng. Những dịch vụ này có thể cung ứng cho khách hàng dưới dạng các khoá đào tạo, các cuộc hội thảo khách hàng hay là các tư vấn riêng lẻ. Các dịch vụ có thể thu phí hoặc miễn phí.

Những quyết định trước khi mua hàng thường tương đối ổn định, lâu dài, ít khi thay đổi và chịu ảnh lớn bởi các yếu tố trước quá trình giao dịch thông qua ảnh hưởng tới kỳ vọng của khách hàng khi mua hàng.

Các yếu tố trong quá trình giao dịch.

Mức độ tồn kho: Mức độ tồn kho thể hiện mức độ sẵn có các sản phẩm trước yêu cầu của khách hàng. Mức độ tồn kho cần được theo dõi trên cơ sở sản phẩm và khách hàng để tránh hiện tượng thừa thiếu hàng hoá có thể xảy ra. Khi tình trạng hết hàng diễn ra, doanh nghiệp cần nỗ lực duy trì sự thiện cảm của khách hàng bằng những thay đổi hợp lý, như chuyển hàng từ nơi khác đến cho khách hàng nếu như có thể, hoặc chuyển hàng ngay cho khách hàng ngay sau khi hàng được nhập.

a. Thông tin về đơn hàng: Kỳ vọng của khách hàng về

các thông tin liên quan tới đơn hàng tăng lên nhanh chóng trong tình hình hiện nay, khi mà sự ra đời của các phương tiện thông tin hiện đại đã làm cho quá trình trao đổi thông tin diễn ra nhanh chóng. Những thông tin cần thiết thường là tình hình dự trữ, tình hình xử lý đơn hàng, thời gian đưa hàng lên phương tiện vận tải dự kiến. Theo dõi những thông tin này đối với khách hàng là rất cần thiết , vì khách hàng luôn muốn theo dõi những vấn đề có thể xảy ra trong quá trình giao hàng để có thể giải quyết các vấn đề phát sinh một cách kịp thời.

b. Tính chính xác của hệ thống: Bên cạnh tính nhanh nhậy khi nắm bắt được các luồng thông tin, khách hàng luôn đòi hỏi các thông tin họ cần phải chính xác. Các vấn đề phát sinh có thể gây tổn thất về chi phí cho khách hàng cũng như người cung cấp, làm mất thời gian và giấy tờ. Vì vậy, những sai sót cần được ghi lại và sửa chữa càng nhanh càng tốt. Những vấn đề kéo dài cần phải quan tâm và khắc phục kịp thời.

c. Sự nhất quán của chu kỳ đặt hàng: Chu kỳ đặt hàng là tổng thời gian từ khi khách hàng bắt đầu đặt hàng đến khi nhận hàng của khách. Như vậy, nếu người bán hàng nhận được một đơn đặt hàng của khách và giữ trong vòng năm ngày trước khi nhập lệnh, thì năm ngày đó cũng được cộng vào chu trình đặt hàng, mặc dù năm ngày này không được biết tới bởi trung tâm phân phối. Thành phần của chu kỳ đặt hàng bao gồm: đặt hàng, nhập lệnh đặt hàng, xử lý lệnh đặt, nhận lệnh của các bên liên quan và đưa hàng lên phương tiện vận tải, thời gian vận chuyển, thời gian tiếp nhận. Khách hàng dường như quan tâm nhiều hơn tới sự nhất quán của thời gian

chu kỳ đặt hàng hơn là thời gian đó kéo dài bao nhiêu lâu. Như vậy, điều cần thiết là phải có sự kiểm tra, kiểm soát các hoạt động bán hàng và có các hành động cần thiết.

d. Giao hàng đặc biệt: Đây là những lệnh đặt hàng không thể thực hiện theo các hệ thống đặt hàng đơn thuần, vì nó cần được tiến hành hoặc có những yêu cầu về xếp hàng đặc biệt. Chi phí cho xếp hàng đặc biệt này cao hơn chi phí bình thường. Tuy vậy, chi phí của việc mất khách hàng có thể còn cao hơn. Doanh nghiệp nên xác định những khách hàng nào hoặc những tình huống nào nên thực hiện lệnh giao hàng đặc biệt.

e. Chuyển tải: Sự chuyển tải liên quan tới di chuyển các hàng hoá giữa các địa điểm khác nhau để tránh hết hàng. Với những doanh nghiệp có nhiều địa điểm xếp dỡ hàng khác nhau, một số chính sách về chuyển tàu có thể được đặt ra thay vì đặt hàng lại hoặc phải chuyển hàng từ nơi khác đến.

f. Sự thuận lợi của đơn đặt hàng: Sự thuận lợi của đơn đặt hàng được hiểu là khách hàng có dễ dàng đặt hàng hay không. Khách hàng thường quan tâm tới các nhà cung cấp thân thiện. Nếu như các đơn đặt hàng quá phức tạp, những điều khoản không được tiêu chuẩn hoá hoặc khách hàng phải đợi nhiều khi gọi điện thoại đến thì khách hàng có thể không hài lòng. Những trường hợp như vậy cần phải được giám sát và xác định qua liên hệ trực tiếp với khách hàng. Trong một số trường hợp, doanh nghiệp cần làm việc với khách hàng để phát triển một số phương án thay thế cần thiết và thông báo kịp thời cho khách hàng về những phương án này. Việc trao đổi với khách hàng cần được

thực hiện trước khi sử dụng các sản phẩm thay thế.

Các yếu tố trong quá trình trao đổi đóng vai trò quan trọng đối với dịch vụ khách hàng vì nó chính là bộ mặt trực tiếp của doanh nghiệp. Trong một cuộc điều tra tại 1300 doanh nghiệp, có tới 80% người được hỏi trả lời rằng giao hàng cũng quan trọng như với chất lượng sản phẩm.

Các yếu tố sau quá trình giao dịch.

Các yếu tố sau quá trình giao dịch của dịch vụ khách hàng nhằm hỗ trợ các sản phẩm và dịch vụ sau khi khách hàng đã nhận được. Trước đây, các thành phần này thường bị lãng quên, bởi vì nó chỉ chiếm một phần rất nhỏ những lời phàn nàn của khách hàng về chất lượng phục vụ. Tuy vậy, việc duy trì và làm thoã mãn các khách hàng có thể đem lại nhiều lợi ích hơn là tìm kiếm khách hàng mới.

Các yếu tố sau giao dịch gồm:

a. Lắp đặt, bảo hành, sửa chữa và dịch vụ phụ tùng: Dịch vụ này rất quan trọng trong hoạt động mua bán, đặc biệt là mua bán các hàng hoá có giá trị cao, khi mà chi phí bảo hành sửa chữa nhiều khi lớn hơn chi phí mua.

b. Kiểm định sản phẩm.

c. Khiếu nại và hoàn trả sản phẩm của khách hàng: Để giải quyết các khiếu nại của khách hàng, một hệ thống thông tin cần được thiết lập nhằm xử lý các thông tin từ khách hàng, giám sát các xu thế, cung cấp cho khách hàng những thông tin mới nhất. Quá trình cung cấp cũng cần được thiết lập thích ứng với các yêu cầu khiếu nại và hoàn trả của khách hàng nhằm giải quyết các khiếu nại một cách hiệu quả nhất.

d. Thay thế sản phẩm: Tuỳ theo từng loại sản phẩm mà các sản phẩm dự trữ cần được xác định. Ví dụ, một số nhà cung cấp ô tô có dịch vụ cho thuê ô tô không mất tiền cho các khách hàng khi mà ô tô của họ bị hỏng. Dịch vụ như vậy làm giảm thiểu sự không hài lòng của khách hàng.

Vai trò của dịch vụ khách hàng trong việc tạo ra lợi thế cạnh tranh.

Dịch vụ khách hàng là sản phẩm của các hoạt động thương mại và là cầu nối quan trọng giữa chức năng thương mại với các chức năng khác của doanh nghiệp. Đặc biệt, dịch vụ khách hàng đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển và duy trì lòng tin cũng như sự thoả mãn cuả khách hàng.Thông thường, sản phẩm và dịch vụ tương đối dễ dàng cho đối thủ cạnh tranh bắt chước, vì vậy, một dịch vụ khách hàng hoàn hảo, một giải pháp giải quyết các khiếu nại của khách hàng toàn diện sẽ giúp cho doanh nghiệp vượt lên đối thủ cạnh tranh. Như vậy, dịch vụ khách hàng đóng vai trò quan trọng trong xác định lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp bằng cách đưa ra các dịch vụ khách hàng hoàn hảo.

10.2. Xây dựng chiến lược dịch vụ khách hàng

Nỗ lực toàn diện của doanh nghiệp có thể không phát huy được tác dụng nếu như thiếu đi một chính sách dịch vụ khách hàng. Hơn nữa, dịch vụ khách hàng thường bị xem nhẹ trong nhiều trường hợp. Do đó, các tiêu chuẩn dịch vụ khách hàng dường như chỉ dựa vào các tiêu chuẩn bình thường của cả nghành công nghiệp, hoặc theo đánh giá của người quản lý về các yêu cầu của khách hàng chứ không thực sự là những gì mà khách hàng mong muốn.

Doanh nghiệp thường đối xử với khách hàng giống nhau, không xác định rõ ràng các yêu cầu khác nhau của những khách hàng khác nhau.

Như vậy, cần phải thấy được tầm quan trọng của việc xây dựng chính sách dịch vụ khách hàng dựa vào các yêu cầu của khách hàng và chiến lược tổng quát của doanh nghiệp. Chính sách về dịch vụ khách hàng cần được thực hiện có hiệu quả, đóng góp tích cực cho lợi nhuận của doanh nghiệp.

Các phương pháp xây dựng

1. So sánh cạnh tranh (benchmarking): Một trong những phương pháp phổ biến để xây dựng hệ thống dịch vụ khách hàng là thực hiện so sánh từ các doanh nghiệp khác. Mặc dù có thể biết được các đối thủ cạnh tranh hiện nay đang làm gì, những thông tin này cũng chỉ có giới hạn. Do đó, chỉ so sánh với các doanh nghiệp khác là chưa đủ, mà phải thực hiện đồng thời với việc điều tra khách hàng, để xác định tầm quan trọng của các loại dịch vụ khách hàng khác nhau. Thông qua việc điều tra, những khiếm khuyết về dịch vụ khách hàng so với yêu cầu của khách hàng được xác định.

2. Phản ứng của khách hàng đối với việc hết hàng: Một trong những phương pháp để xác định mức độ yêu cầu của dịch vụ khách hàng là xác định phản ứng của khách hàng đối với việc hết hàng. Phản ứng có thể là thay thế sản phẩm cùng hãng nhưng khác kích cỡ, thay đổi nhãn hiệu hoặc thay đổi cửa hàng. Đối với hầu hết các sản phẩm, khách hàng sẽ thay đổi cửa hàng nếu như họ tin rằng sản phẩm họ mong muốn tốt hơn hoặc rẻ hơn sản

phẩm hiện có trong cửa hàng.

Căn cứ vào phản ứng của khách hàng và những thiệt hại của việc hết hàng, doanh nghiệp có thể đánh giá liệu các dịch vụ khách hàng hiện nay đã tốt hay chưa, có thể giữ chân được khách hàng hay không? Khi nhà sản xuất nhận thức được sự ảnh hưởng của việc hết hàng, họ có thể thay đổi thời gian, chu kỳ lệnh mua hàng, chọn lựa về vận tải, v.v... Kết quả là chất lượng phục vụ khách hàng được nâng cao.

3. Phân tích Chi phí/Doanh số: Khi xây dựng chiến lược khách hàng, cần phải tính toán chi phí bỏ ra và ích lợi thu được. Chi phí thương mại có thể bao gồm: chi phí kho, chi phí vận tải, xử lý thông tin, lệnh đặt hàng. Việc nâng cao chất lượng dịch vụ và bổ sung thêm loại hình dịch vụ có thể làm tăng số lượng khách hàng và doanh thu. Nhà quản trị cần phải cân nhắc sự đánh đổi giữa chi phí và doanh thu.

4. Phân tích ABC/ Luật Pareto: Phân tích ABC cho rằng, trong các khách hàng của doanh nghiệp, có một số khách hàng có thể đem lại nhiều ích lợi hơn các khách hàng khác. Ích lợi ở đây có thể là: doanh thu, lợi nhuận, tỷ lệ tăng trưởng, hoặc các nhân tố quan trọng khác đối với doanh nghiệp. Cũng giống như ABC, luật Pareto cho rằng một số hiện tượng bị chi phối bởi một nhóm nhỏ các yếu tố, 80% của doanh thu là từ 20 % số khách hàng.

Một doanh nghiệp có thể sử dụng các dữ liệu về khách hàng và đóng góp của họ để đề ra các chính sách dịch vụ khách hàng. Phương pháp này giúp doanh nghiệp cung cấp cho khách hàng quan trọng nhất những dịch vụ tốt nhất để củng cố lòng tin của khách hàng. Như vậy, doanh nghiệp

có thể giảm được các dịch vụ không cần thiết, tiết kiệm được chi phí.

5. Kiểm soát dịch vụ khách hàng (audit): Kiểm soát dịch vụ khách hàng có nghĩa là đánh giá mức độ của dịch vụ khách hàng mà doanh nghiệp cung cấp để so sánh và đánh giá tác động của sự thay đổi trong dịch vụ khách hàng. Mục tiêu của kiểm soát dịch vụ là : (1) Xác định các nhân tố dịch vụ khách hàng quan trọng nhất (2) xác định việc quản lý các nhân tố này được thực hiện ra sao (3) đánh giá chất lượng và khả năng của hệ thống thông tin nội bộ.

Hoạt động kiểm soát bao gồm 4 giai đoạn:

- Kiểm soát dịch vụ khách hàng bên ngoài.

- Kiểm soát dịch vụ khách hàng nội bộ.

- Xác định cơ hội và phương pháp hoàn thiện.

- Đánh giá mức độ dịch vụ khách hàng.

Kiểm soát dịch vụ khách hàng bên ngoài, *Đây là điểm khởi đầu của toàn bộ quá trình kiểm soát, bao gồm các mục tiêu sau:*

- Xác định các loại dịch vụ mà khách hàng cho là quan trọng trong việc đưa ra quyết định.

- Xác định nhận thức của khách hàng về dịch vụ được thực hiện hiện nay của doanh nghiệp và của các đối thủ cạnh tranh.

Chức năng của Marketing cần được thể hiện trong quá trình kiểm soát. Trước hết, marketing thường là lý thuyết ra quyết định, nhất là các quyết định thoả hiệp trong dịch

vụ khách hàng. Thêm vào đó, marketing có thể cung cấp cách nhìn cần thiết để hiểu biết hơn về nhu cầu khách hàng, cũng như giúp đưa những vấn đề hợp lý vào thiết kế tất cả các công cụ để thu thập dữ liệu từ khách hàng. Nếu doanh nghiệp không có phòng nghiên cứu thị trường để giúp đỡ kiểm soát dịch vụ khách hàng, thì doanh nghiệp nên thông qua một doanh nghiệp tư vấn bên ngoài hoặc tiếp xúc với các trường đại học để tiến hành các cuộc nghiên cứu khách hàng và thị trường.

Một khi các yếu tố quan trọng của dịch vụ khách hàng đã được xác định, bước quan trọng tiếp theo là xây dựng hệ thống câu hỏi để thu thập những thông tin phản hồi từ khách hàng. Hệ thống câu hỏi này được sử dụng để xác định tầm quan trọng của các yếu tố dịch vụ khách hàng, các yếu tố của marketing mix cũng như thước đo hoạt động của doanh nghiệp và các đối thủ cạnh tranh của doanh nghiệp. Như vậy, hệ thống câu hỏi giúp cho doanh nghiệp có thể phát triển được các chiến lược theo nhóm khách hàng trong khi vẫn tính đến điểm mạnh và điểm yếu của đối thủ cạnh tranh. Chính vì tầm quan trọng như vậy, nên bảng câu hỏi cần được thiết kế và thử nghiệm cẩn thận trước khi đưa ra thị trường.

Kết quả của các cuộc điều tra dịch vụ khách hàng có thể cho thấy cả cơ hội cũng như vấn đề đặt ra. Các yếu tố được đánh giá cao về tầm quan trọng nên được nhấn mạnh và nghiên cứu kỹ lưỡng. Nếu doanh nghiệp được đánh giá thấp hơn so với đối thủ cạnh tranh ở một số yếu tố quan trọng, điều đó có nghĩa là doanh nghiệp đang gặp phải những vấn đề ảnh hưởng tới tình hình kinh doanh. Nếu doanh nghiệp không có những biện pháp cần thiết để khắc phục thì thị

phần của doanh nghiệp sẽ bị giảm sút nhanh chóng.

Sau khi xác định được những yếu tố quan trọng, doanh nghiệp phải đánh giá và so sánh các yếu tố này với các đối thủ cạnh tranh trên quan điểm của khách hàng. Nếu như khách hàng nhận xét về hoạt động của doanh nghiệp là yếu đối với một số các yếu tố, doanh nghiệp nên xác định là khách hàng đang nhận thức giống như doanh nghiệp nhận thức hay không và nếu có sự khác nhau, doanh nghiệp nên thay đổi nhận thức của chính mình. Nếu hoạt động của doanh nghiệp thực tế tốt hơn so với những gì mà khách hàng đánh giá, thì doanh nghiệp cần phải tác động để khách hàng nhận ra điều đó và thông báo cho khách hàng về thực tế hoạt động của doanh nghiệp để họ thay đổi nhận thức. Một số phương pháp cần làm là thông báo cho lực lượng bán hàng những nhận xét của khách hàng theo tháng hay quý để cho những người bán hàng có thể xem xét lại công việc của mình và những công việc cần phải làm.

Kiểm soát dịch vụ khách hàng nội bộ: Kiểm soát dịch vụ khách hàng nội bộ (internal audit) nhằm đánh giá lại các hoạt động dịch vụ khách hàng hiện tại của doanh nghiệp. Việc đánh giá dịch vụ để trả lời một số câu hỏi:

- Dịch vụ khách hàng được đánh giá như thế nào trong thời điểm hiện tại?

- Tiêu chuẩn để đánh giá là gì?

- Các tiêu chuẩn và mục tiêu của hoạt động dịch vụ là gì?

- Mức độ đạt được của dịch vụ: kết quả so với mục tiêu đề ra?

- Kết quả đánh giá được kết luận như thế nào từ các

thông tin của doanh nghiệp?

- Hệ thống báo cáo dịch vụ khách hàng nội bộ hiện tại như thế nào?

- Các phòng ban chức năng kinh doanh hiểu thế nào về dịch vụ khách hàng?

- Mối quan hệ thông tin và điều khiển giữa các bộ phận chức năng?

Mục tiêu của kiểm soát nội bộ là đánh giá sự khác nhau giữa hoạt động dịch vụ của doanh nghiệp và yêu cầu của khách hàng. Nhận thức của khách hàng về mức độ dịch vụ hiện tại cần được xác định. Nếu như nhận thức của khách hàng thấp hơn thực tế dịch vụ, thì doanh nghiệp cần thay đổi những nhận thức này thông qua giáo dục và hỗ trợ.

Một trong những lĩnh vực quan trọng của kiểm soát dịch vụ khách hàng nội bộ là các luồng thông tin trao đổi từ khách hàng tới doanh nghiệp và giữa các thành viên trong doanh nghiệp. Thông tin là yếu tố cơ bản để xác định liệu các vấn đề liên quan tới dịch vụ khách hàng được hiểu như thế nào.

Thông tin giữa khách hàng và doanh nghiệp chủ yếu nằm trong phạm vi: đặt hàng, xếp dỡ hàng, nhận hàng. Vấn đề chính liên quan đến thông tin bao gồm: nhập lệnh đặt hàng, kiểm tra sau khi đặt lệnh, phân phối, báo cáo các vấn đề phát sinh sau khi giao hàng, làm hoá đơn, sự không nhất quán trong các hoá đơn, vấn đề thanh toán. Kiểm soát có thể giúp cho việc xác định một cách hiệu quả các vấn đề của thông tin.

Phỏng vấn lãnh đạo của doanh nghiệp cũng là một nguồn thông tin quan trọng. Những vấn đề như: xác định trách nhiệm, cấu trúc và quy mô của tổ chức, tiến trình ra quyết định, đánh giá hoạt động như thế nào, khái niệm về dịch vụ khách hàng, v.v... là những vấn đề có thể xác định qua các cuộc phỏng vấn (interview).

Xác định các giải pháp tiềm năng: Kiểm soát bên ngoài về dịch vụ khách hàng có thể giúp cho doanh nghiệp xác định vấn đề đối với dịch vụ khách hàng và chính sách marketing. Nếu như kiểm soát bên ngoài được kết hợp với kiểm soát nội bộ thì doanh nghiệp sẽ có được những phương án để điều chỉnh chiến lược của mình đối với các khách hàng khác nhau nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh, đồng thời sử dụng thông tin thu được để so sánh với các đối thủ cạnh tranh. Một khi thông tin đã được sử dụng cho việc so sánh với đối thủ cạnh tranh, doanh nghiệp có thể xác định được các cơ hội để nâng cao lợi thế cạnh tranh. Doanh nghiệp phải tìm ra phương thức cạnh tranh có hiệu quả nhất, sử dụng những công nghệ và các hệ thống, không phụ thuộc vào đó là nghành công nghiệp gì. Những doanh nghiệp không phải là đối thủ cạnh tranh có thể chia sẻ những kiến thức để từ đó tìm ra các cơ hội cạnh tranh.

Thiết lập mức độ dịch vụ khách hàng: Bước cuối cùng của quá trình kiểm soát là thiết lập những tiêu chuẩn dịch vụ và các hình thức kiểm tra, đánh giá quá trình hoạt động. Doanh nghiệp cần thiết lập mức độ dịch vụ khách hàng dựa trên những yếu tố như khách hàng, vùng địa lý, kênh phân phối và chuỗi sản phẩm. Doanh nghiệp cần đưa những thông tin này tới tất cả nhân viên có trách nhiệm thi

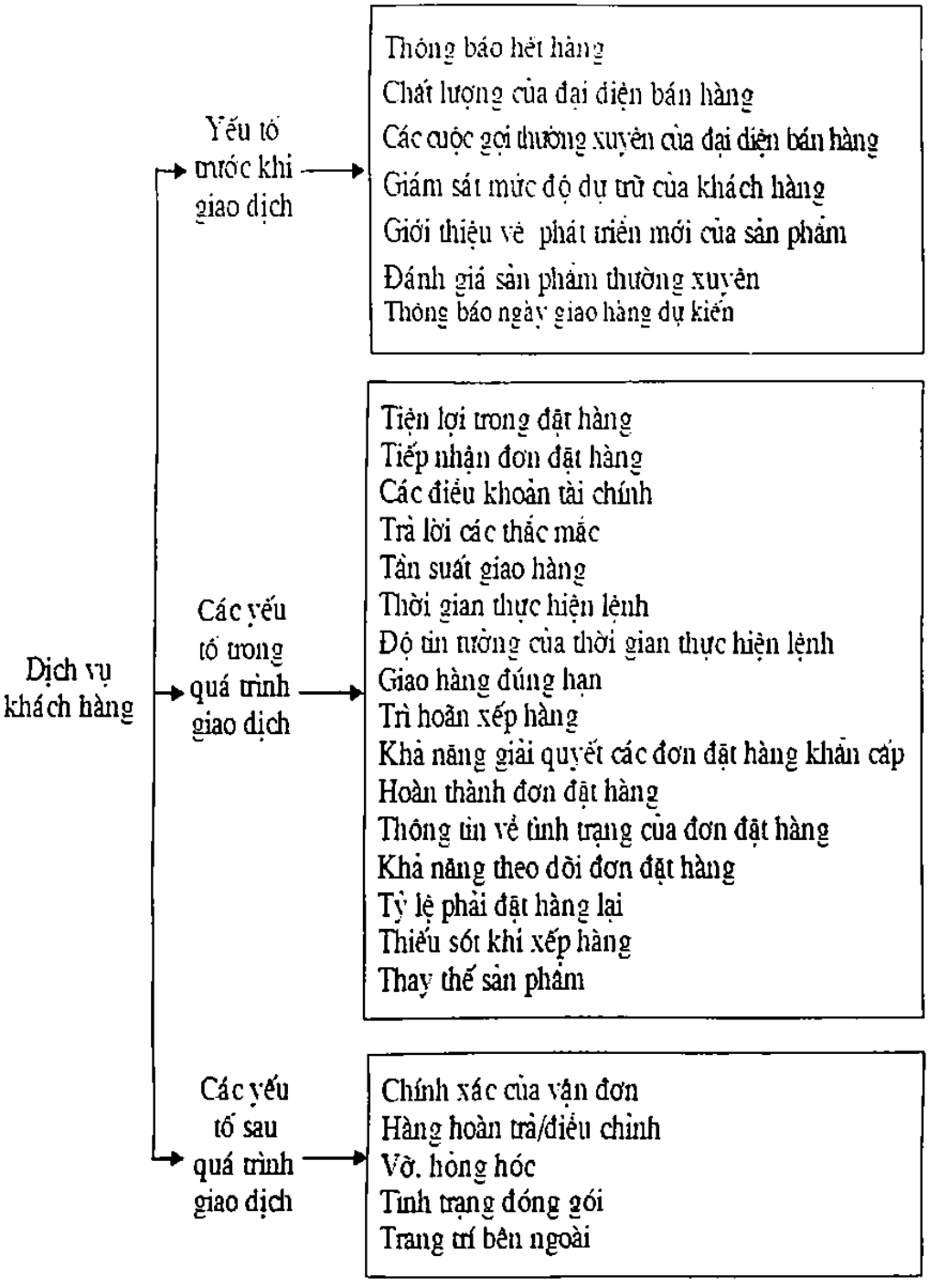
hành, đồng thời áp dụng hệ thống lương nhằm khuyến khích nhân viên phấn đấu đạt các mục tiêu mà doanh nghiệp đề ra.

10.3. Tiêu chuẩn đánh giá dịch vụ khách hàng

Khi doanh nghiệp đã xác định được các yếu tố quan trọng của dịch vụ khách hàng thì các tiêu chuẩn hoạt động trở nên rất cần thiết. Các nhân viên được giao nhiệm vụ cần phải báo cáo thường xuyên kết quả của mình cho các cấp quản lý tương ứng. Hoạt động dịch vụ khách hàng được đánh giá và điều khiển thông qua xây dựng các tiêu chuẩn về hoạt động dịch vụ khách hàng: Đánh giá thực tế các dịch vụ; phân tích những thay đổi trong các dịch vụ cung ứng cũng như các tiêu chuẩn; có những điều chỉnh cần thiết để đưa hoạt động trở về quỹ đạo của nó.

Sự phối hợp của khách hàng đóng vai trò quan trọng đối với doanh nghiệp trong việc thu thập các thông tin về tốc độ, sự tin cậy và tình trạng các sản phẩm được phân phối. Các biện pháp đánh giá và kiểm tra là cần thiết cho việc củng cố chất lượng dịch vụ cần được khuyến cáo cho khách hàng.

Hình 10.2 mô tả các tiêu chuẩn đánh giá hoạt động dịch vụ. Doanh nghiệp cần căn cứ vào những yếu tố liên quan tới niềm tin của khách hàng. Những yếu tố của dịch vụ như khả năng đáp ứng của hệ thống kho, đáp ứng yêu cầu giao hàng, tình trạng của lệnh đặt hàng, giám sát lệnh đặt hàng, v.v... yêu cầu truyền thông tin giữa khách hàng và doanh nghiệp.



Hình 10.2: Các tiêu chuẩn đánh giá dịch vụ khách hàng

10.4. Hoàn thiện hoạt động dịch vụ khách hàng

Chất lượng dịch vụ khách hàng có thể được nâng cao thông qua những biện pháp: (1) nghiên cứu nhu cầu của khách hàng, (2) thiết lập các mức độ dịch vụ khách hàng nhằm thoả mãn yêu cầu về doanh thu trên chi phí bỏ ra, (3) sử dụng công nghệ mới trong quá trình xử lý thông tin, (4) đánh giá và đo lường mức độ hoạt động thương mại.

Chiến lược dịch vụ khách hàng có hiệu quả, nhất thiết phải dựa trên sự hiểu biết về dịch vụ khách hàng. Những công cụ kiểm soát nội bộ và bên ngoài là rất cần thiết cho việc đánh giá và tìm ra những nhân tố quan trọng trong xây dựng chiến lược, kế hoạch và các chương trình dịch vụ khách hàng.

Một khi doanh nghiệp đã xác định được quan điểm dịch vụ, thì doanh nghiệp một mặt cần chọn chiến lược dịch vụ khách hàng phù hợp, thỏa mãn mục tiêu lâu dài của doanh nghiệp về lợi nhuận, tỷ lệ thu hồi vốn hoặc các yêu cầu kinh doanh khác, mặt khác doanh nghiệp cần xác định mức dịch vụ khách hàng tối ưu.

Hệ thống xử lý lệnh đặt hàng là một trong những lựa chọn hiện nay của các doanh nghiệp khi muốn nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng trong công tác hậu cần. Nhiều doanh nghiệp thay đổi và áp dụng công nghệ mới như tự động hoá trong công tác xử lý đơn đặt hàng. Rõ ràng, tự động hoá có thể nâng cao được chất lượng dịch vụ khách hàng, như tăng khả năng đáp ứng, chính xác hoá đơn, giảm thiểu chi phí kho bãi và xử lý thông tin.

Sự phát triển các chương trình dịch vụ khách hàng đòi hỏi phải thiết lập các tiêu chuẩn dịch vụ, và các tiêu chuẩn

này phải đảm bảo:

- Phản ánh các quan điểm của khách hàng

- Cung cấp các tiêu chuẩn để đánh giá hoạt động và mục tiêu của dịch vụ

- Cung cấp cho lãnh đạo những phương án để giải quyết vấn đề kinh doanh.

Doanh nghiệp cũng cần đánh giá sự tác động của các hoạt động hậu cần cụ thể như vận tải, kho bãi, quản lý kho, kế hoạch sản xuất, mua bán và xử lý đơn đặt hàng. Nhân viên cần báo cáo thường xuyên các kết quả thu được cho các cấp quản lý, đồng thời các cấp quản lý cũng cần phải so sánh thực tế hoạt động với các tiêu chuẩn để có các biện pháp điều chỉnh kịp thời.

Như vậy, thành công của doanh nghiệp không chỉ ở khâu bán sản phẩm, mà còn trong các hoạt động dịch vụ tạo ra các giá trị gia tăng và tạo ra các lợi thế cạnh tranh. Do đó, hoạt động thương mại dịch vụ, là một trong những thành tố quan trọng tạo nên khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp.

10.5. Câu hỏi ôn tập và thảo luận

1. Vai trò của dịch vụ khách hàng trong hoạt động Logistics
2. Xây dựng chiến lược dịch vụ khách hàng
3. Tiêu chuẩn đánh giá dịch vụ khách hàng
4. Hoàn thiện hoạt động dịch vụ khách hàng

Chương 11

NHỮNG ĐIỀU CẦN BIẾT TRONG QUẢN TRỊ LOGISTICS

Phạm vi chương

Quản trị logistis nói chung và kinh doanh dịch vụ Logistics nói riêng đòi hỏi các doanh nghiệp và các nhà Logistics phải hiểu biết các cam kết của Việt Nam về mở cửa thị trường dịch vụ Logistics và những tập quán quốc tế. Chương này đề cập đến các cam kết của Việt Nam trong WTO, ASEAN và một số tập quán quốc tế mà các nhà Logistics cần biết

11.1. Các cam kết của Việt Nam trong tổ chức Thương mại thế giới (WTO)

11.1.1. Vận tải hàng hóa quốc tế bằng đường biển (trừ vận tải nội địa)

Nhiều nước trên thế giới dè dặt khi tiến hành tự do hoá dịch vụ vận tải biển. Một số nước cho rằng tụ do hoá dịch vụ vận tải biển là một "con dao hai lưỡi". Nếu cho phép tự do hoá quá nhanh thông qua cho phép xây dựng một thị trường vận tải biển với sự tham gia của nhiều loại hình doanh nghiệp, kể cả các nhà vận tải nước ngoài thì có thể sẽ giúp làm giảm chi phí vận tải nhưng lại gây ảnh hưởng nghiêm trọng tới ngành vận tải biển quốc gia. Chi phí vận tải biển có thể giảm trong ngắn hạn nhưng về lâu dài nền kinh tế sẽ phụ thuộc vào các nhà vận tải biển nước ngoài. Ngược lại, nếu bảo hộ ngành vận tải biển quá mức thì chi phí vận tải sẽ rất cao, làm giảm sức cạnh tranh của hàng hoá quốc gia trên thị trường thế giới.

Cho tới nay, Việt Nam đã cho phép thành lập 14 công ty liên doanh vận tải biển và container với cơ chế vốn góp của nước ngoài khá linh hoạt. Dù trên thực tế một số hãng vận tải biển nước ngoài đã tham gia vào thị trường vận tải Việt Nam qua hình thức liên doanh nhưng các cam kết quốc tế của Việt Nam trong ASEAN và WTO còn tương đối chặt chẽ, cụ thể:

- *Phương thức 1*[14]*:* Chưa cam kết, chỉ không hạn chế với hàng hóa vận tải quốc tế.

- *Phương thức 2*[15]*:* Không hạn chế.

- *Phương thức 3*[16]*:* Đến năm 2009, các nhà cung cấp dịch vụ nước ngoài được thành lập liên doanh vận hành đội tàu treo cờ Việt Nam với vốn góp không quá 49% vốn pháp định của liên doanh. Thuyền viên nước ngoài được làm việc trên các tàu treo cờ Việt Nam hoặc đăng ký ở Việt Nam thuộc sở hữu của các doanh nghiệp liên doanh tại Việt Nam nhưng tổng số không vượt quá 1/3 định biên của tàu. Thuyền trưởng hoặc thuyền phó thứ nhất phải là công dân Việt Nam. Đối với các loại hình công ty khác, ngay sau khi gia nhập, mức vốn góp cam kết là 51%, 2012 là 100%. số lượng liên doanh được thành lập vào thời điểm gia nhập không vượt quá 5. Sau đó, cứ hai năm một sẽ cho phép thêm 3 liên doanh. Sau 5 năm kể từ khi gia nhập (đến năm 2012), không hạn chế số lượng liên doanh.

- *Phương thức 4*[17]*:* Chưa cam kết

---

[14] Phương thức 1 *(.Mode]):* Cung cấp qua biên giới

[15] Phương thức 2 *(Mode 2):* Tiêu dùng ở nước ngoài

[16] Phưcmg thức 3 *(Mode 3)* : Hiện diện thương mại
Phương thức 4 *(Mode 4):* Hiện diện của thể nhân

Như vậy,Việt Nam không đưa ra bất cứ hạn chế nào về mở cửa thị trường và đối xử quốc gia ***(Mode 1).*** Điều đó có nghĩa là các nhà cung cấp dịch vụ vận tải nước ngoài không bị hạn chế về số lượng nhà cung cấp dịch vụ, số lượng dịch vụ và giá trị dịch vụ khi vận chuyển hàng hóa quốc tế vào Việt Nam và từ Việt Nam đi; Được đối xử như các chủ tàu Việt Nam chuyên chở hàng hóa quốc tế.

Các chủ hàng, chủ tàu Việt Nam (những người sử dụng dịch vụ) được phép sử dụng dịch vụ của chủ tàu nước ngoài *(mode 2)* để chuyên chở hàng hóa của mình thuê chở cho chủ hàng trong và ngoài nước

Việc thành lập công ty cung cấp dịch vụ vận tải biển của nước ngoài tại Việt Nam *(mode 3)* được chia làm 2 loại hiện diện thương mại:

- Thành lập công ty vận tải khai thác đội tàu mang cờ quốc tịch Việt Nam: Việt Nam cam kết sau 2 năm kể từ ngày Việt Nam gia nhập WTO (tức là từ 11/1/2009), các nhà cung cấp dịch vụ nước ngoài mới được phép thành lập công ty Liên doanh ở Việt Nam với vốn góp của bên nước ngoài không vượt quá 49% vốn pháp định của liên doanh. Đi kèm theo điều kiện hạn chế này là điều kiện hạn chế về việc sử dụng thuyền viên làm việc trên tàu treo cờ Việt Nam của liên doanh.

Theo đó, thuyền viên nước ngoài chỉ được phép làm việc trên các tàu mang cờ quốc tịch Việt Nam (hoặc được đăng ký tại Việt Nam) thuộc sở hữu của các công ty liên doanh ở Việt Nam với số lượng không vượt quá 1/3 tổng số định biên của tàu và thuyền trưởng hoặc thuyền phó thứ nhất phải là công dân Việt Nam

- *Các hình thức hiện diện thương mại khác để cung cấp dịch vụ vận tải biển quốc tế:* Các hình thức hiện diện thương mại khác là khả năng để các công ty vận tải biển nước ngoài thực hiện các hoạt động ở Việt Nam liên quan tới hàng hóa do công ty chuyên chở và cần thiết để cung cấp dịch vụ vận tải khép kín cho khách hàng của mình, trong đó vận tải biển quốc tế là công đoạn chính và do công ty vận tải biển liên quan cung cấp

Theo cam kết của Việt Nam ngay sau khi gia nhập WTO, các công ty vận tải biển nước ngoài có thể thành lập liên doanh ở Việt Nam theo hình thức hiện diện thương mại khác trên đây với 51% sở hữu nước ngoài. Ngay khi Việt Nam gia nhập WTO, các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài chỉ được thực hiện các hoạt động dưới đây: Tiếp thị và bán dịch vụ vận tải biển thông qua giao dịch trực tiếp với khách hàng, từ niêm yết giá tới lập chứng từ hóa đơn; Đại diện cho chủ hàng; Cung cấp các thông tin kinh doanh theo yêu cầu; Chuẩn bị tài liệu liên quan đến chứng từ vận tải bao gồm cả chứng từ hải quan hoặc các chứng từ khác liên quan đến xuất xứ và đặc tính hàng hóa vận chuyển; Cung cấp dịch vụ vận tải biển bao gồm cả dịch vụ vận tải nội địa bằng tàu mang cờ quốc tịch Việt Nam để cung cấp dịch vụ vận tải khép kín

Sau 5 năm kể từ ngày Việt Nam gia nhập WTO, các công ty vận tải biển nước ngoài có thể thành lập doanh nghiệp 100% vốn nước ngoài. Điều đó có nghĩa là từ năm 2012, các công ty vận tải biển nước ngoài được thành lập công ty ở Việt Nam với vốn hoàn toàn của mình, không cần liên doanh. Tuy nhiên trong quá trình đàm phán WTO, chúng ta đã cho 3 công ty nước ngoài thành lập với số vốn 100%.

Cam kết còn quy định "sau 5 năm kể từ ngày (Việt nam) gia nhập (WTO) được phép thực hiện các hoạt động sau:

+ Thay mặt công ty tổ chức cho tàu vào cảng hoặc tiếp nhận hàng khi có yêu cầu

+ Đàm phán và ký hợp đồng vận tải đường bộ, đường sắt, đường thủy nội địa liên quan tới hàng hóa do công ty vận chuyển.

Về hiện diện thể nhân *{Mode 4)* Việt Nam chưa có cam kết, ngoại trừ cam kết sàn. Trong cam kết sàn của Việt Nam có quy định cho phép thể nhân di chuyển trong nội bộ doanh nghiệp (ví dụ: người của công ty mẹ của APL-NOL ở Xin-ga-po sang làm việc tại công ty 100% hoặc liên doanh ở Việt Nam), bao gồm nhà quản lý, giám đốc điều hành và chuyên gia đã được doanh nghiệp nước ngoài tuyển dụng trước đó ít nhất 1 năm, được nhập cảnh và lưu trú trong thời gian ban đầu là 3 năm theo hợp đồng lao động.

11.1.2. Dịch vụ xếp dỡ container

Dịch vụ xếp dỡ container (Container Handling services) được định nghĩa là "dịch vụ được cung cấp đối với hàng hóa trong thùng hàng đặc biệt. Bao gồm các dịch vụ của phương tiện làm hàng ở cảng trên cơ sở thu phí hoặc hợp đồng cho tất cả các phương thức vận tải kể cả dịch vụ xếp dỡ hàng hóa (tức là xếp, dỡ hàng container của tàu tại cảng biển)"[18]. Trong cam kết của Việt Nam

[18] Theo CPC 7411. CPC: *Central Product Classification*- Hệ thống phân loại hàng hoá và: dịch vụ của Liên Hiệp Quốc

còn giải thích thêm "Có thể dành riêng một số khu vực để cung cấp các dịch vụ công hoặc áp dụng thủ tục cấp phép tại các khu vực này". Tuy nhiên, việc giải thích này cần được làm rõ hơn để thuận lợi cho việc thực hiện Việt Nam chưa cam kết về mở cửa thị trường và đãi ngộ quốc gia cho các nhà cung cấp dịch vụ nước ngoài *(Mode 1)*. Như vậy, việc cung cấp dịch vụ xếp dỡ container của nước ngoài sẽ do Việt Nam quyết định từng trường hợp cụ thể. Về sử dụng dịch vụ này ở nước ngoài Việt nam không hạn chế cả trong mở cửa thị trường và đãi ngộ quốc gia, có nghĩa là người Việt Nam sử dụng dịch vụ được tự do mua dịch vụ ở nước ngoài

Về hiện diện thương mại (Mode 3), Việt Nam đã cam kết khi gia nhập WTO, Việt Nam cho phép công ty nước ngoài được thành lập công ty liên doanh với phần vốn góp của bên nước ngoài không quá 50%. Công ty này khi hoạt động được đối xử như công ty Việt Nam, không có sự phân biệt đối xử

Việc hiện diện thể nhân (mode 4), Việt Nam chưa cam kết, ngoại trừ cam kết sàn (giống như nêu trong phân tích cam kết dịch vụ vận tải biển).

11.1.3 Dịch vụ thông quan

Trong cam kết của Việt Nam không nêu định nghĩa quốc tế chính thức cho dịch vụ này mà có ghi chú định nghĩa theo đó, "Dịch vụ thông quan (Customs Clearance sevices)" (tên gọi khác là "Dịch vụ môi giới hải quan") là các hoạt động bao gồm việc thay mặt một bên khác thực hiện các thủ tục hải quan liên quan tới xuất khẩu, nhập khẩu hoặc quá cảnh hàng hóa, dù dịch vụ này là hoạt động

chính hay chỉ là một phần bổ sung thông thường trong hoạt động chính của nhà cung cấp dịch vụ".

Việt Nam chưa cam kết về mở cửa thị trường và đãi ngộ quốc gia đối với Mode 1 (cung cấp dịch vụ qua biển giới) vì "Cam kết ở phương thức này không khả thi". Không hạn chế đối với Mode 2 cho cả mở cửa thị trường và đãi ngộ quốc gia, còn Mode 4 chưa cam kết, trừ cam kết sàn.

Về hiện diện thương mại *(Mode 3)*: Việt Nam chỉ đưa ra hạn chế vốn góp pháp định của bên nước ngoài. Theo đó, khi gia nhập WTO, bên nước ngoài được thành lập liên doanh với phần vốn góp của mình không quá 51%. Sau 5 năm, tức là từ năm 2012, cho phép thành lập liên doanh không hạn chế phần vốn góp sở hữu của bên nước ngoài. Các công ty liên doanh được hưởng đãi ngộ quốc gia như các công ty Việt Nam.

11.1.4 Dịch vụ bãi Container

Trong cam kết có định nghĩa riêng: "Dịch vụ bãi Container (Container Station and Depot Services): " là các hoạt động bao gồm lưu giữ Container (Storing Containers), dù là ở khu vực cảng hay trong nội địa, nhằm chất hàng vào/đỡ hàng ra khỏi Container (Stuffing/stripping), sửa chữa Container và chuẩn bị Container sẵn sàng cho việc gửi hàng.

Các cam kết của Việt Nam *(Mode 1, Mode 2, Mode 3 và Mode 4)* giống như cam kết về dịch vụ thông quan trên đây, trừ cam kết về hiện diện thương mại *(Mode 3)* có khác về thời gian mở cửa thị trường đối với công ty 100% vốn nước ngoài. Theo đó, kể từ khi Việt Nam gia nhập

WTO, cho phép thành lập liên doanh với phần góp của bên nước ngoài không quá 51%và 7 năm sau khi gia nhập không hạn chế vốn góp.

11.1.5 Dịch vụ hỗ trợ tất cả các phương thức vận tải

Trên thực tế, Việt Nam chưa mở cửa nhiều cho các doanh nghiệp nước ngoài tham gia cung cấp dịch vụ này. Các dịch vụ hỗ trợ vận tải chủ yếu do các doanh nghiệp Việt Nam đảm nhận. Dù vậy, đã có một số công ty liên doanh trong lĩnh vực giao nhận, sửa chữa phương tiện vận tải được thiết lập và đi vào hoạt động có hiệu quả. Tuy nhiên, theo cam kết khi tham gia nhập WTO, Việt Nam đã mở cửa có lộ trình một số phân ngành dịch vụ hỗ trợ vận tải với mục đích đa dạng hóa thành phần doanh nghiệp tham gia thị trường và giúp cho các doanh nghiệp Việt Nam thêm cơ hội học hỏi và nâng cao chất lượng dịch vụ.

Các dịch vụ này được cam kết chung cho các phương thức vận tải đường biển, đường hàng không, đường bộ, đường sắt và đường thủy nội địa. Trong đó bao gồm:

- Dịch vụ dỡ container, trừ dịch vụ cung cấp tại các sân bay (một phần của CPC 7411) (Container handling services, except services provided at airports, part of CPC 7411):

Các cam kết của Việt Nam giống như dịch vụ bãi container trên đây, ngoại trừ về mở cửa thị trường cho hiện diện thương mại thì hạn chế hơn về tỷ lệ góp vốn và chưa cho cam kết về công ty 100% vốn nước ngoài. Theo đó, kể từ khi gia nhập, chỉ cho phép các nhà cung cấp dịch vụ nước ngoài cung cấu dịch vụ thông qua liên doanh với đối tác Việt Nam trong đó phần vốn góp của bên nước

ngoài không quá 50%.

-Dịch vụ lưu kho bãi (CPC 742) (Storage and Warehouse Services) và Dịch vụ Đại lý vận tải hàng hóa (CPC 748) (Freight Transport Agency Services):

Trong cam kết của Việt Nam, hai dịch vụ này được đưa vào cùng một phân ngành cam kết và có ghi chú về dịch vụ đại lý vận tải hàng hóa "Bao gồm cả các dịch vụ giao nhận hàng hóa. Các dịch vụ này bao gồm các hoạt động tổ chức và điều hành các hoạt động chuyên chở hàng hóa thay mặt người gửi hàng, thông qua việc tìm kiếm dịch vụ vận tải và các dịch vụ liên quan, chuẩn bị chứng từ và cung cấp thông tin kinh doanh"... Theo đó, Việt Nam chưa cam kết về mở cửa thị trường và đãi ngộ quốc gia đối với *Mode 1* và có ghi chú trong phần mở cửa thị trường chung cho cả 2 phân ngành dịch vụ này là "Cam kết ở phương thức này không khả thi". Tuy nhiên, trong thực tế chỉ có dịch vụ kho bãi là không khả thi đối với phương thức cung cấp dịch vụ qua biên giới mà thôi.

Phần cam kết về hiện diên thương mại trong mở cửa thị trường (Mode 3), quy định "kể từ khi gia nhập (WTO) cho phép thành lập liên doanh với phần góp của nước ngoài không vượt quá 51%. Sau 7 năm kể từ ngày gia nhập không hạn chế". Về hiện diện thể nhân, chưa cam kết ngoại trừ các cam kết trong cam kết sàn.

Các dịch vụ khác (Một phần của CPC749) (Other, part of CPC 749)

Trong cam kết có ghi chú là "Bao gồm các hoạt động sau: Kiểm tra vận đơn; dịch vụ môi giới vận tải hàng hóa; dịch vụ lấy mẫu và xác định trọng lượng, giám định hàng

hóa; Dịch vụ nhận và chấp nhận hàng; Dịch vụ chuẩn bị chứng từ vận tải. Các dịch vụ này được thực hiện thay mặt cho chủ hàng *''(Include the following activities: Bill auditing; freight brokerage sendees; freight inspection, weighing and" sampling services; freight receiving and acceptance sendees; transportation document preparation sejvices. These sei'vices are provided on behalf of cargo owners '')*

Việt Nam cam kết như sau: Đối với việc mở của thị trường ; *(Mode 1),* chưa cam kết, trừ dịch vụ môi giới vận tải hàng hóa là không hạn chế sau 5 năm kể từ khi gia nhập (WTO); Cam kết này cho cả việc cung cấp dịch vụ qua biển giới và đãi ngộ quốc gia. Cam kết này có thể hiểu là sau 5 năm kể từ ngày Việt Nam gia nhập WTO dịch vụ môi giới hàng hóa là được tự do hóa hoàn toàn.

Về hiện diện thương mại *{Mode 3),* Việt Nam cho phép kể từ khi gia nhập, các nhà cung cấp dịch vụ nước ngoài chỉ được cung cấp dịch vụ thông qua thành lập liên doanh với đối tác Việt Nam trong đó phần góp vốn bên nước ngoài không quá 49%. Sau 3 năm kể từ ngày gia nhập, hạn chế này sẽ là 51%, 4 năm sau đó, hạn chế về vốn này sẽ được bãi bỏ. Điều đó có nghĩa là sau 4 năm khi Việt Nam gia nhập WTO, các nhà cung cấp dịch vụ nước ngoài được thành lập công ty 100% vốn để cung cấp các dịch vụ trong cam kết này.

Về hiện diện thể nhân *(mode 4):* chưa cam kết, ngoại trừ các cam kết trong cam kết sàn.

11.1.6 Dịch vụ vận tải đường bộ

Đây là ngành dịch vụ có mức độ mở của khá cao và là

loại hình vận tải nhộn nhịp nhất hiện nay tại Việt Nam. Cho đến nay đã có trên 20 liên doanh vận tải đường bộ được cấp phép hoạt động, tạo ra một thị trường đầy cạnh tranh. Điều đáng chú ý vốn góp của phía nước ngoài trong một số liên doanh đã được đẩy lên trên mức 51% tức là mức trần quy định trong các cam kết quốc tế của Việt Nam. Trong cam kết gia nhập WTO, Việt Nam chưa cam kết phương thức 1, Phương thức 4 và không hạn chế phương thức 2. Phía nước ngoài được thành lập liên doanh với nhà vận tải đường bộ Việt Nam với vốn góp của nước ngoài không quá 51% sau ba năm kể từ khi gia nhập, 100% lái xe của liên doanh là công dân Việt Nam.

Việt Nam cam kết về vận tải hành khách và vận tải hàng hóa. Mode 3, Việt Nam không hạn chế, ngoại trừ kể từ khi gia nhập WTO, các nhà cung cấp dịch vụ nước ngoài được cung cấp dịch vụ vận tải hàng hóa và vận tải hành khách thông qua hợp đồng hợp tác kinh doanh hoặc liên doanh với phần góp của phía nước ngoài không vượt quá 49%. Sau 3 năm kể từ ngày gia nhập tùy theo nhu cầu thị trường được phép thành lập liên doanh với phần góp vốn của phía nước ngoài không vượt quá 51% để cung cấp dịch vụ vận tải hàng hóa 100% lái xe của liên doanh là công dân Việt nam.

11.1.7 Dịch vụ vận tải đường sắt

Trước thời điểm Việt Nam gia nhập WTO, ngành dịch vụ này thuộc chủ quyền Nhà nước. Chủ trương phát triển của ngành đường sắt trong một thời gian dài vẫn là tập trung nâng cao sức mạnh cạnh tranh với các loại hình vận tải khác chưa tính đến sự cạnh tranh với các nhà vận tải

nước ngoài: Tuy nhiên trong cam kết gia nhập WTO của Việt Nam, đối tác nước ngoài được tham gia liên doanh đối tác Việt Nam với vốn góp tối đa đạt 49 %, nhưng không cam kết về dành sự đối xử quốc gia. Do ngành vận tải đường sắt đòi hỏi phải có mức độ đầu tư lớn về cơ sở hạ tầng cung cấp dịch vụ nên trong ngắn hạn chưa có sự tham gia của các doanh nghiệp nước ngoài. Về dài hạn, Nhà nước Việt Nam vẫn chủ trương kiểm soát loại hình dịch vụ này cũng như các loại hình dịch vụ vận tải nội địa khác.

11.1.8. Dịch vụ vận tải đường thủy nội địa

Việt Nam cam kết giống như dịch vụ vận tải đường sắt trên đây.

11.1.9. Dịch vụ vận tải hàng không (gồm 3 phân ngành: bán và tiếp thị sản phẩm hàng không; Đặt, giữ chỗ bằng máy tính; Bảo dưỡng và sữa chữa máy bay)

Ngành hàng không Việt Nam đang phát triển theo hướng giảm dần độc quyền, tạo môi trường cạnh tranh để nâng cao chất lượng phục vụ. Hiện nay, Việt Nam có các hãng hàng không trong nước bao gồm Vietnam Airlines, Pacific Airlines, VASCO và JETSTAR.... đang cung cấp dịch vụ. Về dịch vụ vận chuyển hàng hoá và hành khách trên các tuyến nội địa, các hãng hàng không nước ngoài chưa được phép tham gia mà hoàn toàn do các hãng hàng không trong nước thực hiện.

Tuy nhiên, đối với các tuyến vận chuyển quốc tế, các hãng hàng không nước ngoài được tham gia tự do và cạnh tranh rất mạnh với các hãng hàng không trong nước. Trong khuôn khổ cam kết quốc tế, dịch vụ vận chuyển

hàng hoá và hành khách (thương quyền) chưa được đưa vào phạm vi điều chỉnh ở phạm vi đa phương mà vẫn thuộc phạm vi của các hiệp định song phương. Những dịch vụ chính được cam kết là dịch vụ tiếp thị và bán sản phẩm hàng không, dịch vụ đặt giữ chỗ máy tính và dịch vụ sửa chữa và bảo dưỡng máy bay. Đối với các dịch vụ này, Việt Nam hiện nay cam kết rất thông thoáng khi cho phép các hãng hàng không nước ngoài có hiệp định song phương được tự do cung cấp dịch vụ này với điều kiện sử dụng hệ thống mạng của Việt Nam, cụ thể :

Dịch vụ bán và tiếp thị sản phẩm hàng không: Phương thức 1 và 2: Không hạn chế. Trong phương thức 3, các hãng hàng không nước ngoài được phép cung cấp dịch vụ tại Việt Nam thông qua văn phòng bán vé của mình hoặc các đại lý tại Việt Nam. Phương thức 4: Chưa cam kết

Dịch vụ đặt, giữ chỗ bằng máy tính: Phương thức 1, 2, 3 không hạn chế, ngoại trừ việc nhà cung cấp nước ngoài phải sử dụng mạng viễn thông công cộng dưới sự quản lý của nhà chức trách viễn thông Việt Nam. Phương thức 4: Chưa cam kết

Dịch vụ bảo dưỡng và sửa chữa máy bay: Phương thức 1 và 2: Không hạn chế. Phương thức 3: Cho phép thành lập liên doanh với vốn góp nước ngoài là 51% kể từ ngày gia nhập. Đến năm 2012 sẽ cho phép thành lập liên doanh 100% vốn nước ngoài.

11.1.10. Dịch vụ chuyển phát

Phương thức 1, 2: Không hạn chế. Phương thức 3: Trong vòng 5 năm kể từ ngày gia nhập, cho phép thành lập liên doanh với vốn góp nước ngoài tối đa lên tới 51%. Tới

năm 2012, cho phép thành lập doanh nghiệp 100% vốn đầu tư nước ngoài. Phương thức 4: Không cam kết.

11.1.11. Dịch vụ phân phối

Về cơ bản, Việt Nam cam kết tương tự như trong hiệp định Thương mại Việt Nam - Hoa Kỳ (BTA), tức là khá chặt so với các nước mới gia nhập WTO. *Trước hết*, thời điểm cho phép thành lập doanh nghiệp bán lẻ 100% vốn nước ngoài cũng giống như quy định trong BTA là ngày 1-1-2009. *Thứ hai*, tương tự như BTA, *Việt Nam không mở cửa thị trường phân phối xăng dầu, dược phẩm, sách báo, tạp chí, băng hình, thuốc lá, gạo, đường và kim loại quý cho nước ngoài*. Nhiều sản phẩm nhạy cảm như sắt thép, xi măng, phân bón...dịch vụ nhạy cảm (dịch vụ chuyển phát, dịch vụ phân phối, dịch vụ vận tải -đường sắt và vận tải đường bộ nội địa,...) cũng đã đạt được. Một số phân ngành dịch vụ mà Việt Nam có lợi thế cung cấp như dịch vụ xếp dỡ Container với hàng hóa vận chuyển đường biển, đại lý kho bãi và đại lý vận tải hàng hóa, dịch vụ thông quan,... đã có được sự hạn chế vốn góp nước ngoài không vượt quá 50% (tỷ lệ khống chế) hoặc đặt ra lộ trình cho phép tăng vốn góp của phía nước ngoài từ 5-7 năm. Riêng trong nội bộ ASEAN, thời hạn 2013 đã được đặt ra để tự do hóa hầu hết các phân ngành chủ yếu trong dịch vụ Logistics. Bước tiến đáng kể trong tự do hóa dịch vụ Logistics trong ASEAN được thể hiện trong phân ngành dịch vụ vận tải hàng hóa bằng đường hàng không được tự do hóa hoàn toàn vào năm 2008.

Đối với một số phân ngành dịch vụ khác mang tính bổ trợ trong ngành dịch vụ Logistics như dịch vụ phân tích và

kiểm định kỹ thuật, dịch vụ máy tính và dịch vụ liên quan tới máy tính, dịch vụ tư vấn quản lý, Việt Nam đã cho phép thành lập liên doanh với vốn nước ngoài ngay từ thời điểm gia nhập. Riêng với dịch vụ tư vấn quản lý và dịch vụ máy tính, Việt Nam còn cho phép doanh nghiệp nước ngoài mở chi nhánh từ năm 2010, nhưng chỉ dành đối xử quốc gia với điều kiện giám đốc chi nhánh phải là người cư trú tại Việt Nam. Đây là những phân ngành dịch vụ Việt Nam khuyến khích sự tham gia của phía nước ngoài để định hướng sự phát triển của thị trường trong nước cũng như học hỏi được những kinh nghiệm, kỹ năng quản lý và cung; cấp dịch vụ ở trình độ cao của các doanh nghiệp nước ngoài.

11.2. Các thỏa thuận khu vực

11.2.1. Hiệp định vận tải qua biên giới GMS

Hiệp định tạo thuận lợi cho vận tải hàng hóa và hành khách qua lại biên giới giữa các nước tiểu vùng Mê Kông mở rộng, gọi tắt là Hiệp định vận tải qua biên giới GMS, được ký kết năm 1999 và đến nay đã có 6 nước tham gia là Căm-pu-chia, Trung Quốc, Lào, Mi-an- ma, Thái Lan và Việt Nam. Hiệp định có 20 Phụ lục và Nghị định thư bảo lãnh và áp tải *(Điều 7);* Vận tải quá cảnh *(Điều 8);* Các quy chế đặc biệt áp dụng đối với vận tải một số chủng loại hàng hỏa cụ thể *(Điều 10);* Cho phép xe vận tải đường bộ ra vào lãnh thổ của bên ký kết khác *(Điều 11);* Đăng ký xe vận tải *(Điều 12);* Yêu cầu kỹ thuật *(Điều 13);* Bảo hiểm trách nhiệm bắt buộc của chủ xe cơ giới đối với người thứ ba *(Điều 16);* Thương quyền vận tải *(Điều 19);* Cấp phép cho người khai thác vận tải *(Điều 21);* Vận tải đa phương

thức *(Điều 34);* Giải quyết tranh chấp *(Điều 91);* và các Nghị định thư và Phụ lục giải thích các điều có liên quan trên đây của Hiệp định. Hiệp định có hiệu lực từ năm 2006

Các quy định về vận tải đa phương thức (Điều 34) giống như quy định tại Hiệp định khung ASEAN về Vận tải đa phương thức và Nghị định Số 87/2009/NĐ-CP, ngày 19/10/2009 về vận tải đa phương thức bổ sung thay thế cho Nghị định 125 CP, ngày 29/10/2003

Các quy định của Hiệp định điều chỉnh việc kinh doanh dịch vụ vận tải đường bộ quốc tế của Việt Nam với các nước liền kề trong khu vực.

11.2.2. Hiệp định khung ASEAN về Tạo thuận lợi cho hàng hóa quá cảnh

Hiệp định ký ngày 16-12-1998 đã có hiệu lực. Kèm theo Hiệp định là 9 Nghị định thư quy định chi tiết về việc thực hiện Hiệp định. Các nước ASEAN dành cho nhau đãi ngộ tối huệ quốc và đãi ngộ quốc gia trong việc vận tải hàng hóa quá cảnh giữa các nước thành viên. Các quy định của Hiệp định về vận tải hàng hóa quá cảnh cơ bản giống như Hiệp định GMS trên đây. Điểm đáng chú ý là:

Điều 5 của Hiệp định quy định vận tải quá cảnh sẽ không phụ thuộc vào bất cứ sự chậm trễ hoặc hạn chế không cần thiết nào và sẽ được miễn các loại thuế hải quan và các chi phí khác trừ các chi phí cho các dịch vụ cụ thể liên quan tới việc vận tải đó. Hàng hóa được chở trên xe cơ giới đường bộ, xe kéo móoc hoặc trong container có gắn xi sẽ không phải bị các trạm Hải quan kiểm tra trên đường đi, trừ trường hợp ngoại lệ khi có nghi ngờ tính bất thường. Các bên được quyền xếp dỡ hàng hóa của các

nước thứ ba gửi đến hoặc đến từ các bên ký kết

Hiệp định cho phép các phương tiện vận tải chở hàng hóa quá cảnh được đi suốt không phải thay đổi phương tiện vận tải. Các nước thành viên công nhận lẫn nhau giấy phép lái xe *{Điều 13)* và giấy kiểm định kỹ thuật xe cơ giới thương mại do các nước thành viên cấp *(Điều 12).*

11.2.3. Hiệp định khung ASEAN về vận tải đa phương thức

Hiệp định được ký ngày 17-11-2005 tại Viên Chăn, Lào. Tuy hiện nay Hiệp định chưa có hiệu lực nhưng các nước như Thái Lan và Việt Nam đã đưa nội dung của Hiệp định vào luật quốc gia (ở Việt Nam là Nghị định 87/2009/NĐ-CP của Chính phủ ngày 19/10/2009 về vận tải đa phương thức).

- Phạm vi áp dụng của Hiệp định (Điều 2)

Hiệp định áp dụng đối với

+ Tất cả mọi người kinh doanh vận tải đa phương thức đã đăng ký với cơ quan quốc gia có thẩm quyền của nước mình, và tất cả các hợp đồng vận tải đa phương thức vì mục đích giải quyết các tranh chấp dân sự, nếu:

(i) Nơi người kinh doanh vận tải đa phương thức nhận hàng để vận chuyển như đã được quy định trong hợp đồng vận tải đa phương thức ở trong một nước thành viên, hoặc

(ii) Nơi người kinh doanh vận tải đa phương thức giao hàng như đã được quy định trong hợp đồng vận tải đa phương thức ở trong một nước thành viên.

Trách nhiệm của người kinh doanh vận tải đa phương

thức (Điều 7): *kể từ khi nhận hàng để vận chuyển đến khi giao xong hàng.*

- Trách nhiệm bồi thường thiệt hại (Điều 10)

Người kinh doanh vận tải đa phương thức phải chịu trách nhiệm về tổn thất do mất mát hoặc hư hỏng hàng hóa hoặc do việc giao trả hàng chậm gây nên, nếu việc đó xảy ra dẫn đến mất mát, hư hỏng hoặc giao hàng chậm trong thời gian đang thuộc trách nhiệm của mình, trừ khi người kinh doanh vận tải đa phương thức chứng minh được mình, người làm công, đại lý hoặc bất cứ người nào khác mà người kinh doanh vận tải đa phương thức sử dụng dịch vụ của họ để thực hiện hợp đồng vận tải đa phương thức, đã thực hiện các biện pháp hợp lý nhằm tránh hậu quả xấu xảy ra.

- Miễn trừ trách nhiệm (Điều 12)

Người kinh doanh vận tải đa phương thức được miễn trách nhiệm về mất mát, hư hỏng hoặc giao trả hàng chậm đối với hàng hóa được vận chuyển nếu chứng minh được việc gây nên mất mát, hư hỏng hoặc giao trả hàng chậm trong quá trình vận chuyển là do một hoặc nhiều nguyên nhân sau đây gây nên:

a. Bất khả kháng

b. Hành vi hoặc sự bất cẩn của người gửi hàng, người nhận hàng, người đại diện hoặc đại lý của họ

c. Đóng gói, ghi ký mã hiệu hoặc đánh số hàng hóa không đầy đủ hoặc khiếm khuyết

d. Giao nhận, xếp dỡ, chất xếp hàng hóa dưới hầm tàu

do người gửi hàng. người nhận hàng, hoặc người đại diện hoặc người đại lý của họ thực hiện

e. Ẩn tỳ hoặc nội tỳ của hàng hóa

f. Đình công, bế xưởng, bị ngăn chặn sử dụng một bộ phận hoặc toàn bộ nhân công vì bất cứ lý do gì.

g) Trường hợp hàng hóa được vận chuyển bằng đường biển, hoặc đường thủy nội địa, khi mất mát hư hỏng hoặc chậm trễ xảy ra trong quá trình vận chuyển do:

+ Hành vi, sự bất cẩn hoặc lỗi của thuyền trưởng, thuyền viên, hoa tiêu hoặc người làm công cho người vận chuyển trong điều hành hoặc quản trị tàu;

+ Cháy, trừ khi gây ra bởi hành vi cố ý thực hiện hoặc thông đồng thực hiện của người vận chuyển.

Tuy nhiên, khi mất mát, hư hỏng hàng hóa xảy ra do tàu không đủ khả năng đi biển thì người kinh doanh vận tải đa phương thức có thể chứng minh mình đã mẫn cán để làm cho con tàu có đủ khả năng đi biển khi bắt đầu hành trình.

- Giới hạn trách nhiệm của người kinh doanh vận tải đa phương thức (Điều 14)

Trừ phi tính chất và giá trị của hàng hóa đã được người gửi hàng kê khai trước khi hàng hóa được người kinh doanh vận tải đa phương thức tiếp nhận để vận chuyển và đã được ghi trong chứng từ vận tải đa phương thức. Người kinh doanh vận tải đa phương thức chỉ chịu trách nhiệm trong bất cứ trường hợp nào về mất mát hoặc hư hỏng hàng hóa với mức độ tối đa tương đương với

666.67 SDR cho một kiện hoặc cho một đơn vị, hoặc 2,00 SDR cho một kg trọng lượng cả bì của hàng hóa bị mất mát, hư hỏng, tùy theo cách tính thế nào cao hơn.

Khi trong một container, pallet hoặc công cụ vận chuyển tương tự được xếp nhiều kiện, nhiều đơn vị mà các kiện hoặc các đơn vị đó được liệt kê trong chứng từ vận tải đa phương thức thì sẽ được coi là các kiện hoặc đơn vị. Trong trường hợp khác, container, pallet hoặc công cụ vận chuyển đó phải được coi là kiện hoặc đơn vị.

Mặc dù có quy định trên đây, nếu trong hợp đồng vận tải đa phương thức không bao gồm việc vận chuyển hàng hóa bằng đường biển hoặc đường thủy nội địa, thì trách nhiệm của người kinh doanh vận tải đa phương thức được giới hạn bởi số tiền không vượt quá 8,33 SDR cho một kg trọng lượng cả bì của hàng hóa bị mất mát hoặc hư hỏng.

Trường hợp mất mát hoặc hư hỏng hàng hóa xảy ra trong một công đoạn cụ thể của vận tải đa phương thức, mà ở công đoạn đó điều ước quốc tế hoặc pháp luật quốc gia có quy định một giới hạn trách nhiệm khác, nếu hợp đồng vận tải được ký riêng cho công đoạn đó, thì giới hạn trách nhiệm của người kinh doanh vận tải đa phương thức đối với mất mát hư hỏng hàng hóa sẽ được áp dụng theo quy định của điều ước quốc tế đó hoặc của pháp luật quốc gia đó.

Nếu người vận tải đa phương thức phải chịu trách nhiệm về tổn thất do việc giao trả hàng chậm, hoặc tổn thất tiếp với chính hàng hóa đó, thì trách nhiệm của người kinh doanh vận tải đa phương thức được giới hạn trong số tiền gửi không vượt quá số tiền tương đương với tiền cước

vận chuyển theo hợp đồng vận tải đa phương thức.

Toàn bộ trách nhiệm của người kinh doanh vận tải đa phương thức sẽ không vượt quá giới hạn trách nhiệm đối với tổn thất toàn bộ hàng hóa.

Người kinh doanh vận tải đa phương thức đã hành động hoặc không hành động với chú ý gây ra mất mát, hư hỏng, chậm trễ hoặc đã không hành động một cách liều lĩnh và biết rằng sự mất mát, hư hỏng, chậm trễ đó chắc chắn sẽ xảy ra .

- Thời liệu khiếu kiện (Điều 23)

Trừ phi có sự thỏa thuận khác, bất cứ khiếu kiện nào liên quan tới vận tải đa phương thức theo Hiệp định này sẽ hết thời hiệu trừ khi các thủ tục về tòa án hoặc trọng tài được thực hiện trọng một thời hạn 9 tháng, sau khi hàng hóa được giao, sau ngày, theo quy định của Điều 11, nếu không giao được hàng sẽ cho phép người nhận hàng quyền được coi hàng hóa đó đã mất.

- Yêu cầu đăng ký của người kinh doanh vận tải đa phương thức (Điều 29, Điều 30):

Người kinh doanh vận tải đa phương thức phải đăng ký với cơ quan quốc gia có thẩm quyền của nước mình.

Muốn được đăng ký, người kinh doanh vận tải đa phương thức phải thỏa mãn các điều kiện tối thiểu sau:

+ Phải là một thực thể pháp lý theo yêu cầu của pháp luật nước thành viên,

+ Có trụ sở chính tại nước thành viên xin đăng ký,

+ Có hợp đồng bảo hiểm, từ một hội bảo trợ, hoặc một

hình thức tài chính tương tự để có thể thanh toán nghĩa vụ bồi thường mất mát, hư hỏng hoặc giao chậm theo quy định của hợp đồng vận tải đa phương thức cũng như rủi ro có tính chất hợp đồng, và có tài sản tối thiểu tương đương 80.000 SDR hoặc có một bảo lãnh tương đương.

- Điều kiện người kinh doanh vận tải đa phương thức ở một nước thành viên được kinh doanh ở một nước thành viên khác (Điều 32)

- Người kinh doanh vận tải đa phương thức phải nộp một bản giấy đăng ký do cơ quan nhà nước có thẩm quyền của nước thành viên nơi mình đến kinh doanh mà ở đó có đại diện pháp lý như thông qua hợp đồng đại lý hoặc văn phòng chi nhánh.

11.3. Một số tập quán quốc tế

Về điều kiện thương mại quốc tế (INCOTERMS): Incoterms là viết tắt cụm từ "Điều kiện thương mại quốc tế" *(International Commercial Terms)* do Phòng Thương mại Quốc tế ICC *(International Chamber of Commerce)* ban hành vào năm 1936 dưới tên gọi Incoterms 1936. Incoterms bao gồm các quy tắc chính thức của Phòng Thương mại Quốc tế về giải thích các điều kiện thương mại, tạo điều kiện cho giao dịch vụ thương mại quốc tế diễn ra một cách trôi chảy. [14]Chính vì vậy, ngay sau khi được ban hành, Incoterms được nhiều doanh nghiệp của nhiều nước thừa nhận và áp dụng. Incorerms được trình bày rõ ràng, dễ hiểu, phản ánh được các tập quán thương mại phổ biến trong buôn bán quốc tế. Khi môi trường và điều kiện kinh doanh quốc tế thay đổi, để phù hợp với thực tế thương mại Incoterms đã được sửa đổi bổ sung 6 lần

vào các năm 1953, 1967, 1976, 1980, 1990 và lần gần đây nhất là vào cuối năm 1999 đã cho ra đời bộ Incoterms 2000 với 13 điều kiện thương mại, chia thành 04 nhóm như sau:

a. Nhóm E: gồm 1 Điều kiện

EXW - Ex Works (named place): Giao hàng tại xưởng (quy định tên địa điểm)

Nghĩa vụ của người bán:

- Chuẩn bị bán hàng theo đúng hợp đồng đã thỏa thuận, giao hàng cho người mua tại cơ sở của người bán hoặc tại địa điểm quy định;

Giúp người mua làm thủ tục xuất khẩu khi có yêu cầu với chi phí của người mua (nếu điều đó quy định rõ trong hợp đồng);

Giao cho người mua các chứng từ có liên quan đến hàng hoá;

Không phải chịu chi phí bốc hàng lên phương tiện vận tải do người" mua chỉ định nếu không có sự thoả thuận khác đi trong hợp đồng mua bán.

Nghĩa vụ của người mua:

- Trả tiền hàng theo hợp đồng đã thỏa thuận;

- Chịu mọi chi phí và rủi ro kể từ khi nhận hàng tại cơ sở sản xuất, quá cảnh, nhập khẩu hàng hoá.

Vấn đề cần chú ý là với điều kiện này, người bán thực hiện nghĩa vụ và chi phí tối thiểu, còn người mua phải thực hiện nghĩa vụ và chi phí tối đa; Nhà nhập khẩu Việt

Nam không nên lựa chọn điều kiện thương mại này khi không có điều kiện trực tiếp hoặc gián tiếp làm thủ tục thông quan xuất khẩu.

b. Nhóm F: gồm 3 Điều kiện

FCA *-Free Carrier (named place):* Giao hàng cho người vận tải (tại địa điểm quy định)

Nghĩa vụ của người bán:

- Giao hàng cho người vận chuyển do người mua chỉ định;

- Bốc hàng lên phương tiện tại địa điểm giao hàng (nếu địa điểm thuộc cơ sở của người bán);

- Làm thủ tục xuất khẩu, nộp thuế và lệ phí xuất khẩu;

- Giao cho người mua (trực tiếp hoặc gián tiếp) các bằng chứng đã giao hàng cho người vận chuyển.

Nghĩa vụ của người mua

- Trả tiền hàng;

- Chỉ định phương tiện chuyên chở hàng và trả chi phí vận tải chính;

- Làm thủ tục nhập khẩu, nộp thuế và lệ phí nhập khẩu;

- Rủi ro về hàng hóa được chuyển từ người bán sang người mua khi hàng hóa đã được giao cho người vận chuyển như các hãng đại lý hàng không, vận tải đường sắt, bãi hoặc trạm container... Nếu sử dụng vận tải đa phương thức thì rủi ro được chuyển sang cho người mua sau khi đã giao hàng xong cho người vận tải đầu tiên.

Vấn đề cần chú ý là về cơ bản, nghĩa vụ của người bán và người mua ở điêu kiện FCA tương tự như quy định ở điều kiện FOB, nhưng có điểm khác là FCA áp dụng với mọi loại phương tiện vận tải kể cả phương tiện vận tải đa phương thức.

FAS "Free Alongside Ship *(named port of shipment):* Giao hàng dọc mạn tàu (tại cảng bốc hàng quy định)

Nghĩa vụ của người bán:

- Đưa hàng hoá ra cảng, đặt hàng dọc mạn con tàu do người mua thuê;

- Làm thủ tục xuất khẩu, nộp thuế và lệ phí xuất khẩu;

- Giao cho người mua các chứng từ có liên quan đến lô hàng

Nghĩa vụ của người mua:

- Trả tiền hàng theo hợp đồng ngoại thương đã thoả thuận;

- Thuê tàu, trả cước phí vận tải chính (để chuyên chở hàng từ cảng; bốc hàng đến cảng đỡ hàng);

- Làm thủ tục nhập khẩu và trả các chi phí có liên quan đến thủ tục thông quan nhập khẩu;

- Chịu mọi rủi ro sau khi hàng hoá đã đặt dưới quyền định đoạt của mình tại cảng bốc hàng (càng đi).

Vấn đề cần chú ý là điều kiện FAS chỉ áp dụng với phương tiện vận tải thuỷ, không áp dụng với các loại phương tiện vận tải khác

- *FOB-Free On Board (named port of shipment):*

Giao hàng lên tàu (tại cảng bốc hàng quy định)

Nghĩa vụ của người bán :

- Giao hàng lên tàu do người mua chỉ định;

- Làm thủ tục xuất khẩu, nộp thuế và lệ phí xuất khẩu;

- Giao cho người mua (trực tiếp hoặc gián tiếp) các bằng chứng đã giao hàng lên tàu;

Nghĩa vụ của người mua trả tiền hàng:

- Chỉ định tàu chuyên chở hàng và trả chi phí vận tải chính (chi phí chuyên chở từ cảng bốc hảng đến cảng dỡ hàng);

- Làm thủ tục nhập khẩu, nộp thuế và lệ phí nhập khẩu;

- Địa điểm chuyển rủi ro về hàng hoá từ người bán sang người mua là "lan can" tàu tại cảng bốc hàng quy định.

Vấn đề cần chú ý là điều kiện FOB theo Incoterms 2000 chỉ áp dụng với phương tiện vận tải thuỷ; Khi lan can tàu không đóng vai trò phân định chuyển rủi ro trên thực tế như trong trường hợp vận tải bằng roll-on/ roll-off hoặc tàu chuyên chở container thì nên áp dụng điều kiện FCA.

c. Nhóm C: gồm 4 điều kiện

CFR - *Cost and freight (named port of destination):* Tiền hàng và cước vận chuyển (đến cảng quy định là đích).

Nghĩa vụ của người bán:

- Thuê tàu, ký hợp đồng thuê tàu và trả cước phí vận tải chính;

- Giao hàng lên tàu;

- Làm thủ tục xuất khẩu, nộp thuế và lệ phí xuất khẩu (nếu có);

- Trả chi phí bốc hàng lên tàu và chi phí dỡ hàng nếu chi phí này nằm trong cước phí vận tải chính ;

- Giao cho người mua các chứng từ có liên quan đến hàng hoá.

Nghĩa vụ của người mua

- Trả tiền hàng theo hợp đồng đã thỏa thuận;

- Trả chi phí dỡ hàng nếu chi phí này chưa nằm trong cước phí vận tải chính;

- Làm thủ tục nhập khẩu, nộp thuế và lệ phí nhập khẩu;

- Chịu mọi rủi ro tổn thất sau khi hàng hóa đã qua lan can tàu ở cảng bốc hàng (cảng đi)

CIF-*Cost, Insurance and Freight (named port of destination):* Tiền hàng, bảo hiểm và cước vận chuyển (đến cảng quy định là đích).

Với điều kiện này, nghĩa vụ của người bán và người mua tương tự như điều kiện CFR nhưng có những điểm khác sau đây:

- Người bán phải mua bảo hiểm cho hàng hoá để bảo vệ cho người mua trước những rủi ro trong quá trình chuyên chở. Nếu trong hợp đồng ngoại thương không quy định về bảo hiểm thì người bán chỉ phải mua bảo hiểm ở mức tối thiểu theo điều kiện FPA hoặc ICC (C) bảo hiểm

110% giá trị hàng hoá giao dịch;

- Người bán phải cung cấp cho người mua chứng từ bảo hiểm (Insurance policy hoặc Insurance certificate)

Vấn đề cần chú ý là theo Incoterms 2000, 2 điều kiện CFR và CIF chỉ áp dụng với phương tiện vận tải thuỷ: đường biển và đường sông ; Cả 2 diều kiện này, mặc đù người bản chịu chi phí vận tải tới cảng dỡ hàng, nhưng rủi ro về hàng hoá chuyển ngay sang cho người mua sau khi hàng hoá vượt qua lan can tàu ở cảng bốc hàng.

CPT - *Carriage Paid To (namedpiace of destination):* Cước phí trả tới (nơi quy định là đích)

Với điều kiện, nghĩa vụ của người bán và người mua tương tự như điều kiện FCA, nhưng ở điều kiện CPT có điểm khác là người bán còn có nghĩa vụ thuê phương tiện vận tải và trả cước phí để chuyên chở hàng tới địa điểm đích quy định.

CIP - *Cariage, insurance Paid to (named place of destination):* Cước phí, bảo hiểm trả tới (nơi quy định là đích)

Với điều kiện này, nghĩa vụ của người bán và người mua tương tự như điều kiện CPT, nhưng ở điều kiện CIP người bán còn có thêm hai nghĩa vụ sau đây:

- Mua bảo hiểm cho hàng hóa để bảo vệ cho người mua trước những rủi ro và mất mát hàng hóa trong quá trình chuyên chở. Nếu trong hợp đồng ngoại thương không có quy định về bảo hiểm thì người bán chỉ có nghĩa vụ mua bảo hiểm ở mức tối thiểu theo điều kiện FPA hoặc ICC (C) bảo hiểm 110% giá trị hàng hóa giao dịch.

- Giao cho người mua các chứng từ bảo hiểm.

Vấn đề cần chú ý là theo Incoterms 2000, 2 điều kiện CPT và CIP áp dụng với mọi loại phương tiện vận tải kể cả phương tiện vận tải đa phương thức; Trong 2 điều kiện CPT và CIP, người bán phải thuê phương tiện vận tải và trả cước phí để chuyên chở hàng tới địa điểm đích quy định, nhưng rủi ro được chuyển sang người mua sau khi hàng hóa đã giao xong cho người vận tải nơi đi ; Khuyến cáo khi xuất khẩu hàng hoá chuyên chở bằng container, sử dụng phương tiện vận tải thuỷ thì nên áp dụng CPT thay vì CFR; CIP thay vì CIF vì người bán sẽ nhanh chuyển rủi ro hơn.

d. Nhóm D: gồm 5 Điều kiện

DAF - Delivered At Frontier (named place): Giao hàng tại biên giới (địa điểm quy định)

Nghĩa vụ của người bán

- Giao hàng tại địa điểm quy định trên biên giới (quy định);

- Làm thủ tục xuất khẩu, nộp thuế và lệ phí xuất khẩu;

- Giao cho người mua các chứng từ cần thiết có liên quan đến lô hàng;

- Chịu mọi chi phí cho đến khi đặt hàng dưới quyền định đoạt của người mua tại nơi quy định ở biên giới.

Nghĩa vụ của người mua

- Trả tiền hàng;

- Kịp thời tổ chức nhận hàng tại địa điểm trên biên giới;

- Làm thủ tục nhập khẩu, nộp thuế và lệ phí nhập khẩu;

- Chịu mọi rủi ro sau khi hàng đặt dưới quyền định đoạt của người mua tại địa điểm quy định trên biên giới.

Vấn đề cần chú ý là Điều kiện DAF quy định người bán hoàn thành nghĩa vụ giao hàng cho người mua khi đặt hàng hoá dưới sự định đoạt của người mua trên phương tiện vận chuyển mà không có nghĩa vụ phải dỡ hàng khỏi phương tiện đó; Điều kiện DAF thường áp dụng với phương tiện vận tải đường sắt, đường bộ hoặc phương tiện đa phương thức;Điều kiện DAF thường áp dụng trong buôn bán mậu dịch giữa các nước có chung đường biên giới.

Điều kiện DES "Delivered Ex Ship (named port of destination):

Giao hàng lên tàu (tại cảng quy định là đích)

Nghĩa vụ của người bán

- Giao hàng an toàn trên tàu tại cảng quy định;

- Làm thủ tục xuất kho, nộp thuế và lệ phí xuất khẩu;

- Chịu mọi chi phí và rủi ro cho tới khi hàng hoá xếp an toàn trên tàu tại cảng đích quy định;

- Giao cho người mua các chứng từ có liên quan đến lô hàng;

Nghĩa vụ của người mua

- Trả tiền hàng theo hợp đồng ngoại thương quy dinh;

- Nhận hàng trên tàu tại cảng đến;

- Trả chi phí dỡ hàng;

- Làm thủ tục nhập khẩu, nộp thuế và lệ phí nhập khẩu

- Chịu mọi rủi ro sau khi hàng hóa đã đặt dưới quyền định đoạt của người mua trên tàu tại cảng đến

DEQ-*Delivered Ex Quay (named port of destinaiion);* Giao hàng đến cầu cảng (tại cảng quy định là đích)

Với điều kiện này, nghĩa vụ của người bán và người mua tương tự như điều kiện DES, nhưng ở điều kiện DEQ người bán còn có thêm những nghĩa vụ sau đây:

- Chịu chi phí dỡ hàng xuống tàu;

- Địa điểm chuyển rủi ro sau khi hàng hoá đã đặt an toàn trên cầu cảng tại cảng đích quy định,

Vấn đề cần chú ý là cả hai điều kiện DES và DEQ của Incoterms 2000 đều quy định người bán phải thông quan xuất khẩu và người mua phải thông quan nhập khẩu; Cả 2 điều kiện DES và DEQ chỉ áp đụng với phương tiện vận tải thuỷ; Nơi chuyển rủi ro đều ở cảng đích quy định.

DDU - *Delivered Duty Unpaid (named place of destination):* Giao hàng chưa nộp thuế quan (tại nơi quy định là đích)

Với điều kiện này, người bán thực hiện mọi nghĩa vụ, chịu mọi chi phí và rủi ro để đưa hàng hoá tới địa điểm đích quy định, trừ nghĩa vụ làm thủ tục nhập khẩu, nộp thuế và lệ phí nhập khẩu.

DDF - *Delivered Duty Paid (named place of*

destination): Giao hàng đã nộp *thuế* quan (tại nơi quy định là đích)

Với điều kiện này, người bán thực hiện mọi nghĩa vụ, chịu mọi chi phí và rủi ro để đưa hàng hoá tới địa điểm đích quy định. Người mua chỉ phải trả tiền hàng.

Vấn đề cần chú ý là cả 2 điều kiện DDU và DDP áp dụng với mọi phương tiện vận tải kể cả phương tiện vận tải đa phương thức.

Incoterms có vai trò rất to lớn trong hoạt động thương mại quốc tế:

Là một bộ các quy tắc, Incoterms đã hệ thống hoá các tập quán thương mại được áp dụng phổ biến bởi các doanh nhân trên khắp thế giới. Các tập quán này đã xuất hiện và tồn tại trong quá trình phải triển của thương mại thế giới, nhưng trước đây chưa được biết đến theo một trật tự khoa học và logic. Incoterms ra đời, tập hợp những gì đã được thực hiện và kiểm nghiệm phổ biến trong thực tiễn, với mục đích giúp cho mọi doanh nghiệp ở khắp nơi trên thế giới có thể nắm rõ và sử dụng một cách dễ dàng mà không cần mất nhiều thời gian để tìm hiểu tất cả các luật lệ, tập quán thương mại riêng biệt của các đối tác nước ngoài.

Là mội bộ thuật ngữ thống nhất quốc tế trong giao nhận và vận chuyển hàng hóa ngoại thương, Incoterms bao gồm các điều kiện về nghĩa vụ giao nhận và vận tải hàng hoá của các bên trong hợp đồng ngoại thương, ở mỗi điều kiện thương mại xác định 10 nhóm nghĩa vụ cơ bản cho mỗi bên mua, bản phải thực hiện. Đa số các nghĩa vụ quy định có liên quan đến giao nhận, vận tải hàng hoá và các chứng từ có liên quan.

Là phương tiện quan trọng trong đàm phán ký kết hợp đồng ngoại thương, Incoterms tập hợp thành chuẩn mực thống nhất các tập quán thông dụng có liên quan đến nghĩa vụ của các bên trong mua bán quốc tế. Vì vậy, khi xác định sẽ áp dụng Incoterms nào, mỗi bên có thể hình dung ra những nghĩa vụ cơ bàn mà mình phải thực hiện, Điều này giúp đẩy nhanh tốc độ giao dịch đàm phán và đơn giản hoá nội dung hợp đồng, mà vẫn đảm bảo tính chặt chẽ, đầy đủ và mang tính pháp lý cao.

Là cơ sở quan trọng để xác định giá cả mua bán hàng hoâ, Incoterms quy định những nghĩa vụ quan trọng nhất về giao nhận, vận tải hàng hoá, về các chi phí cơ bản; giá trị hàng hoá; thủ tục và thuế xuất khẩu, nhập khẩu; chi phí vận tải, bào hiểm hàng hoá; địa điểm chuyển rủi ro hàng hoá từ người bán sang người mua; địa điểm giao hàng và nhận hàng,.., Khi các bên thoả thuận lựa chọn áp dụng Incoterms thì đây sẽ là một trong những cơ sở quan trọng nhất để xác định giá cả trong mua bán ngoại thương.

Là một căn cứ pháp lý quan trọng, Incoterms đóng vai trò làm cơ sở để thực hiện khiếu nại và giải quyết tranh chấp (nếu có) giữa người mua và người bán trong qúa trình thực hiện hợp đồng ngoại thương. Nếu trong hợp đồng ngoại thương có dẫn chiếu loại Incoterms áp dụng thì khi có tranh chấp xảy ra, văn bản Incoterms và các tài liệu giải thích chuẩn mực về Incoterms sẽ là những căn cứ quan trọng mang tính pháp lý giúp các bên thực hiện, và giải quyết khiếu nại hoặc khiếu kiện ra toã án hoặc trọng tài.

Các điều kiện của INCOTERMS 2000 thích hợp với

mọi phương thức vận tải là EXW. FCA, CPT, CIP, DAF, DDU, DDP và các điều kiện chỉ thích hợp cho vận chuyển đường biển và đường thủy nội địa là FAS, FOB,CFR, CIF, DES và DEQ.

Người cung cấp dịch vụ Logistics cần nắm vững 10 lĩnh vực trách nhiệm của người bán và người mua hàng hóa sẽ phải đảm nhiệm trong từng điều kiện của INCOTERMS, bao gồm: *1. Cung cấp hàng hóa; 2. Thanh toán tiền hàng; 3. Giấy phép, ủy quyền và thủ tục; 4. Hợp đồng chuyên chở và hợp đồng bảo hiểm ;5. Giao hàng - Nhận hàng; 6. Chuyển rủi ro, Phân chia chi phí liên quan; 7. Thông báo cho người mua - thông báo cho người bán; 8. Bằng chứng giao hàng, chứng từ vận tải hoặc hình thức chứng từ điện tử tương ứng.;9. Kiểm tra, đóng gói, ghi ký mã hiệu ;10. Kiểm tra hàng hóa và các nghĩa vụ khác.*

11.4. Câu hỏi ôn tập và thảo luận

1. Các cam kết của Việt Nam về logsitics trong WTO.
2. Các thỏa thuận và cam kết của Việt Nam về Logistics trong ASEAN.
3. Các điều kiện giao hàng trong thương mại quốc tế
4. Một số tập quán quốc tế cần lưu ý trong hoạt động kinh doanh Logistics.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Ban công tác về gia nhập WTO của Việt Nam. *Biểu cam kết cụ thể về dịch vụ..*
2. Chính phủ (2007); Nghị định số 140/2007/NĐ – CP, của Chính phủ, ngày 5/9/2007, *Quy định chi tiết Luật Thương mại về điều kiện kinh doanh dịch vụ Logistics và giới hạn trách nhiệm đối với thương nhân kinh doanh dịch vụ Logistics.*
3. Thủ tướng Chính phủ (2014); Quyết định số 169/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ ngày 22/01/2014 phê duyệt Đề án phát triển dịch vụ Logistics trong lĩnh vực giao thông vận tải đến năm 2020, định hướng đến năm 2030.
4. Thủ tướng Chính phủ (2015); Quyết định số 1012/QĐ-TTg Ngày 03/07/2015 về Việc phê duyệt quy hoạch phát triển hệ thống trung tâm Logistics trên địa bàn cả nước đến năm 2020, định hướng đến năm 2030.
5. Thủ tướng Chính phủ (2017); Quyết định số 200/QĐ-TTg Ngày 14/02/2017 về Kế hoạch nâng cao năng lực cạnh tranh dịch vụ Logistics ở Việt Nam đến năm 2025
6. Chính phủ (2009); Nghị định 87/2009/NĐ-CP, của *Quy định về kinh doanh vận tải đa phương thức tại Việt Nam.*
7. Cục quản lý cạnh tranh (2008),Sổ tay kinh doanh Logistics, NXB Tài Chính.
8. Đặng Đình Đào (2011), *Logistics - những vấn đề lý luận thực tiễn ở Việt Nam*, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân.
9. Đặng Đình Đào, Hoàng Đức Thân(2012), Kinh tế Thương mại, NXB Đại học kinh tế quốc dân
10. Đặng Đình Đào(2004), Kinh tế và quản lý ngành Thương mại dịch vụ, NXB Thống kê,

11. Đặng Đình Đào, Nguyễn Minh Sơn (2012), *Phát triển dịch vụ Logistics trong tiến trình hội nhập quốc tế ở nước ta*, NXB Chính trị quốc gia.

12. Đặng Đình Đào (2013). *Một số vấn đề phát triển bền vững hệ thống Logistics ở nước ta trong hội nhập quốc tế*. NXB Lao động - Xã hội

13. Đặng Đình Đào, Nguyễn Văn Toàn (2014). *Kinh tế và quản lý chuỗi cung ứng - Những vấn đề lý luận và thực tiễn* (sách chuyên khảo) NXB Lao động - Xã hội

14. Đặng Đình Đào. Phạm Nguyên Minh (2016). *Một số vấn đề thương mại và logistcs ở Việt Nam thời kỳ đổi mới 1986 -2016* (sách chuyên khảo) NXB Lao động - Xã hội

15. Đinh Ngọc Viện và Cộng Sự (2002), *Giao nhận và vận tải hàng hóa quốc tế*, NXB Giao thông vận tải

16. Phạm Thảo, C.T.H., Tống Thị Minh Ngọc (2014), *Cấu trúc bản ghi điện tử trong trao đổi dữ liệu hoạt động Logistics, Sách chuyên khảo "Kinh tế và quản lí chuỗi cung ứng - Những vấn đề lí luận và thực tiễn ở Việt Nam"*. Nhà xuất bản Lao động.

17. Phạm Thảo, N.Q.M., Trần Thị Mỹ Diệp (2014), *Ứng dụng Công nghệ thông tin trong quản lý các hoạt động Logistics*, in *Sách chuyên khảo "Kinh tế và quản lí chuỗi cung ứng - Những vấn đề lí luận và thực tiễn ở Việt Nam"*: Nhà xuất bản Lao động.

18. *5 Ways the Adoption of Technoogy is Improving Logistics Management*. 2015; Available from: http://www.gocatapult.com/blog/5-ways-the-adoption-of-technology-is-improving-Logistics-management/.

19. Corporation, O. *What is Edi*. [cited 2017 11/11/2017];

Available from: http://www.edibasics.co.uk/what-is-edi/.

20. Neng Chiu, H (1995), *The integrated Logistics management system: a framework and case study.* International Journal of Physical Distribution & Logistics Management, **25**(6): p. 4-22.
21. *Chapter 4. Order Management& Logistics Information Systems*. 2017 [cited 2017 30/11]; Available from: homes.ieu.edu.tr/dlm/LOG101/Chp4.pptx.
22. Andreas Meier Henrik Stormer, (2009). *E Business& e Commerce Managing the Digital Value Chain (* Quản lý chuỗi giá trị số Kinh doanh và thương mại)
23. Kent Gourdin. NXB Wiley-Blackwell; Ấn phẩm lần 2, Mỹ, (2006); *"Global Logistics Management: A Competitive Advantage for the 21st Century"* (Quản lý Logistics toàn cầu: Một lợi thế cạnh tranh trong thế kỷ 21)
24. Martin Christopher (1998), *Logistics and Supply Chain Management: Strategies for Reducing Cost and Improving Service,* Prentice Hall Pubshier (An Imprint of Pearson Education), London.
25. Douglas M. Lambert, James R. Stock, Lisa M. Ellram (1998), *Fundamentals of Logistics Management*, McGraw-Hill, Singapore.
26. И. Д фасоляк (1972). Управление производственным Запасами. Издат. "Экономика" М.
27. Р. К Мазорчук (1975). Нормирование расхода материалвных и запасных частей на железнодожном транспорте М. Транспорт. М.
28. С.М. Загладина (1975.) США - Обращение товаров и услуг в зкономике. Издат. Наука. М

29. Т. И. Лукьянец (1986) . Экономия материальных ресурсов Популярный справочник. Изgат. Полит. Украины.

30. Проф. Б. М Мачалова (1986). Экономия и Нормирование материальных ресурсов. "Высшая школа"

31. А. В. Осиова (1997). Основы Коммерческой деятельности М. Изgат. "юнити"

32. Проф. Л. А. Брагина (2002). Торговое дело: экономика, маркетинг и организация. Учебник. М. Инфра

NHÀ XUẤT BẢN TÀI CHÍNH

Đ/c: số 7 Phan Huy Chú - Phan Chu Trinh - Hai Bà Trưng - Hà Nội
Tel: 04. 38262767 -*- Email: nxbtaichinh@hn.vnn.vn

GIÁO TRÌNH

QUẢN TRỊ LOGISTICS

Đồng chủ biên

GS. TS. ĐẶNG ĐÌNH ĐÀO, PGS. TS. TRẦN VĂN BÃO
TS. PHẠM CẢNH HUY, TS. ĐẶNG THỊ THÚY HỒNG

Chịu trách nhiệm xuất bản:
PHAN NGỌC CHÍNH
Chịu trách nhiệm nội dung:
PHAN NGỌC CHÍNH

Biên tập: **Lê Thị Anh Thư**
Chế bản: **Hải Thành**
Vẽ bìa: **Hoàng Nam**

Đối tác liên kết:
Công ty TNHH Thương mại và Dịch vụ Văn hóa Hà Nội - số 101 ngõ 69A Hoàng Văn Thái, P. Khương Mai, Thanh Xuân, Hà Nội

---

In 1.000 cuốn, khổ 14,5 x 20,5 cm tại Cty cổ phần In và truyền thông Hợp Phát
Địa chỉ: Căn hộ 807 nhà N2D Trung Hòa Nhân Chính - Thanh Xuân - Hà Nội
Cơ sở in: Khu CN Quốc Oai, Hà Nội
Giấy đăng ký ĐKXB: 1936-2018/CXBIPH/07-44/TC
Số quyết định xuất bản: 88/QĐXB-NXBTC ngày 07-6-2018
Mã số ISBN: 978-604-79-1842-3
In xong và nộp lưu chiểu Quý III năm 2018.


5290-02
9 786047 918423
Giá: 129.000VNĐ