

## MỤC LỤC

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT.....	3
DANH MỤC BẢNG VÀ HÌNH.....	4
LỜI MỞ ĐẦU.....	6
PHẦN 1: GIỚI THIỆU CHUNG VỀ CÔNG TY CỔ PHẦN KIDO.....	7
1.1 Quá trình hình thành và phát triển của Công ty.....	7
1.1.1 Tên, địa chỉ và quy mô hiện tại của Công ty.....	7
1.1.2 Các mốc quan trọng trong quá trình phát triển.....	7
1.2 Chức năng và nhiệm vụ của Công ty.....	8
1.2.1 Các chức năng và nhiệm vụ của Công ty theo giấy phép kinh doanh.....	8
1.2.2 Các loại hàng hoá và dịch vụ hiện tại.....	11
1.3 Quy trình cung cấp dịch vụ và một số hàng hoá chủ yếu.....	12
1.3.1 Sơ đồ quy trình cung cấp dịch vụ.....	12
Quy trình cung cấp dịch vụ cụ thể có thể thay đổi tùy theo từng loại dịch vụ. Dưới đây là sơ đồ quy trình cung cấp dịch vụ cụ thể cho một số dịch vụ của KIDO:.....	13
1.3.2 Nội dung cơ bản của các bước công việc trong quy trình.....	13
1.4 Cơ cấu tổ chức của Công ty.....	16
1.4.1 Sơ đồ cơ cấu tổ chức.....	16
1.4.2 Chức năng nhiệm vụ cơ bản của các bộ phận quản lý.....	18
1.5 Lịch sử hình thành và phát triển của Công ty.....	20
PHẦN 2: PHÂN TÍCH HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN KIDO.	21
2.1 Phân tích tình hình tiêu thụ sản phẩm và công tác Marketing.....	22
2.1.1 Tình hình tiêu thụ sản phẩm trong những năm gần đây.....	22
2.1.2 Chính sách ngành hàng – sản phẩm – thị trường.....	23
2.1.3 Chính sách giá.....	28
2.1.4 Chính sách phân phối.....	29
2.1.5 Chính sách xúc tiến bán.....	31
2.1.6 Công tác thu thập thông tin Marketing của Công ty.....	33
2.1.7 Một số đối thủ cạnh tranh của Công ty.....	34
2.2 Phân tích công tác lao động và tiền lương.....	37
2.2.1 Cơ cấu lao động của Công ty.....	37
2.2.2 Định mức lao động.....	39
2.2.3 Tình hình sử dụng thời gian lao động.....	40
Các quyền lợi, chế độ làm việc.....	41
2.2.4 Năng suất lao động.....	41
2.2.5 Tuyển dụng và đào tạo lao động.....	41
2.2.6 Tổng quỹ lương và đơn giá tiền lương.....	45
2.2.7 Trả lương cho các bộ phận và cá nhân.....	46
2.2.8 Nhận xét về công tác lao động và tiền lương của Công ty.....	48
2.3 Phân tích công tác quản lý vật tư và tài sản cố định.....	48
2.3.1 Tình hình sử dụng: Nhập, xuất, tồn kho.....	48
2.3.2 Tình hình dự trữ, bảo quản và cấp phát.....	49



**DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT**

<b>Chữ viết tắt</b>	<b>Nội dung</b>
CP	Cổ phần
TSNH	Tài sản ngắn hạn
TSDH	Tài sản dài hạn
HTK	Hàng tồn kho
CSH	Chủ sở hữu
TSCĐ	Tài sản cố định
TNDN	Thu nhập doanh nghiệp
TNHH	Trách nhiệm hữu hạn
BHYT	Bảo hiểm y tế
BHXH	Bảo hiểm xã hội
NNKD	Ngành nghề kinh doanh
STT	Số thứ tự
HĐCĐ	Hội đồng cổ đông
HĐQT	Hội đồng Quản trị
KH	Kế hoạch

## DANH MỤC BẢNG VÀ HÌNH

### Danh mục bảng

Bảng 1. Lĩnh vực hoạt động theo giấy phép kinh doanh	10
Bảng 2. Tổng hợp tình hình tiêu thụ sản phẩm 2020 - 2021	22
Bảng 3. So sánh giá một số sản phẩm của công ty và đối thủ cạnh tranh	28
Bảng 4. So sánh Công ty và đối thủ cạnh tranh trong ngành hàng khô	35
Bảng 5. So sánh Công ty và đối thủ cạnh tranh trong ngành hàng khô	36
Bảng 6. Nhận xét về cơ cấu Marketing của Công ty	37
Bảng 7. Cơ cấu nhân sự Công ty năm 2021 và 2022	38
Bảng 8. Bảng lương tổ kinh doanh sản phẩm Tường An tháng 10/2023	47

### Danh mục hình

Hình 1. Sơ đồ quy trình cung cấp dịch vụ chung	11
Hình 2. Sơ đồ quy trình bán buôn thực phẩm	12
Hình 3. Sơ đồ quy trình dịch vụ xuất khẩu	12
Hình 4. Sơ đồ quy trình dịch vụ tư vấn	12
Hình 5. Sơ đồ tổ chức Công ty Cổ phần Tập đoàn KIDO	17
Hình 6. Hệ thống các ngành hàng trực thuộc Công ty Cổ phần KIDO	23
Hình 7. Sơ đồ mạng lưới kênh phân phối	28
Hình 8. Giao diện Website chính thức của Công ty	31
Hình 9. Giao diện trang Facebook chính thức của chuỗi KIDO's Bakery	31
Hình 10. Sự kiện kết hợp với Tiktok của Công ty	32



## **LỜI MỞ ĐẦU**

Trong quá trình học tập, thực tập tốt nghiệp đóng vai trò không thể phủ nhận trong việc phát triển và củng cố kỹ năng cho sinh viên. Với tư cách là sinh viên ngành Quản trị kinh doanh, em đã được cơ hội tham gia thực tập tại Công ty Cổ phần Tập đoàn Kido trong thời gian vừa qua. Trong thời gian này, em đã dành nhiều thời gian để làm việc tại phòng Tài chính – Kế toán của công ty, nơi em được hướng dẫn và trải nghiệm những công việc thực tế trong lĩnh vực này.

Thực tập tốt nghiệp không chỉ giúp sinh viên áp dụng kiến thức đã học mà còn cho phép họ hiểu rõ hơn về môi trường làm việc chuyên nghiệp. Đây cũng là cơ hội để mỗi sinh viên xác định rõ hơn về hướng đi nghề nghiệp của mình sau khi tốt nghiệp. Sự hỗ trợ nhiệt tình từ thầy Nguyễn Tiến Dũng và sự chào đón nhiệt tình từ đội ngũ nhân viên tại Công ty Cổ phần Tập đoàn Kido đã giúp em vượt qua những thách thức và tận dụng tối đa thời gian thực tập.

Cấu trúc bài báo cáo gồm 3 phần:

- Phần 1: Giới thiệu chung về công ty Cổ phần Tập đoàn Kido.
- Phần 2: Phân tích phân tích chi tiết về hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty và đưa ra đánh giá tổng quan về hoạt động của công ty Cổ phần Tập đoàn Kido.
- Phần 3: Đánh giá chung và định hướng đề tài tốt nghiệp.

Em hiểu rằng sẽ có những hạn chế và sai sót trong báo cáo này, và em mong nhận được sự đánh giá, nhận xét và góp ý từ các thầy/cô để bài báo cáo trở nên hoàn thiện hơn. Em xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc đến thầy Nguyễn Tiến Dũng cùng toàn bộ cán bộ, nhân viên tại Công ty Cổ phần Tập đoàn Kido đã tạo điều kiện thuận lợi cho em trong quá trình thực tập và hoàn thiện báo cáo này.

Em xin chân thành cảm ơn!

Sinh viên thực hiện

Phan Thu Hằng

## **PHẦN 1: GIỚI THIỆU CHUNG VỀ CÔNG TY CỔ PHẦN KIDO**

### **1.1 Quá trình hình thành và phát triển của Công ty**

#### **1.1.1 Tên, địa chỉ và quy mô hiện tại của Công ty**

- Tên đầy đủ: CÔNG TY CỔ PHẦN TẬP ĐOÀN KIDO
- Tên quốc tế: KIDO GROUP CORPORATION
- Tên viết tắt: KIDO GROUP
- Địa chỉ trụ sở chính: Số 138 -142 Hai Bà Trưng, Phường Đa Kao, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam
- Số điện thoại: (84) (28) 3827 0468
- Email: info@kdc.vn
- Website: www.kdc.vn
- Mã số thuế: 0302705302
- Ngày hoạt động: Ngày 06 tháng 09 năm 2002
- Người đại diện: Trần Kim Thành Chức vụ: Chủ tịch Hội đồng Quản trị
- Quản lý bởi: Cục Thuế Thành phố Hồ Chí Minh
- Giấy CNĐKKD: Số 4103001184 do Sở Kế hoạch - Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh cấp ngày 06 tháng 09 năm 2002 và theo các GCNĐKKD điều chỉnh sau đó
- Thông tin niêm yết: Cổ phiếu của Công ty được niêm yết tại Sở Giao dịch Chứng khoán Thành phố Hồ Chí Minh theo Giấy phép Niêm yết số 39/UBCK- GPNY do Ủy ban Chứng khoán Nhà nước cấp ngày 18 tháng 11 năm 2005 với mã giao dịch chứng khoán là “KDC”.
- Loại hình công ty: Công ty cổ phần
- Loại hình doanh nghiệp: Công ty cổ phần ngoài Nhà nước
- Quy mô doanh nghiệp: Doanh nghiệp lớn
- Vốn điều lệ: 2.797.413.560.000 đồng
- Doanh thu năm 2022: 12.787.155.345.809 đồng
- Số lượng nhân viên thời điểm 31/12/2021: 3.438 nhân viên

#### **1.1.2 Các mốc quan trọng trong quá trình phát triển**

Tập đoàn KIDO được thành lập vào năm 1993 và từ đó trở thành một trong những công ty thực phẩm hàng đầu Việt Nam. Trong suốt 22 năm đầu của chặng đường phát triển, KIDO đã thiết lập và giữ vững vị thế dẫn đầu ở một loạt các sản phẩm bánh kẹo, bánh quy và kem dưới thương hiệu KIDO.

Năm 2015, hướng đến mở rộng và phát triển sang lĩnh vực thực phẩm thiết yếu, Tập đoàn KIDO chính thức được thành lập. Phát huy các nền tảng sẵn có, KIDO tiếp tục duy trì và phát triển vị thế dẫn đầu trong ngành hàng lạnh với các sản phẩm Kem, Sữa & các sản phẩm từ Sữa và mở rộng danh mục sản phẩm sang lĩnh vực thiết yếu với dầu ăn, mì ăn liền,

hạt nêm, nước chấm, cà phê, thực phẩm đóng gói tiện lợi... nhằm chăm sóc gian bếp gia đình Việt và phục vụ nhu cầu của người tiêu dùng suốt cả ngày.

Hiện KIDO đang dẫn đầu thị trường ngành kem lạnh với 44,5% thị phần (Theo Euromonitor) và chiếm trên 30% thị phần lĩnh vực dầu ăn (Theo số liệu nội bộ). Tầm nhìn của KIDO là trở thành một tập đoàn thực phẩm uy tín tại Việt Nam và Đông Nam Á bằng cách mang đến nhiều hương vị độc đáo cho khách hàng thông qua các sản phẩm an toàn, dinh dưỡng và tiện lợi. KIDO cam kết phục vụ khách hàng bằng sản phẩm an toàn, dinh dưỡng và tiện lợi để duy trì vị thế hàng đầu. Họ tham gia và đóng góp vào các hoạt động cộng đồng và xã hội, tạo giá trị bền vững cho đối tác, cổ đông và nhân viên.

## **1.2 Chức năng và nhiệm vụ của Công ty**

### **1.2.1 Các chức năng và nhiệm vụ của Công ty theo giấy phép kinh doanh**

#### **Chức năng:**

Công ty KIDO là tập đoàn hàng đầu Việt Nam trong lĩnh vực thực phẩm với chiến lược phát triển rõ ràng và mục tiêu cụ thể cho từng ngành hàng. KIDO hoạt động chính trong các lĩnh vực sau:

- ❖ Sản xuất và kinh doanh các sản phẩm thực phẩm tiêu dùng:
  - Dầu ăn
  - Kem
  - Bánh kẹo
  - Snacking
  - Gia vị
- ❖ Bán buôn thực phẩm
- ❖ Xuất khẩu các sản phẩm chế biến từ dầu, mỡ động thực vật, từ các hạt có dầu, thạch dừa
- ❖ Sản xuất, kinh doanh các loại bao bì đóng gói
- ❖ Xuất khẩu nguyên nhiên vật liệu phục vụ sản xuất chế biến ngành dầu thực vật

#### **Nhiệm vụ:**

- ❖ Mục tiêu chung:
  - Tiếp tục khẳng định vị thế, trở thành thương hiệu dẫn đầu ngành trong phạm vi sản phẩm, khu vực.
  - Nâng cao năng lực đội ngũ, phát triển thị trường, portfolio sản phẩm.
  - Đa dạng hóa phân khúc, đối tượng tiêu dùng, quy hoạch ngành từ ngành kem trở thành ngành hàng ăn vặt lạnh thường xuyên.
- ❖ Nhiệm vụ cụ thể:
  - Đối với ngành hàng dầu ăn:
    - Mở rộng và phát triển mạnh ngành bơ thực vật bằng việc ra mắt nhiều sản phẩm mới, nâng cao vị thế và tiếp tục duy trì vị trí số 1 ngành bơ thực vật tại Việt Nam.



- o Cải tiến, nâng cao chất lượng sản phẩm, thiết kế bao bì.
- o Gia tăng độ phủ sản phẩm, tập trung đa dạng hóa kênh phân phối để phục vụ người tiêu dùng, từ đó chiếm lĩnh được thị trường mà ngành hàng muốn thâm nhập vào.
- o Khảo sát và cho ra mắt thị trường các dòng sản phẩm gia vị thiết yếu: Bột nêm, nước mắm, tương ớt... trên nền tảng Tường An - Thương hiệu lâu năm được người tiêu dùng yêu thích và đánh giá cao về chất lượng.
- o Tập trung phát triển những bộ (set) sản phẩm thiết yếu đi cùng nhau, giúp các điểm bán có thêm nhiều sự lựa chọn, gia tăng trải nghiệm tiêu dùng, hướng đến mục tiêu “Lấp đầy gian bếp Việt”.
- ❖ Đối với ngành snacking:
  - o Tiếp tục phát triển thương hiệu Tường An trở thành thương hiệu mang tầm vóc quốc gia, nhận được sự yêu thích, tin tưởng và ủng hộ của khách hàng trên toàn quốc.
  - o Đối với sản phẩm bánh tươi có hạn sử dụng ngắn:
    - o Tập trung cho ra mắt thêm nhiều dòng sản phẩm mới: bánh mì, bánh bông lan, bánh sandwich...,
    - o Nhanh chóng mở rộng hệ thống phân phối.
  - o Đối với sản phẩm bánh có thời hạn dài:
    - o Tích cực tìm kiếm những dòng sản phẩm ngon, danh tiếng của thế giới, phân phối tại thị trường Việt Nam thông qua thương hiệu Tập đoàn KIDO.
- ❖ Đối với ngành kem:
  - o Tập trung vào 03 chiến lược cốt lõi:
    - o Tăng trưởng nhanh vào thị trường To go.
    - o Thâm nhập thị trường Take home.
    - o Phát triển thị trường xuất khẩu.
  - o Tiếp tục nâng cao năng lực đội ngũ, phát triển thị trường, portfolio sản phẩm.
  - o Đa dạng hóa phân khúc, đối tượng tiêu dùng, quy hoạch ngành từ ngành kem trở thành ngành hàng ăn vặt lạnh thường xuyên.
- ❖ Ngoài ra, KIDO còn có các hoạt động khác như:
  - o Nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới.
  - o Xúc tiến thương mại.
  - o Bảo vệ môi trường.
  - o Tham gia các hoạt động xã hội.

### **Lĩnh vực hoạt động theo giấy phép kinh doanh của công ty:**

Bảng 1. Lĩnh vực hoạt động theo giấy phép kinh doanh

STT	Mã ngành	Tên ngành	NNKD chính
1	1030	Chế biến và bảo quản rau quả	

2	1050	Chế biến sữa và các sản phẩm từ sữa	
3	1071	Sản xuất tinh bột và các sản phẩm từ tinh bột	
4	1071	Sản xuất các loại bánh từ bột	
5	1073	Sản xuất cacao, socola và mứt kẹo	
6	1074	Sản xuất mì ống, mỳ sợi và các sản phẩm tương tự	
7	1075	Sản xuất món ăn, thức ăn chế biến sẵn	
8	1079	Sản xuất thực phẩm khác chưa được phân vào đâu	
9	1104	Sản xuất đồ uống không cồn, nước khoáng	
10	4311	Phá dỡ	
11	4312	Chuẩn bị mặt bằng	
12	4321	Lắp đặt hệ thống điện (Trừ gia công cơ khí, tái chế phế thải, xi mạ điện tại trụ sở)	
13	4322	Lắp đặt hệ thống cấp, thoát nước, lò sưởi và điều hoà không khí (Trừ gia công cơ khí, tái chế phế thải, xi mạ điện tại trụ sở) (trừ lắp đặt các thiết bị lạnh (thiết bị cấp đông, kho lạnh, máy đá, điều hòa không khí, làm lạnh nước) sử dụng ga lạnh R22 trong lĩnh vực chế biến thủy sản	
14	4329	Lắp đặt hệ thống xây dựng khác	
15	4330	Hoàn thiện công trình xây dựng khác	
16	4390	Hoạt động xây dựng chuyên dụng khác	
17	4633	Bán buôn đồ uống (trừ đồ uống có cồn)	
18	4641	Bán buôn vải, hàng may sẵn, giày dép	
19	4649	Bán buôn đồ dùng khác cho gia đình (trừ sách, báo, tạp chí, dược phẩm)	
20	4659	Bán buôn máy móc, thiết bị và phụ tùng máy khác	
21	4663	Bán buôn vật liệu, thiết bị lắp đặt khác trong xây dựng	
22	4632	Bán buôn thực phẩm (Trừ lúa gạo, đường mía, đường củ cải)	✓
23	4674	Bán lẻ trò chơi, đồ chơi trong các cửa hàng chuyên doanh (có nội dung được phép lưu hành)	
24	6619	Hoạt động hỗ trợ dịch vụ tài chính chưa được phân vào đâu	

		Chi tiết: Tư vấn đầu tư (trừ tư vấn tài chính, kế toán, pháp luật)	
--	--	--	--

Nguồn: Điều lệ Công ty cổ phần Tập đoàn KIDO

Trong tất cả các ngành nghề được cấp phép hoạt động, ngành nghề kinh doanh chính của công ty là bán buôn thực phẩm (Trừ lúa gạo, đường mía, đường củ cải); Sản xuất và kinh doanh các sản phẩm thực phẩm và nước uống như kem ăn, sữa và các sản phẩm từ sữa, các loại đồ uống không cồn, nước khoáng; Sản xuất kinh doanh và xuất khẩu các sản phẩm chế biến từ dầu, mỡ động thực vật, từ các hạt có dầu, thạch dừa; sản xuất, kinh doanh các loại bao bì đóng gói; xuất khẩu nguyên nhiên vật liệu phục vụ sản xuất chế biến ngành dầu thực vật.

### 1.2.2 Các loại hàng hoá và dịch vụ hiện tại

#### Các loại hàng hoá:

Hiện tại công ty tập trung đẩy mạnh ở 4 ngành hàng chủ chốt:

- *Ngành hàng dầu ăn:* KIDO hướng đến vị trí dẫn đầu thị trường Việt Nam và vươn tầm quốc gia bằng cách mở rộng sản phẩm, đa dạng kênh phân phối và tập trung vào mảng bơ thực vật.
- *Ngành hàng kem:* Giữ vững vị thế số 1 và gia tăng thị phần, KIDO sẽ mở rộng thị trường, ra mắt sản phẩm mới, kích hoạt thương hiệu và biến kem thành mặt hàng tiêu dùng thường xuyên.
- *Ngành hàng bánh kẹo:* KIDO đáp ứng đa dạng nhu cầu, dẫn đầu thị trường bằng cách nghiên cứu sản phẩm mới, tập trung vào 3 nhóm sản phẩm chính và xây dựng kênh phân phối chuyên biệt.
- *Ngành hàng gia vị:* KIDO phát triển nhanh chóng với sản phẩm chất lượng cao, khác biệt bằng cách đầu tư nghiên cứu, tận dụng thương hiệu Tường An và hệ thống phân phối hiện tại.

#### Các loại dịch vụ:

KIDO cung cấp đa dạng dịch vụ trong lĩnh vực thực phẩm, bao gồm:

#### ❖ Sản xuất và kinh doanh các sản phẩm thực phẩm:

- Dầu ăn
- Kem
- Bánh kẹo
- Snacking
- Gia vị

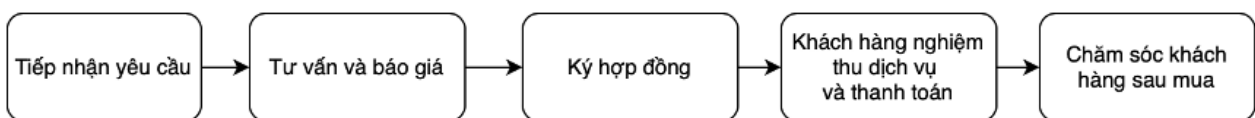
- ❖ *Bán buôn thực phẩm*: KIDO cung cấp dịch vụ bán buôn cho các nhà phân phối, đại lý và cửa hàng trên toàn quốc.
- ❖ *Xuất khẩu*: KIDO xuất khẩu các sản phẩm thực phẩm sang hơn 80 quốc gia trên thế giới.
- ❖ *Dịch vụ logistics*: KIDO sở hữu hệ thống kho bãi và phương tiện vận tải hiện đại, cung cấp dịch vụ logistics cho các doanh nghiệp trong ngành thực phẩm.
- ❖ *Dịch vụ marketing và bán hàng*: KIDO cung cấp dịch vụ marketing và bán hàng cho các doanh nghiệp muốn thâm nhập thị trường Việt Nam.
- ❖ *Dịch vụ nghiên cứu và phát triển*: KIDO sở hữu đội ngũ nghiên cứu và phát triển chuyên nghiệp, có khả năng phát triển các sản phẩm mới đáp ứng nhu cầu thị trường.
- ❖ *Dịch vụ tư vấn*: KIDO cung cấp dịch vụ tư vấn cho các doanh nghiệp trong lĩnh vực thực phẩm, bao gồm tư vấn chiến lược, tư vấn quản lý, tư vấn sản xuất và tư vấn marketing.
- ❖ *Ngoài ra, KIDO còn cung cấp các dịch vụ khác như:*
  - Dịch vụ bảo quản thực phẩm
  - Dịch vụ in ấn bao bì
  - Dịch vụ vận chuyển

### 1.3 Quy trình cung cấp dịch vụ và một số hàng hoá chủ yếu

#### 1.3.1 Sơ đồ quy trình cung cấp dịch vụ

Tại công ty hiện nay đang duy trì và thực hiện một số loại quy trình, dưới đây là quy trình bán hàng và sửa chữa theo quy định của công ty:

#### *Sơ đồ quy trình cung cấp dịch vụ chung*

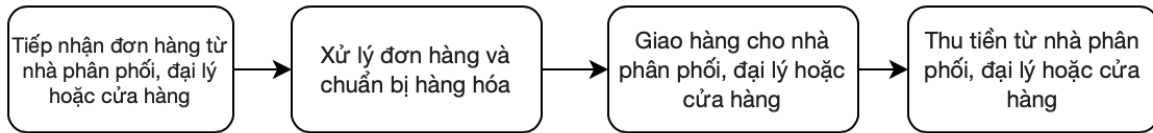


Nguồn: Phòng Kinh doanh KIDO

Hình 1. Sơ đồ quy trình cung cấp dịch vụ chung

Quy trình cung cấp dịch vụ cụ thể có thể thay đổi tùy theo từng loại dịch vụ. Dưới đây là sơ đồ quy trình cung cấp dịch vụ cụ thể cho một số dịch vụ của KIDO:

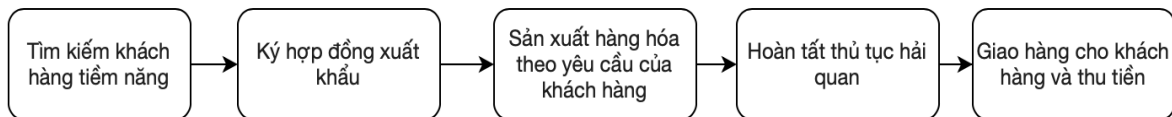
#### *Sơ đồ quy trình dịch vụ bán buôn thực phẩm*



Nguồn: Phòng Kinh doanh KIDO

Hình 2. Sơ đồ quy trình bán buôn thực phẩm

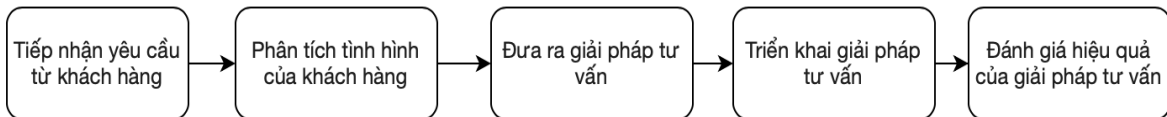
### Sơ đồ quy trình dịch vụ xuất khẩu



Nguồn: Phòng Kinh doanh KIDO

Hình 3. Sơ đồ quy trình dịch vụ xuất khẩu

### Sơ đồ quy trình dịch vụ tư vấn



Nguồn: Phòng Kinh doanh KIDO

Hình 4. Sơ đồ quy trình dịch vụ tư vấn

## 1.3.2 Nội dung cơ bản của các bước công việc trong quy trình

### Quy trình cung cấp dịch vụ chung

- ❖ Tiếp nhận yêu cầu:
  - Khách hàng liên hệ với KIDO qua website, email, điện thoại hoặc trực tiếp tại văn phòng. KIDO tiếp nhận yêu cầu của khách hàng và ghi chép thông tin chi tiết.
  - *Mục tiêu:* Hiểu rõ nhu cầu của khách hàng để cung cấp dịch vụ phù hợp.
- ❖ Tư vấn và báo giá:
  - KIDO tư vấn cho khách hàng về dịch vụ phù hợp với nhu cầu. KIDO gửi báo giá cho khách hàng.
  - *Mục tiêu:* Cung cấp thông tin đầy đủ về dịch vụ cho khách hàng, giúp khách hàng đưa ra quyết định phù hợp.
- ❖ Ký hợp đồng:

- Hai bên thống nhất các điều khoản và ký hợp đồng. Hợp đồng bao gồm các thông tin như: tên dịch vụ, giá cả, thời gian cung cấp dịch vụ, trách nhiệm của hai bên...
- *Mục tiêu:* Đảm bảo quyền lợi của hai bên và ràng buộc thực hiện theo cam kết.
- ❖ **Cung cấp dịch vụ:**
  - KIDO cung cấp dịch vụ cho khách hàng theo cam kết trong hợp đồng. KIDO đảm bảo chất lượng dịch vụ và tiến độ thực hiện theo cam kết.
  - *Mục tiêu:* Đáp ứng nhu cầu của khách hàng và mang lại sự hài lòng cho khách hàng.
- ❖ **Nghiệm thu và thanh toán:**
  - Khách hàng nghiệm thu dịch vụ và thanh toán cho KIDO. Hai bên thực hiện nghiệm thu theo các tiêu chí đã thống nhất trong hợp đồng.
  - *Mục tiêu:* Đảm bảo khách hàng hài lòng với dịch vụ và thanh toán đầy đủ theo cam kết.
- ❖ **Chăm sóc khách hàng:**
  - KIDO cung cấp dịch vụ chăm sóc khách hàng sau khi cung cấp dịch vụ. KIDO giải đáp các thắc mắc của khách hàng và hỗ trợ khách hàng trong quá trình sử dụng dịch vụ.
  - *Mục tiêu:* Duy trì mối quan hệ tốt đẹp với khách hàng và khuyến khích khách hàng sử dụng dịch vụ của KIDO trong tương lai.

### ***Quy trình dịch vụ bán buôn thực phẩm***

- ❖ **Tiếp nhận đơn hàng:**
  - KIDO tiếp nhận đơn hàng qua email, điện thoại, fax hoặc trực tiếp tại văn phòng. Nhân viên KIDO ghi chép thông tin chi tiết về đơn hàng như: tên khách hàng, địa chỉ, số lượng hàng hóa, giá cả, hình thức thanh toán...
  - *Mục tiêu:* Thu thập đầy đủ thông tin để xử lý đơn hàng chính xác và hiệu quả.
- ❖ **Xử lý đơn hàng và chuẩn bị hàng hóa:**
  - KIDO kiểm tra tính hợp lệ của đơn hàng và thông tin khách hàng. KIDO chuẩn bị hàng hóa theo yêu cầu của khách hàng. Hàng hóa được kiểm tra chất lượng trước khi đóng gói.
  - *Mục tiêu:* Đảm bảo hàng hóa đúng số lượng, chất lượng và được đóng gói cẩn thận.
- ❖ **Giao hàng cho nhà phân phối, đại lý hoặc cửa hàng:**
  - KIDO có thể giao hàng trực tiếp hoặc thông qua các công ty vận chuyển. Hàng hóa được giao đúng thời gian và địa điểm theo cam kết.
  - *Mục tiêu:* Đảm bảo hàng hóa được giao đến khách hàng nhanh chóng và an toàn.
- ❖ **Thu tiền từ nhà phân phối, đại lý hoặc cửa hàng:**
  - KIDO có thể thu tiền mặt, chuyển khoản hoặc thanh toán qua thẻ. KIDO xuất hóa đơn cho khách hàng sau khi nhận thanh toán.
  - *Mục tiêu:* Thu hồi tiền hàng nhanh chóng và đầy đủ.

### ***Quy trình dịch vụ xuất khẩu***

- ❖ **Tìm kiếm khách hàng tiềm năng:**

- KIDO tham gia các hội chợ triển lãm quốc tế, quảng bá sản phẩm trên các kênh online và offline. KIDO liên hệ trực tiếp với các nhà nhập khẩu tiềm năng.
- *Mục tiêu:* Tìm kiếm và tiếp cận khách hàng tiềm năng ở thị trường quốc tế.
- ❖ Ký hợp đồng xuất khẩu:
  - KIDO và khách hàng thống nhất các điều khoản và ký hợp đồng xuất khẩu. Hợp đồng bao gồm các thông tin như: tên sản phẩm, số lượng, giá cả, thời gian giao hàng, hình thức thanh toán...
  - *Mục tiêu:* Đảm bảo quyền lợi của hai bên và ràng buộc thực hiện theo cam kết.
- ❖ Sản xuất hàng hóa theo yêu cầu của khách hàng:
  - KIDO sản xuất hàng hóa theo đúng yêu cầu của khách hàng về chất lượng, bao bì, nhãn mác... KIDO kiểm tra chất lượng sản phẩm trước khi xuất khẩu.
  - *Mục tiêu:* Đảm bảo sản phẩm đáp ứng yêu cầu của khách hàng và tiêu chuẩn quốc tế.
- ❖ Hoàn tất thủ tục hải quan:
  - KIDO chuẩn bị các hồ sơ thủ tục hải quan theo quy định. KIDO làm thủ tục thông quan cho hàng hóa xuất khẩu.
  - *Mục tiêu:* Đảm bảo hàng hóa được xuất khẩu đúng quy định của pháp luật.
- ❖ Giao hàng cho khách hàng:
  - KIDO giao hàng cho khách hàng theo đúng thời gian và địa điểm cam kết. KIDO có thể giao hàng trực tiếp hoặc thông qua các công ty vận chuyển quốc tế.
  - *Mục tiêu:* Đảm bảo hàng hóa được giao đến khách hàng nhanh chóng và an toàn.
- ❖ Thu tiền từ khách hàng:
  - KIDO thu tiền theo hình thức thanh toán đã được thống nhất trong hợp đồng. KIDO có thể thu tiền qua thư tín dụng, chuyển khoản hoặc thanh toán qua thẻ quốc tế.
  - *Mục tiêu:* Thu hồi tiền hàng nhanh chóng và đầy đủ.

### ***Quy trình dịch vụ tư vấn***

- ❖ Tiếp nhận yêu cầu từ khách hàng:
  - KIDO tiếp nhận yêu cầu tư vấn qua email, điện thoại, fax hoặc trực tiếp tại văn phòng.
  - KIDO ghi chép thông tin chi tiết về nhu cầu tư vấn của khách hàng.
  - *Mục tiêu:* Hiểu rõ nhu cầu tư vấn của khách hàng để đưa ra giải pháp phù hợp.
- ❖ Phân tích tình hình của khách hàng:
  - KIDO thu thập thông tin về tình hình kinh doanh, sản xuất, thị trường... của khách hàng.
  - KIDO phân tích các điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức của khách hàng.
  - *Mục tiêu:* Xác định vấn đề và nhu cầu thực tế của khách hàng.
- ❖ Đưa ra giải pháp tư vấn:
  - KIDO đưa ra giải pháp tư vấn phù hợp với nhu cầu và tình hình của khách hàng.
  - Giải pháp tư vấn bao gồm các đề xuất cụ thể về chiến lược, quy trình, hoạt động...

- *Mục tiêu:* Cung cấp cho khách hàng giải pháp hiệu quả để giải quyết vấn đề và nâng cao hiệu quả hoạt động.
- ❖ Triển khai giải pháp tư vấn:
  - KIDO hỗ trợ khách hàng triển khai giải pháp tư vấn.
  - KIDO cung cấp tài liệu, hướng dẫn và đào tạo cho nhân viên của khách hàng.
  - *Mục tiêu:* Đảm bảo giải pháp tư vấn được áp dụng hiệu quả và đạt được kết quả mong muốn.
- ❖ Đánh giá hiệu quả của giải pháp tư vấn:
  - KIDO theo dõi và đánh giá hiệu quả của giải pháp tư vấn.
  - KIDO điều chỉnh giải pháp tư vấn nếu cần thiết.
  - *Mục tiêu:* Đảm bảo giải pháp tư vấn mang lại lợi ích cho khách hàng và giúp khách hàng đạt được mục tiêu đề ra.

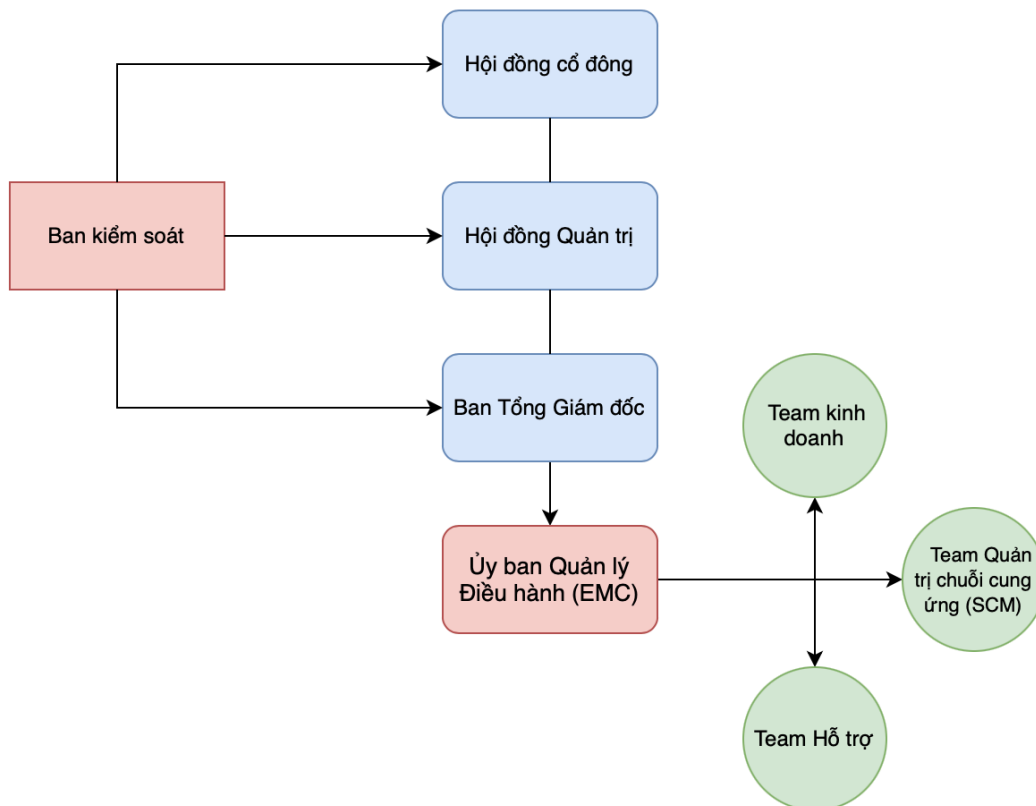
## 1.4 Cơ cấu tổ chức của Công ty

### 1.4.1 Sơ đồ cơ cấu tổ chức

- ❖ **Cấu trúc tổ chức:**
  - Hội đồng cổ đông: Cơ quan quyền lực cao nhất của công ty, đại diện cho quyền lợi của các cổ đông.
  - Hội đồng quản trị: Cơ quan đại diện cho chủ sở hữu, chịu trách nhiệm trước Đại hội đồng cổ đông và quyết định các vấn đề quan trọng của công ty.
  - Ban Tổng Giám đốc: Cơ quan điều hành công ty, chịu trách nhiệm tổ chức thực hiện các quyết định của Hội đồng quản trị và quản lý mọi hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty.
  - Ban Kiểm soát: Cơ quan thực hiện chức năng kiểm tra, giám sát hoạt động của công ty, bao gồm Hội đồng cổ đông, Hội đồng Quản trị, ban Tổng Giám đốc
  - 3 TEAMS: Các nhóm chuyên môn thực hiện các nhiệm vụ được giao theo chu kỳ kinh doanh, gồm team Kinh doanh, team Quản trị chuỗi cung ứng, team Hỗ trợ.
  - Các bộ phận, phòng ban: Thực hiện triển khai việc; kết hợp với năng lực của từng TEAM được chuyên môn hóa và chuyên nghiệp hóa theo hàng dọc.
- ❖ **Quản trị:**
  - Cách thức điều hành:
    - Ban Tổng Giám đốc lập Ủy ban Quản lý Điều hành (EMC) để đưa đề bài, yêu cầu với 3 TEAMS và điều tiết toàn bộ hoạt động.
    - Các TEAMS phối hợp với nhau và các bộ phận, phòng ban để thực hiện nhiệm vụ.
  - Nguyên tắc quản trị:
    - Chuyên môn hóa và chuyên nghiệp hóa năng lực của từng TEAM theo hàng dọc.
    - Kết hợp thông tin theo hàng ngang.



- Tập trung vào phát triển con người.
- Ứng dụng công nghệ số.
- Chính sách phát triển con người:
  - Tạo môi trường làm việc an toàn, thân thiện, chuyên nghiệp.
  - Khuyến khích tư duy chủ động và phát triển nghề nghiệp.
  - Xác định nhân tài và tạo cơ hội phát triển.
  - Đào tạo chuyên môn, nghiệp vụ cho cán bộ, công nhân viên.
  - Tổ chức chương trình thực tập sinh.
- ❖ **Ưu điểm của cấu trúc tổ chức và quản trị tại KIDO:**
  - Linh hoạt: Có thể điều chỉnh công suất hoạt động của các TEAMS theo nhu cầu thị trường.
  - Hiệu quả: Kết hợp chuyên môn hóa và phối hợp thông tin để tối ưu hóa hiệu quả hoạt động.
  - Bền vững: Tập trung vào phát triển con người và ứng dụng công nghệ số để đảm bảo phát triển lâu dài.



Nguồn: Phòng nhân sự KIDO

Hình 5. Sơ đồ tổ chức Công ty Cổ phần Tập đoàn KIDO

#### 1.4.2 Chức năng nhiệm vụ cơ bản của các bộ phận quản lý

##### ❖ *Hội đồng cổ đông (HĐCD)*

HĐCD là cơ quan đại diện cho quyền sở hữu của KIDO, bao gồm các cổ đông hoặc đại diện hợp pháp của họ. HĐCD có quyền quyết định các vấn đề quan trọng của công ty như: bổ sung, sửa đổi Điều lệ; phê duyệt kế hoạch kinh doanh, chiến lược phát triển, dự án đầu tư; bầu và miễn nhiệm thành viên HĐQT, Ban Kiểm soát; quyết định việc hợp nhất, chia, sáp nhập, giải thể KIDO; quyết định phương án phân phối lợi nhuận. Ngoài ra, HĐCD còn có trách nhiệm giám sát hoạt động của HĐQT, yêu cầu HĐQT báo cáo về tình hình hoạt động của công ty, xem xét, đánh giá kết quả hoạt động của HĐQT và giải quyết khiếu nại, tố cáo liên quan đến hoạt động của HĐQT.

##### ❖ *Hội đồng Quản trị (HĐQT)*

HĐQT là cơ quan chấp hành của HĐCD, chịu trách nhiệm trước HĐCD về mọi hoạt động của KIDO. HĐQT có nhiệm vụ lãnh đạo, điều hành KIDO theo Điều lệ và quyết định của HĐCD. HĐQT thực hiện các công việc như: xây dựng và đề xuất HĐCD chiến lược phát triển, kế hoạch kinh doanh, đầu tư; tổ chức thực hiện các quyết định của HĐCD; quản lý tài chính, tài sản, nhân sự của KIDO; báo cáo tình hình hoạt động của KIDO cho HĐCD. HĐQT cũng đại diện KIDO trong các giao dịch với bên ngoài, ký kết hợp đồng, giao dịch với các tổ chức, cá nhân và bảo vệ quyền lợi hợp pháp của KIDO. Bên cạnh đó, HĐQT còn có quyền quyết định các vấn đề liên quan đến hoạt động kinh doanh của KIDO như: phê duyệt kế hoạch sản xuất kinh doanh hàng năm; quyết định việc thành lập, giải thể các đơn vị trực thuộc; quyết định các vấn đề liên quan đến nhân sự, tài chính, đầu tư.

##### ❖ *Ban Tổng Giám đốc*

Ban Tổng Giám đốc của một công ty chịu trách nhiệm lãnh đạo và quản lý toàn bộ hoạt động kinh doanh. Công việc của họ bao gồm xây dựng chiến lược phát triển và kế hoạch kinh doanh, sau đó đề xuất chúng cho Hội đồng quản trị. Họ cũng phải tổ chức thực hiện các quyết định của Hội đồng quản trị và lập kế hoạch chiến lược hàng năm cho công ty. Đồng thời, Ban Tổng Giám đốc cần quản lý tài chính, tài sản và nhân sự của công ty. Một nhiệm vụ quan trọng khác là báo cáo tình hình hoạt động của công ty cho Hội đồng quản trị. Trong vai trò này, họ đóng vai trò then chốt trong việc định hình và thúc đẩy sự phát triển của công ty.

##### ❖ *Team Kinh doanh (Kinh doanh, R&D, Marketing)*

Team Kinh doanh chịu trách nhiệm nghiên cứu thị trường và xác định nhu cầu khách hàng. Họ phát triển chiến lược bán hàng, tiếp thị và phân phối sản phẩm của công ty. Đồng thời, họ quản lý các kênh bán hàng và chăm sóc khách hàng một cách hiệu quả. Việc phân tích xu hướng thị trường và nhu cầu khách hàng là cơ sở cho việc xây dựng kế hoạch kinh

doanh. Team Kinh doanh thực hiện các hoạt động bán hàng, tiếp thị và phân phối sản phẩm theo kế hoạch đã đề ra. Ngoài ra, họ cũng chịu trách nhiệm quản lý các kênh bán hàng để đảm bảo sự thành công của các chiến lược kinh doanh và sự hài lòng của khách hàng. Trong tất cả các hoạt động, Team Kinh doanh đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy doanh số bán hàng và tạo ra giá trị cho công ty.

❖ **Team Quản trị chuỗi cung ứng - SCM (Sản xuất, QA/QC, Kho vận, Mua vật tư)**

Đảm bảo quy trình sản xuất được quản lý một cách chặt chẽ và chất lượng sản phẩm được đảm bảo. Họ quản lý kho vận và vận chuyển hàng hóa để đảm bảo sự liên tục trong chuỗi cung ứng. Team này cũng tập trung vào tích hợp các hoạt động trong chuỗi cung ứng và lập kế hoạch sản xuất để đáp ứng nhu cầu thị trường. Bằng cách tối ưu hóa chi phí sản xuất và phân phối, Team SCM đóng vai trò quan trọng trong việc đảm bảo sự hiệu quả và linh hoạt cho toàn bộ hệ thống cung ứng của công ty.

❖ **Team Hỗ trợ (Hành chính, Nhân sự, Hệ thống tài chính, Kế toán)**

Team Hỗ trợ cung cấp các dịch vụ hỗ trợ đa dạng như nhân sự, hành chính, kế toán và tài chính. Họ quản lý cơ sở vật chất và dịch vụ hậu cần của công ty, đồng thời chịu trách nhiệm về tuyển dụng, đào tạo và phát triển nhân viên. Team này cũng quản lý văn phòng và cơ sở vật chất, đảm bảo môi trường làm việc thuận lợi và hiệu quả. Bằng cách ghi chép, báo cáo và quản lý tài chính, Team Hỗ trợ đóng vai trò quan trọng trong việc hỗ trợ các bộ phận khác trong công ty, giúp tăng cường hoạt động kinh doanh và phát triển bền vững.

## 1.5 Lịch sử hình thành và phát triển của Công ty

### Giai đoạn 1993-1998: Xây dựng nền tảng

- ❖ Năm 1993: Tiền thân là Công ty TNHH Xây dựng và Chế biến thực phẩm Kinh Đô, sở hữu nhà xưởng sản xuất và kinh doanh bánh snack (100m<sup>2</sup>) tại Quận 6, Thành phố Hồ Chí Minh, với 70 công nhân và vốn đầu tư 1,4 tỉ đồng.
- ❖ Năm 1994-1998: Đầu tư xây dựng nhà xưởng mới với diện tích 6 hecta; Đầu tư dây chuyền sản xuất bánh cookies, dây chuyền sản xuất bánh mì, bánh bông lan công nghiệp và đưa dây chuyền sản xuất kẹo chocolate vào khai thác. Tung sản phẩm bánh snack, bánh cookies, bánh tươi, bánh trung thu, chocolate.

### Giai đoạn 1999-2003: Phát huy sở trường

- ❖ Năm 1999-2001: Khai trương hệ thống bakery đầu tiên. Tăng vốn điều lệ lên 51 tỷ đồng, mở rộng diện tích nhà xưởng lên hơn 40.000 m<sup>2</sup>. Sản phẩm Công ty được xuất khẩu sang Mỹ, Pháp, Canada, Đức, Nhật, Thái, Singapore, ...
- ❖ Năm 2002: Công ty Cổ phần Kinh Đô được thành lập, vốn điều lệ là 150 tỷ đồng.
- ❖ Năm 2003: Mua lại nhà máy kem Wall's từ Tập đoàn Unilever và thành lập Công ty TNHH MTV KIDO, phát triển 2 nhãn hiệu Merino và Celano. Nhập dây chuyền sản xuất chocolate (1 triệu USD) và tăng vốn điều lệ lên 200 tỷ đồng.

### Giai đoạn 2004-2008: Tăng cường thêm lực

- ❖ Năm 2004: Thành lập Công ty Kinh Đô Bình Dương. Công ty Kinh Đô Miền Bắc chính thức niêm yết trên thị trường chứng khoán (Mã cổ phiếu: NKD)

- ❖ Năm 2005: Công ty CP Kinh Đô chính thức lên sàn giao dịch chứng khoán (Mã cổ phiếu: KDC). Tung sản phẩm bánh bông lan Solite.
- ❖ Năm 2006-2008: Công ty đón nhận Huân chương lao động hạng III, được bình chọn thương hiệu nổi tiếng Việt Nam, được bình chọn là Thương hiệu Quốc gia.

**Giai đoạn 2010-2014: Khẳng định vị thế**

- ❖ Năm 2010-2012: Kinh Đô được bình chọn là Thương hiệu Quốc gia lần 2. Sáp nhập Công ty Kinh Đô Miền Bắc vào Công ty Cổ phần Kinh Đô. Tiếp tục sáp nhập Vinabico vào KDC.
- ❖ Năm 2013-2014: Đón nhận Huân chương lao động hạng II. Được bình chọn là Thương hiệu Quốc gia lần 4 liên tiếp. Thương hiệu số 01 trong ngành hàng bánh kẹo và thuộc Top 10 thương hiệu nổi tiếng Việt Nam.

**Giai đoạn 2015-2018: Mở rộng thương hiệu**

- ❖ Năm 2015: Ký kết hợp đồng nguyên tắc chuyển giao mảng kinh doanh bánh kẹo cho Mondelez và chính thức thâm nhập vào lĩnh vực thực phẩm thiết yếu. Tháng 10/2015 chính thức đổi tên thành Công ty Cổ phần Tập Đoàn KIDO.
- ❖ Năm 2016-2018: Kết hợp hai doanh nghiệp lớn trong ngành dầu ăn Tường An và Vocarimex vào tập đoàn. KIDO mua lại 51% cổ phần Golden Hope Nhà Bè và đổi tên thành KIDO Nhà Bè. Top 10 công ty thực phẩm uy tín. KDF dẫn đầu thị trường kem lạnh; TAC đứng thứ 2 và KIDO Nhà Bè đứng thứ 3 về thị phần dầu ăn.

**Giai đoạn 2019-2022: Tăng cường từ nội lực**

- ❖ Năm 2019-2020: Tập trung vào phân khúc cao cấp với dòng sản phẩm “Tường An Premium - dòng sản phẩm thượng hạng” với biểu tượng voi vàng. Đánh dấu sự trở lại của KIDO trên thị trường snacking. Sáp nhập KDF vào KDC. Top 10 công ty thực phẩm uy tín. Top 50 thương hiệu dẫn đầu.
- ❖ Năm 2021-2022: Tiếp tục sứ mệnh trở thành Tập đoàn thực phẩm số 1 tại Việt Nam. Tung ra những sản phẩm bánh tươi thương hiệu KIDO's Bakery theo phong cách “Thường Thức Thời Thượng”. Trở lại ngành hàng bánh trung thu với thương hiệu KIDO's Bakery với mong muốn tái kích hoạt ý nghĩa và nét truyền thống vốn có của trung thu, nhanh chóng đứng thứ 3 toàn thị trường về mặt quy mô. Tiếp tục dẫn đầu thị trường kem lạnh; Tiếp tục đứng thứ 2 về thị phần dầu ăn với thương hiệu Tường An. Được vinh danh Thương hiệu quốc gia 16 năm liên tiếp. Là doanh nghiệp lần thứ 3 đạt giải thương hiệu vàng Tp. Hồ Chí Minh năm 2022.

## **PHẦN 2: PHÂN TÍCH HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN KIDO**

### **2.1 Phân tích tình hình tiêu thụ sản phẩm và công tác Marketing**

#### **2.1.1 Tình hình tiêu thụ sản phẩm trong những năm gần đây**

##### **❖ Tổng quan thị trường:**

Hiện nay, thị trường liên quan đến Công ty KIDO đang phát triển tích cực, đặc biệt là trong lĩnh vực ngành hàng tiêu dùng tại Việt Nam. Ngành này đang trên đà tăng trưởng mạnh mẽ nhờ vào sự gia tăng dân số, tầng lớp trung lưu và thu nhập. Dự kiến, ngành hàng tiêu dùng nhanh (FMCG) sẽ tăng trưởng từ 6-8% trong năm 2024. Công ty KIDO đứng đầu trong lĩnh vực này với các thương hiệu nổi tiếng như Kido, Chinsu, Neptune, Marico.

Đối với thị trường dầu ăn, một mặt hàng thiết yếu trong đời sống người dân Việt Nam, Công ty KIDO cũng là một trong những nhà sản xuất lớn nhất với các thương hiệu Neptune và Voiceless.

Trên thị trường kem, thị trường đang tăng trưởng nhanh chóng, được thúc đẩy bởi sự gia tăng thu nhập và nhu cầu tiêu dùng. KIDO là một trong những nhà sản xuất kem lớn nhất Việt Nam với các thương hiệu Wall's, Celadon, Kido.

Với lĩnh vực bánh kẹo, thị trường ước tính đạt khoảng 20.000 tỷ đồng mỗi năm. KIDO cũng là một trong những nhà sản xuất lớn nhất với các thương hiệu Kinh Đô, Cosy, Socola.

Cuối cùng, trên thị trường nước mắm, KIDO tiếp tục chiếm vị trí hàng đầu với thương hiệu Chinsu trong một thị trường có quy mô khoảng 7.000 tỷ đồng mỗi năm.

##### **❖ Tình hình tiêu thụ sản phẩm trong những năm gần đây:**

Qua dữ liệu thống kê từ phòng Tài chính - Kế toán trong 2 năm 2020 và 2021 vừa qua, tổng hợp tình hình tiêu thụ sản phẩm của công ty như sau:

- ❖ **Ngành hàng lạnh (43,5%):** Giá trung bình 15.000 đồng/sản phẩm
  - Kem Merino (62.6%): Giá trung bình 8.000 đồng/sản phẩm
  - Kem Celano (37.4%): Giá trung bình 22.000 đồng/sản phẩm
- ❖ **Ngành hàng khô (56,5%):** Giá trung bình 60.000 đồng/sản phẩm
  - Dầu ăn Tường An (39%): Giá trung bình 70.000 đồng/sản phẩm
  - Dầu đậu nành Marvela (21,6%): Giá trung bình 60.000 đồng/sản phẩm
  - Dầu Vocarimex (39,4%): Giá trung bình 50.000 đồng/sản phẩm

Bảng 2. Tổng hợp tình hình tiêu thụ sản phẩm 2020 - 2021

Năm 2020		Tồn kho đầu kỳ		Nhập		Xuất		Tồn kho cuối kỳ	
		KH	HT	KH	HT	KH	HT	KH	HT
	Ngành hàng lạnh	15.761	16.484	130.577	156.615	125.551	151.114	20.788	21.984
	Ngành hàng khô	9.417	9.848	78.012	93.568	75.009	90.282	12.419	13.135

Năm 2021		Tồn kho đầu kỳ		Nhập		Xuất		Tồn kho cuối kỳ	
		KH	HT	KH	HT	KH	HT	KH	HT
	Ngành hàng lạnh	33.207	35.119	219.230	276.643	250.206	304.529	12.231	7.233
	Ngành hàng khô	18.252	11.403	97.654	110.966	80.235	98.884	35.671	23.485

Đơn vị tính: Nghìn sản phẩm

Năm 2020, qua phân tích ta thấy tình hình tiêu thụ hoàn thành là 117% tăng 17% so với kỳ kế hoạch: trong đó mặt hàng có tỉ trọng cao đạt kế hoạch là mặt hàng khô với tình hình tiêu thụ trong kỳ tăng 17% so với kỳ kế hoạch và hàng tồn kho giảm 24% so với kỳ kế hoạch.

Năm 2021, qua phân tích ta thấy tình hình tiêu thụ hoàn thành là 123% tăng 23% so với kỳ kế hoạch: trong đó mặt hàng có tỉ trọng cao đạt kế hoạch là mặt hàng khô với tình hình tiêu thụ trong kỳ tăng 22% so với kỳ kế hoạch và hàng tồn kho giảm 35% so với kỳ kế hoạch.

So sánh với năm 2020, nhu cầu tiêu thụ sản phẩm trong năm 2021 ghi nhận sự gia tăng đáng kể ở cả hai ngành hàng lạnh và khô:

- ❖ **Ngành hàng lạnh:**
  - Tồn kho đầu kỳ năm 2021 cao hơn 110% so với 2020, nhưng thấp hơn 41% vào cuối kỳ.
  - Nhập hàng và xuất hàng đều tăng mạnh lần lượt 112% và 143%.
- ❖ **Ngành hàng khô:**
  - Tồn kho đầu kỳ và cuối kỳ đều cao hơn 94% và 89% so với năm 2020.
  - Nhập hàng và xuất hàng cũng tăng 42% và 32%.

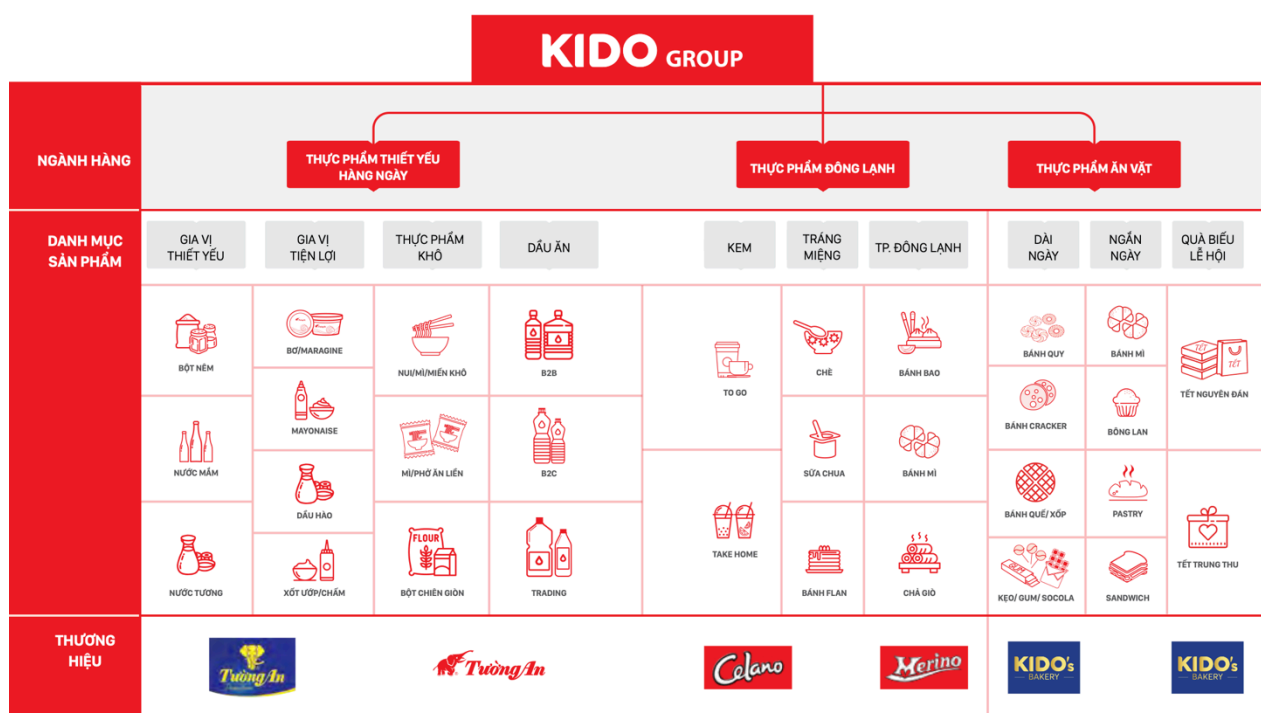
Nhu cầu tiêu thụ sản phẩm trong năm 2021 tăng cao hơn so với năm 2020 ở cả hai ngành hàng lạnh và khô. Lý do chính cho sự tăng trưởng này là do nền kinh tế phục hồi sau đại dịch COVID-19 và nhu cầu tiêu dùng tăng cao.

Bottom of Form

## 2.1.2 Chính sách ngành hàng – sản phẩm – thị trường

### Đặc điểm sản phẩm của Công ty

Theo báo cáo tài tính năm 2022, nhóm ngành sản phẩm của KIDO chia thành 3 nhóm ngành sản phẩm chính đó là: ngành hàng thực phẩm thiết yếu hàng ngày, ngành hàng thực phẩm đông lạnh, ngành hàng thực phẩm ăn vặt. Trong mỗi nhóm ngành sản phẩm bao gồm nhiều dòng sản phẩm. Mỗi dòng sản phẩm trong nhóm sản phẩm đa dạng về chất liệu, công dụng, nguồn gốc dẫn đến giá bán các loại sản phẩm có sự dao động, không đồng đều. Đơn cử như:



Hình 6. Hệ thống các ngành hàng trực thuộc Công ty Cổ phần KIDO

### Ngành hàng thực phẩm thiết yếu hàng ngày:

**Thương hiệu Tường An:** Là một trong những thương hiệu hàng đầu Việt Nam trong lĩnh vực thực phẩm. Các sản phẩm của Tường An được sản xuất trên dây chuyền hiện đại, đảm bảo chất lượng an toàn và vệ sinh thực phẩm. Tường An luôn cam kết mang đến cho người tiêu dùng những sản phẩm chất lượng tốt nhất với giá cả hợp lý.

Dưới đây là một số sản phẩm tiêu biểu của thương hiệu Tường An:

- ❖ **Dầu ăn:** Tường An cung cấp đa dạng các loại dầu ăn phù hợp với nhu cầu dinh dưỡng và sở thích nấu nướng của người tiêu dùng, bao gồm:
  - Dầu ăn Tường An Cooking Oil
  - Dầu nành tinh luyện Tường An
  - Dầu đậu nành Tường An

- Dầu hướng dương Tường An
- Dầu oliu Tường An



❖ **Gia vị:** Tường An cung cấp các loại gia vị giúp món ăn thêm đậm đà hương vị, bao gồm:

- Nước mắm Tường An
- Hạt nêm Tường An
- Muối Tường An
- Đường Tường An
- Bột ngọt Tường An



❖ **Kem:** Tường An là thương hiệu kem nổi tiếng với nhiều hương vị thơm ngon, được yêu thích bởi mọi lứa tuổi. Các sản phẩm kem Tường An bao gồm:

- Kem Merino
- Kem Celano
- Kem Wall's





❖ **Sữa chua:** Tường An cung cấp các sản phẩm sữa chua thơm ngon, bổ dưỡng, tốt cho sức khỏe. Các sản phẩm sữa chua Tường An bao gồm:

- Sữa chua Well Yo
- Sữa chua uống Well Yo



❖ Ngoài ra, Tường An còn cung cấp nhiều sản phẩm khác như **Bánh kẹo:** Bánh AFC, bánh Kinh Đô,...



### ***Chất lượng sản phẩm của Công ty***

Chất lượng sản phẩm là trụ cột quan trọng mang lại thành công cho KIDO suốt hơn 20 năm qua. Cam kết của KIDO là cung cấp cho người tiêu dùng những sản phẩm an toàn, chất lượng và đáp ứng nhu cầu thị trường.

Về nguyên liệu, KIDO sử dụng nguyên liệu đầu vào chất lượng cao, được kiểm tra nghiêm ngặt theo tiêu chuẩn quốc tế và ưu tiên nguyên liệu tự nhiên, an toàn cho sức khỏe. Minh chứng cho điều này là việc sử dụng 100% sữa tươi nguyên chất cho các sản phẩm kem và sử dụng dầu cọ, dầu đậu nành nhập khẩu từ các nhà cung cấp uy tín.

Về quy trình sản xuất, KIDO áp dụng các quy trình hiện đại, tiên tiến và có hệ thống quản lý chất lượng đạt tiêu chuẩn quốc tế như ISO 22000:2018, HACCP, đảm bảo sản phẩm an toàn, vệ sinh và có chất lượng cao.

Các sản phẩm của KIDO đa dạng và được đánh giá cao về hương vị, mẫu mã và giá cả. Với các thương hiệu nổi tiếng như Kem Merino, Dầu ăn Tường An, Bánh Kinh Đô, KIDO đã chinh phục lòng tin của người tiêu dùng và được bình chọn là Hàng Việt Nam Chất lượng cao nhiều năm liền.

Ngoài ra, KIDO cũng là thương hiệu uy tín và được người tiêu dùng tin tưởng, đã xuất khẩu sản phẩm sang nhiều quốc gia trên thế giới và nhận được nhiều giải thưởng uy tín như Top 10 Công ty thực phẩm uy tín nhất Việt Nam và giải thưởng "Thương hiệu quốc gia".

### ***Định hướng thị trường mục tiêu***

Kido đã xác định rõ ràng thị trường mục tiêu của mình, tập trung vào lĩnh vực thực phẩm thiết yếu tại Việt Nam, nơi có quy mô lớn và tiềm năng phát triển cao. Trong chiến

lược này, công ty chú trọng vào ba nhóm khách hàng chính: gia đình, giới trẻ và phân khúc cao cấp.

Về đối tượng là các gia đình, Kido cung cấp các sản phẩm thiết yếu cho bữa ăn như dầu ăn, mì gói, kem, và nước chấm. Đối với giới trẻ, công ty tập trung vào việc phát triển các sản phẩm mới, sáng tạo, và phản ánh xu hướng thị trường để thu hút sự quan tâm của đối tượng này. Đối với phân khúc cao cấp, Kido tung ra các sản phẩm chất lượng cao và giá cả phù hợp.

Công ty sử dụng chiến lược đa dạng hóa sản phẩm để đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng. Điều này giúp Kido tối ưu hóa chiến lược marketing và bán hàng, từ đó tăng thị phần và mở rộng sự hiện diện trên thị trường.

Bên cạnh đó, Kido đang mở rộng thị trường sang các nước xuất khẩu tiềm năng, phát triển kênh phân phối đa dạng và tăng cường công tác marketing và quảng bá thương hiệu. Các nỗ lực này giúp Kido củng cố vị thế của mình trên thị trường thực phẩm và đạt được mục tiêu đề ra.

### **Dịch vụ**

Kido luôn đặt việc nâng cao chất lượng dịch vụ sau và ngoài bán hàng là ưu tiên hàng đầu để mang lại trải nghiệm tốt nhất cho khách hàng. Để thực hiện điều này, doanh nghiệp thường xuyên tổ chức các chương trình đào tạo cho nhân viên, đầu tư vào hệ thống quản lý khách hàng (CRM), và áp dụng các công nghệ tiên tiến để nâng cao hiệu quả dịch vụ.

Về dịch vụ chăm sóc khách hàng, Kido cung cấp tổng đài 1800 6626 hỗ trợ khách hàng 24/7, đồng thời có đội ngũ nhân viên chăm sóc khách hàng chuyên nghiệp và thường xuyên tổ chức các chương trình khảo sát ý kiến khách hàng để cải thiện chất lượng dịch vụ.

Đối với dịch vụ hỗ trợ khách hàng, Kido cung cấp thông tin chi tiết về sản phẩm, dịch vụ qua website và fanpage, đồng thời chia sẻ video hướng dẫn sử dụng sản phẩm và mẹo vặt nấu ăn trên kênh Youtube. Cùng với đó, công ty thường xuyên tổ chức các chương trình khuyến mãi và tri ân khách hàng.

Trong lĩnh vực logistics, Kido sử dụng đội ngũ xe tải và nhân viên giao hàng chuyên nghiệp, hợp tác với các công ty vận chuyển uy tín để đảm bảo hàng hóa được vận chuyển nhanh chóng và an toàn. Họ cũng cung cấp dịch vụ lưu kho và bảo quản sản phẩm tại các kho hàng đạt tiêu chuẩn.

Về dịch vụ marketing, Kido có đội ngũ marketing chuyên nghiệp, thực hiện các chiến dịch quảng bá thương hiệu, sản phẩm trên các kênh truyền thông đa dạng và thường xuyên thực hiện các nghiên cứu thị trường để phân tích nhu cầu khách hàng và phát triển sản phẩm mới. Những nỗ lực này giúp Kido không chỉ cung cấp sản phẩm chất lượng mà còn mang lại trải nghiệm tốt nhất cho khách hàng từ khâu mua hàng đến dịch vụ sau bán hàng.

### **2.1.3 Chính sách giá**

Chính sách giá của Công ty Cổ phần KIDO được xây dựng với các mục tiêu rõ ràng nhằm đảm bảo tính cạnh tranh của sản phẩm trên thị trường, mang lại lợi nhuận hợp lý cho

doanh nghiệp và cung cấp cho khách hàng sản phẩm chất lượng cao với mức giá phù hợp. Nguyên tắc cơ bản của chính sách giá bao gồm định giá dựa trên chi phí, giá trị cảm nhận của khách hàng và giá cạnh tranh với đối thủ.

- **Giá bán dựa trên chi phí:** Bao gồm chi phí nguyên vật liệu, nhân công, chi phí bán hàng và quản lý.
- **Giá bán dựa trên giá trị cảm nhận:** Xem xét giá trị mà khách hàng cảm nhận được từ sản phẩm.
- **Giá bán dựa trên giá cạnh tranh:** Nghiên cứu giá bán của các đối thủ cạnh tranh để đảm bảo tính cạnh tranh của sản phẩm.

Bảng 3. So sánh giá một số sản phẩm của công ty và đối thủ cạnh tranh

*Đơn vị tính: Đồng*

Sản phẩm	Công ty CP KIDO	Công ty TNHH Dầu thực vật Cái Lân
Dầu đậu nành 1L	66.000	66.000
Dầu gạo lứt 1L	79.500	73.000
Dầu thực vật 1L	59.000	38.000

Với phương pháp định giá hướng thị trường, giá bán các sản phẩm của Công ty KIDO cạnh tranh trực tiếp với các đối thủ mà không có nhiều chênh lệch đáng kể. Điểm mạnh cạnh tranh của công ty là sự chuyên nghiệp của đội ngũ nhân viên, dịch vụ hỗ trợ bán hàng tốt và các ưu đãi mà công ty mang lại. Mặc dù giá bán sản phẩm của KIDO có thể cao hơn một chút so với các đối thủ, tuy nhiên khách hàng sẵn lòng trả giá cạnh tranh này để được hưởng những dịch vụ hỗ trợ tốt hơn.

Áp dụng chính sách giá linh hoạt, KIDO xem xét từng sản phẩm, từng kênh phân phối và từng khu vực thị trường để đưa ra mức giá phù hợp. Các khuyến mãi thường được sử dụng nhằm kích thích nhu cầu mua sắm của khách hàng và tăng doanh thu bán hàng, bao gồm các hình thức như giảm giá, tặng quà và tích điểm đổi quà. Ngoài ra, KIDO cũng áp dụng hai phương pháp sau:

- **Phương pháp định giá theo tình thế cung cầu:** Căn cứ vào mức biến động, nhu cầu thị trường, độ khan hiếm của hàng hoá; giá bán được điều chỉnh trên hệ thống để tối đa hoá doanh thu, tuy nhiên với chiến lược định giá này, người tiêu dùng dễ nhạy cảm, họ có thể nghĩ công ty đang lợi dụng tình thế cung cầu để kiếm lời.
- **Phương pháp định giá thương lượng (thương thảo với khách hàng):** Đây là chiến lược về giá chủ yếu của công ty khi hợp tác làm ăn với các công ty, đối tác khác, bán với số lượng lớn và mặt hàng có giá trị. Công ty đưa ra một mức giá phù hợp với lượng chiết khấu hấp dẫn dành cho các nhà bán buôn và khách hàng. Giá chiết khấu có thể được coi là một trong những mức giá tốt nhất.

Với chính sách đổi trả linh hoạt, KIDO cho phép đổi trả hàng hóa trong một số trường hợp nhất định, như sản phẩm bị lỗi, hư hỏng hoặc không đúng mô tả.

Ví dụ cụ thể cho thấy sự áp dụng cụ thể của chính sách giá trong các tình huống khác nhau, bao gồm giá bán lẻ và giá bán buôn, giá bán tại các khu vực thị trường khác nhau và các chương trình khuyến mãi cụ thể:

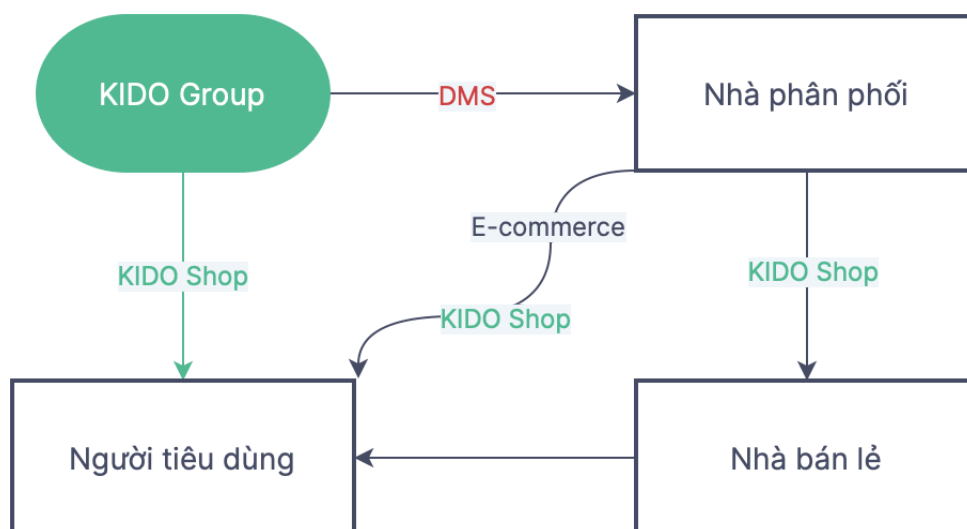
- Sản phẩm: Bánh kẹo Kinh Đô hộp 450g có giá bán lẻ là 50.000 đồng.
- Kênh phân phối: Giá bán buôn cho đại lý là 45.000 đồng/hộp.
- Khu vực thị trường: Giá bán tại khu vực thành phố có thể cao hơn khu vực nông thôn.
- Khuyến mãi: Giảm giá 10% cho sản phẩm trong tháng 11/2023.
- Đổi trả: Cho phép đổi trả sản phẩm trong vòng 7 ngày nếu sản phẩm bị lỗi.

Ngoài ra, công ty cũng có thể áp dụng các chính sách chiết khấu cho khách hàng mua số lượng lớn hoặc thanh toán sớm.

#### 2.1.4 Chính sách phân phối

Với mục tiêu tối ưu hóa trải nghiệm khách hàng, KIDO đã đầu tư mạnh mẽ vào việc áp dụng công nghệ số trong hệ thống phân phối của mình. Điển hình là việc triển khai hệ thống DMS (Distribution Management System), giúp tự động hóa quy trình đặt hàng, giao hàng và thanh toán. Điều này giúp rút ngắn thời gian xử lý đơn hàng, tăng hiệu quả giao hàng và đảm bảo tính chính xác trong quản lý hàng tồn kho.

Ngoài ra, KIDO cũng mở rộng các kênh phân phối trực tuyến như KIDO Shop, tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng mua sắm trực tuyến thông qua website và ứng dụng di động. Việc cá nhân hóa trải nghiệm mua sắm và cung cấp thông tin sản phẩm, chương trình khuyến mãi thông qua các kênh này giúp KIDO tối ưu hóa việc tiếp cận khách hàng và gia tăng doanh số bán hàng.



Hình 7. Sơ đồ mạng lưới kênh phân phối

Hệ thống phân phối của KIDO không chỉ tập trung vào việc tiếp cận khách hàng một cách linh hoạt và thuận tiện mà còn chú trọng vào việc tăng cường hợp tác với các đối tác

phân phối. Việc hỗ trợ nhà phân phối về marketing, đào tạo và giám sát hiệu quả hoạt động giúp đảm bảo sự hiệu quả trong việc phân phối sản phẩm của KIDO trên thị trường.

### **Hệ thống phân phối truyền thống**

Hệ thống phân phối truyền thống của KIDO là một trong những nền tảng quan trọng giúp công ty tiếp cận khách hàng một cách hiệu quả trên khắp địa bàn quốc gia. Với hơn 100 nhà phân phối uy tín trải dài từ Bắc vào Nam, KIDO đã xây dựng một mạng lưới phân phối rộng khắp, tiếp cận được hơn 450.000 điểm bán lẻ. Cách thức hoạt động của hệ thống này bao gồm việc ký kết hợp đồng phân phối với các đối tác, cung cấp hỗ trợ về marketing, đào tạo và bán hàng, cũng như giám sát và đánh giá hiệu quả hoạt động của nhà phân phối.

Để nâng cao hiệu quả hoạt động và tối ưu hóa quy trình phân phối truyền thống, KIDO đã áp dụng các giải pháp công nghệ số một cách thông minh. Hệ thống DMS đã được triển khai để tự động hóa quản lý đơn hàng, giao hàng, thanh toán và kiểm soát hàng tồn kho. Đồng thời, thông tin về sản phẩm và các chương trình khuyến mãi cũng được cung cấp cho nhà phân phối thông qua hệ thống trực tuyến, giúp tăng cường sự minh bạch và hỗ trợ cho các đối tác. Đào tạo nhà phân phối về sử dụng công nghệ số cũng là một phần không thể thiếu trong quá trình chuyển đổi số của công ty.

### **Hệ thống phân phối hiện đại:**

Hệ thống phân phối hiện đại của KIDO là một bước tiến lớn trong việc tối ưu hóa trải nghiệm mua sắm của khách hàng và nâng cao hình ảnh thương hiệu trên thị trường. Chính sách này tập trung vào việc hợp tác chặt chẽ với các hệ thống siêu thị và cửa hàng tiện lợi lớn trên khắp địa bàn quốc gia.

Cách thức hoạt động của hệ thống phân phối này bao gồm việc ký kết hợp đồng cung cấp sản phẩm với các đối tác, đảm bảo sản phẩm luôn có sẵn trên kệ hàng và tham gia các chương trình khuyến mãi của các hệ thống siêu thị, cửa hàng tiện lợi. Đồng thời, để tối ưu hóa hiệu quả kinh doanh, KIDO cũng áp dụng các giải pháp chuyển đổi số, bao gồm cung cấp thông tin sản phẩm và chương trình khuyến mãi qua hệ thống trực tuyến, cũng như kết nối dữ liệu bán hàng với hệ thống của các đối tác để tối ưu hóa hiệu suất hoạt động.

Qua việc áp dụng hệ thống phân phối hiện đại này, KIDO đã có thể tiếp cận được một lượng lớn khách hàng tiềm năng và tạo ra một trải nghiệm mua sắm thuận tiện và thú vị. Sự chuyển đổi số đã góp phần tăng cường hiệu quả hợp tác với các đối tác và tối ưu hóa hoạt động bán hàng, từ đó nâng cao vị thế và uy tín của KIDO trên thị trường.

### **Kênh bán hàng trực tuyến**

Kênh bán hàng trực tuyến, đặc biệt là KIDO Shop, đóng vai trò quan trọng trong chiến lược phân phối của KIDO, mang lại sự tiện lợi và linh hoạt cho khách hàng trong việc mua sắm sản phẩm của công ty.

Cách thức hoạt động của KIDO Shop rất đơn giản và tiện lợi. Khách hàng có thể trực tiếp đặt hàng trên website hoặc ứng dụng di động của KIDO. Sau đó, hệ thống sẽ tiếp nhận đơn hàng và giao hàng tận nơi cho khách hàng, đảm bảo sự thuận tiện và nhanh chóng. Bên cạnh đó, KIDO cũng cung cấp dịch vụ chăm sóc khách hàng trực tuyến, giúp khách hàng có thể tương tác và nhận hỗ trợ một cách dễ dàng và nhanh chóng.

Điểm mạnh của kênh bán hàng trực tuyến này là khả năng cá nhân hóa trải nghiệm mua sắm cho khách hàng dựa trên dữ liệu mua hàng và phân tích dữ liệu thị trường. Điều này giúp KIDO cung cấp các sản phẩm phù hợp và tối ưu hóa hiệu quả hoạt động của kênh bán hàng trực tuyến. Sự chuyển đổi số đã giúp nâng cao trải nghiệm mua sắm của khách hàng và tối ưu hóa hiệu quả hoạt động của KIDO trên môi trường trực tuyến, từ đó đẩy mạnh doanh số bán hàng và tăng cường tầm nhìn thương hiệu.

#### **Xuất khẩu**

Ngoài ra, kênh xuất khẩu của KIDO cũng không ngừng vươn xa, đưa sản phẩm Việt Nam chất lượng đến với thị trường quốc tế. Với hơn 80 quốc gia và vùng lãnh thổ được tiếp cận, KIDO tập trung vào các thị trường chính như châu Á, châu Âu và Bắc Mỹ, cùng với việc mở rộng sang các khu vực mới như Trung Đông và Châu Phi.

Sản phẩm xuất khẩu của KIDO bao gồm dầu ăn, kem, bánh kẹo và các sản phẩm khác, được phát triển dựa trên thị hiếu từng quốc gia như việc phát triển các sản phẩm Halal cho thị trường Hồi giáo.

Chiến lược xuất khẩu của KIDO tập trung vào tăng cường marketing và quảng bá thương hiệu, nâng cao chất lượng sản phẩm, đa dạng hóa sản phẩm và tăng cường hợp tác với các đối tác quốc tế, nhằm mục tiêu đưa sản phẩm đến tay người tiêu dùng một cách hiệu quả và bền vững trên thị trường toàn cầu.

#### **2.1.5 Chính sách xúc tiến bán**

Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt trên thị trường, Tập đoàn KIDO đã tận dụng sự phát triển của công nghệ và tạo ra một chiến lược truyền thông đa chiều, nhằm nâng cao nhận thức về thương hiệu và sản phẩm, thu hút khách hàng, và tạo ra hiệu quả kinh doanh toàn diện.

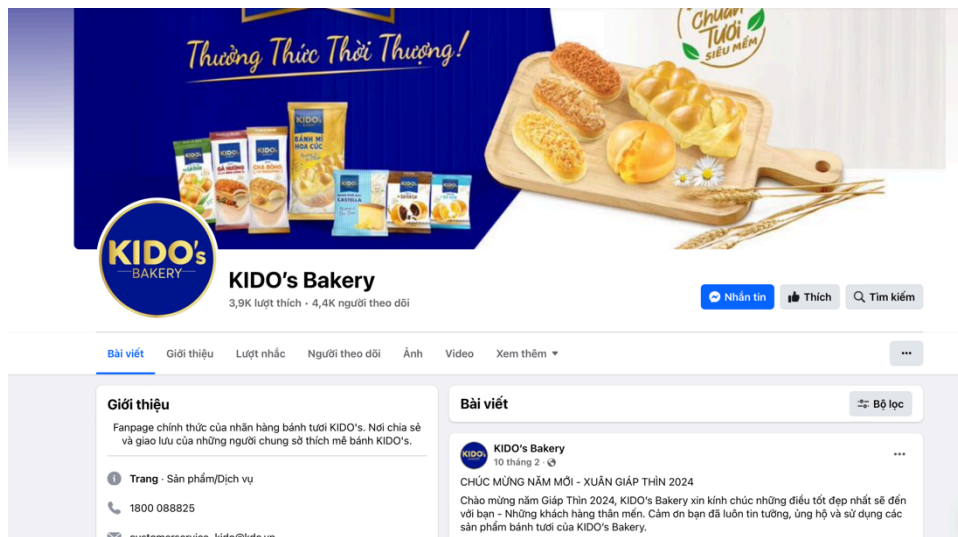
#### **Truyền thông kỹ thuật số**

KIDO đã đầu tư mạnh mẽ vào hạ tầng kỹ thuật số, từ việc nâng cấp website, YouTube, fanpage (Facebook), TikTok, Instagram... nhằm tối ưu hóa trải nghiệm người dùng và tăng cường hiệu quả truyền thông. Việc tăng cường quảng cáo trực tuyến cùng việc sản xuất nội dung sáng tạo đã giúp tạo ra một môi trường truyền thông sống động và thu hút, tạo ra sự tương tác tích cực từ phía khách hàng.





Hình 8. Giao diện Website chính thức của Công ty



Hình 9. Giao diện trang Facebook chính thức của chuỗi KIDO's Bakery

### Truyền thông tại điểm bán

Tại các điểm bán lẻ, KIDO không chỉ tập trung vào việc nhận diện thương hiệu mà còn đặc biệt chú trọng vào trưng bày sản phẩm một cách sáng tạo và hấp dẫn. Việc triển khai các chương trình khuyến mãi và dịch vụ khách hàng chuyên nghiệp đã tạo ra một môi trường mua sắm thoải mái và hấp dẫn cho khách hàng.

### Truyền thông sự kiện và chương trình

Tập đoàn KIDO không ngần ngại đầu tư vào việc tài trợ các sự kiện lớn và tham gia các chương trình truyền hình nổi tiếng. Những hoạt động này không chỉ giúp quảng bá thương hiệu một cách rộng rãi mà còn tạo ra sự kết nối sâu sắc với khách hàng thông qua các trải nghiệm thú vị và độc đáo.



Nhờ vào chiến lược truyền thông đa chiều này, KIDO đã thành công trong việc tăng cường nhận thức thương hiệu, thu hút khách hàng và tạo ra một hình ảnh chuyên nghiệp và uy tín trên thị trường. Tập đoàn cam kết tiếp tục phát triển và đổi mới trong lĩnh vực truyền thông, nhằm khẳng định vị thế thương hiệu và mang đến những trải nghiệm tốt nhất cho khách hàng.



Hình 10. Sự kiện kết hợp với Tiktok của Công ty

#### 2.1.6 Công tác thu thập thông tin Marketing của Công ty

KIDO đã khẳng định sự cam kết của mình trong việc xây dựng chiến lược marketing thông qua việc thu thập thông tin từ các nguồn đa dạng và áp dụng các phương pháp thu thập hiệu quả.

##### Nguồn thông tin

###### ❖ Dữ liệu nội bộ

- Hệ thống bán hàng: Bằng cách sử dụng dữ liệu về lịch sử mua hàng và thông tin khách hàng từ hệ thống bán hàng, KIDO có thể hiểu rõ hơn về hành vi mua hàng và sở thích của khách hàng.
- Nghiên cứu thị trường nội bộ: Việc thực hiện khảo sát và phân tích thị trường nội bộ giúp tập đoàn đánh giá chính xác thị phần và nhận thức về nhu cầu của khách hàng.

###### ❖ Dữ liệu bên ngoài

- Nghiên cứu thị trường: KIDO theo dõi các báo cáo ngành và xu hướng thị trường để hiểu rõ hơn về cơ cấu và tiềm năng của thị trường.

- Phân tích mạng xã hội: Bằng cách lắng nghe ý kiến của khách hàng và theo dõi các hoạt động của đối thủ cạnh tranh trên mạng xã hội, KIDO có cái nhìn toàn diện về thị trường và người tiêu dùng.

#### **Phương pháp thu thập**

- ❖ Khảo sát: Khảo sát trực tuyến, qua điện thoại và tại điểm bán:\*\* KIDO sử dụng các biểu mẫu khảo sát để thu thập ý kiến và phản hồi từ khách hàng, từ đó cung cấp thông tin quý giá về nhu cầu và sở thích của họ.
- ❖ Phỏng vấn chuyên gia và khách hàng tiềm năng: Bằng cách tiếp xúc trực tiếp với các chuyên gia trong ngành và khách hàng tiềm năng, KIDO có thể thu thập thông tin chi tiết và sâu sắc về thị trường và người tiêu dùng.
- ❖ Thảo luận nhóm về sản phẩm và thương hiệu: Tổ chức các buổi thảo luận nhóm giúp KIDO hiểu rõ hơn về ý kiến và mong muốn của khách hàng đối với sản phẩm và thương hiệu của họ.
- ❖ Phân tích dữ liệu bán hàng và dữ liệu mạng xã hội: KIDO sử dụng các công cụ phân tích dữ liệu như Google Trends và Facebook Audience Insights để đánh giá hiệu quả của các chiến dịch marketing và hiểu rõ hơn về hành vi của khách hàng.

Bằng cách kết hợp nỗ lực từ cả các nguồn thông tin nội bộ và bên ngoài, cùng việc áp dụng các phương pháp thu thập thông tin đa dạng, KIDO đã xây dựng nền tảng vững chắc cho việc phát triển chiến lược marketing, từ đó mang lại lợi ích lớn cho doanh nghiệp.

#### **2.1.7 Một số đối thủ cạnh tranh của Công ty**

Là một trong những doanh nghiệp hàng đầu trong lĩnh vực sản xuất hàng khô và kem, đang tiếp tục khẳng định vị thế của mình trên thị trường. Để duy trì và phát triển vị thế này, công ty đã triển khai các chiến lược và hành động nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng cao của khách hàng và thích nghi với môi trường cạnh tranh khốc liệt. Mặc dù có nhiều cơ hội mở ra, KIDO vẫn phải đối mặt với thách thức từ sự cạnh tranh gay gắt và yêu cầu ngày càng cao về chất lượng và dịch vụ.

**Đối với ngành hàng khô**

<b>Đối thủ</b>	<b>Thị phần</b>	<b>Điểm mạnh</b>	<b>Điểm yếu</b>	<b>Chiến lược cạnh tranh</b>	<b>So sánh với KIDO</b>
<b>Calofic</b>	40%	Thương hiệu lâu đời, hệ thống phân phối rộng khắp, giá cả cạnh tranh	Dây chuyền sản xuất chưa được hiện đại hóa	Tập trung vào phân khúc phổ thông, giá rẻ	KIDO cần đầu tư vào hiện đại hóa dây chuyền sản xuất để nâng cao chất lượng sản phẩm và cạnh tranh với Calofic
<b>Nortalic</b>	3%	Sản phẩm cao cấp, tập trung vào dinh dưỡng, sức khỏe	Giá thành cao, thị phần nhỏ	Tập trung vào phân khúc cao cấp, chú trọng vào chất lượng và giá trị dinh dưỡng	KIDO có thể học hỏi Nortalic trong việc phát triển sản phẩm cao cấp, tập trung vào dinh dưỡng và sức khỏe để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng
<b>Masan Consumer</b>	12%	Hệ thống phân phối rộng khắp, đa dạng sản phẩm, thương hiệu mạnh	Dây chuyền sản xuất chưa được hiện đại hóa	Đa dạng hóa sản phẩm, tập trung vào phân khúc phổ thông và trung cấp	KIDO cần đa dạng hóa sản phẩm và tập trung vào phân khúc phổ thông và trung cấp để cạnh tranh với Masan Consumer

Bảng 4. So sánh Công ty và đối thủ cạnh tranh trong ngành hàng khô

**Đối với ngành hàng lạnh**

<b>Đối thủ</b>	<b>Thị phần</b>	<b>Điểm mạnh</b>	<b>Điểm yếu</b>	<b>Chiến lược cạnh tranh</b>	<b>So sánh với KIDO</b>
<b>Unilever</b>	20%	Thương hiệu lâu đời, hệ thống phân phối rộng khắp, đa dạng sản phẩm	Giá thành cao	Tập trung vào phân khúc cao cấp, chú trọng vào thương hiệu và marketing	KIDO cần tập trung vào nâng cao chất lượng sản phẩm và marketing để cạnh tranh với Unilever

<b>Vinamilk</b>	9%	Thương hiệu sữa uy tín, hệ thống phân phối rộng khắp	Ít kinh nghiệm trong ngành kem	Tập trung vào phân khúc phổ thông, giá rẻ	KIDO có thể tận dụng lợi thế trong ngành kem để cạnh tranh với Vinamilk
<b>TH True Milk</b>	4%	Sản phẩm cao cấp, tập trung vào nguyên liệu tự nhiên	Giá thành cao, thị phần nhỏ	Tập trung vào phân khúc cao cấp, chú trọng vào chất lượng và nguyên liệu tự nhiên	KIDO có thể học hỏi TH True Milk trong việc phát triển sản phẩm cao cấp, tập trung vào chất lượng và nguyên liệu tự nhiên

Bảng 5. So sánh Công ty và đối thủ cạnh tranh trong ngành hàng khô

Với việc nhận biết và tận dụng các cơ hội, KIDO đã tăng cường mở rộng thị trường và nâng cao doanh số bán hàng. Sự gia tăng về nhu cầu của thị trường đang tạo ra một cơ hội lớn cho KIDO để phát triển và mở rộng thị trường. Hơn nữa, với hệ thống phân phối rộng khắp và tài chính mạnh mẽ, KIDO đang có lợi thế cạnh tranh để giữ vững và phát triển vị thế của mình.

Tuy nhiên, cạnh tranh khốc liệt từ các đối thủ trong ngành là một thách thức lớn đối với KIDO. Điều này yêu cầu công ty không ngừng cải thiện và nâng cao chất lượng sản phẩm để giữ chân khách hàng. Thêm vào đó, sự tăng cao về yêu cầu về chất lượng và dịch vụ cũng đặt ra một thách thức lớn, đòi hỏi KIDO phải liên tục tiếp cận và đáp ứng một cách linh hoạt.

### 2.1.8 Nhận xét về tình hình tiêu thụ và công tác Marketing của Công ty

**Tình hình tiêu thụ:** Tình hình tiêu thụ của Công ty KIDO đang phản ánh một hình ảnh tích cực. Trong năm vừa qua, doanh số bán hàng của công ty đã tăng lên đáng kể, đạt mức tăng trưởng hàng năm khoảng 15%, vượt qua mục tiêu đặt ra. Điều này chứng tỏ sự ổn định và sức hút của thương hiệu KIDO trên thị trường.

Hệ thống phân phối của KIDO cũng đóng vai trò quan trọng trong việc đẩy mạnh tiêu thụ sản phẩm. Với hơn 100 nhà phân phối uy tín trên toàn quốc và tiếp cận hơn 450.000 điểm bán lẻ, KIDO đã mở rộng tầm vóc và tiếp cận được nhiều khách hàng tiềm năng. Không chỉ dừng lại ở đó, công ty còn tăng cường chiến lược bán hàng trực tuyến thông qua kênh KIDO Shop, giúp tăng cường tiếp cận khách hàng mục tiêu trên nền tảng online.

Ngoài ra, các chiến dịch quảng cáo và khuyến mãi đặc biệt, như chương trình khuyến mãi mùa lễ hội và quảng cáo trên mạng xã hội, đã đóng góp vào việc tăng cường nhận thức thương hiệu và thu hút sự chú ý của người tiêu dùng. Sự chăm sóc khách hàng sau bán hàng cũng đóng vai trò quan trọng trong việc duy trì mối quan hệ và sự hài lòng từ phía khách hàng.

**Công tác Marketing:** Công tác Marketing của Công ty được tổng hợp theo báo cáo sau:

Bảng 6. Nhận xét về cơ cấu Marketing của Công ty

<b>Chính sách</b>	<b>Ưu điểm</b>	<b>Nhược điểm</b>
Chính sách sản phẩm – thị trường	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Đa dạng hóa sản phẩm, đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng.</li> <li>- Tập trung vào sản phẩm cao cấp, an toàn cho sức khỏe.</li> <li>- Nắm bắt xu hướng thị trường nhanh chóng.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Chưa chú trọng vào phát triển sản phẩm mới.</li> <li>- Chưa có sản phẩm đột phá.</li> </ul>
Chính sách phân phối	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hệ thống phân phối rộng khắp, phủ sóng toàn quốc.</li> <li>- Hợp tác với các nhà phân phối lớn, uy tín.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Chi phí phân phối cao.</li> <li>- Chưa chú trọng vào kênh bán hàng online.</li> </ul>
Chính sách giá	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Giá cả cạnh tranh, phù hợp với thị trường.</li> <li>- Có nhiều chương trình khuyến mãi hấp dẫn.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Chưa có chiến lược giá linh hoạt theo từng phân khúc thị trường.</li> </ul>
Chính sách xúc tiến bán	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Thường xuyên tổ chức các hoạt động quảng cáo, khuyến mãi.</li> <li>- Tham gia các hội chợ, triển lãm lớn.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Chưa có chiến lược truyền thông hiệu quả.</li> <li>- Chưa chú trọng vào marketing online.</li> </ul>

Do đó, các đề xuất cải tiến cho công tác Marketing của KIDO đều tập trung vào việc phát triển sản phẩm, tối ưu hóa chi phí phân phối, áp dụng chiến lược giá linh hoạt và xây dựng chiến lược truyền thông hiệu quả. Điều này sẽ giúp công ty đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng, tăng cường sự hiệu quả trong việc tiếp cận và thu hút khách hàng mới, đồng thời duy trì và củng cố vị thế dẫn đầu trên thị trường. Quan trọng nhất, việc đo lường hiệu quả và điều chỉnh chiến lược theo từng giai đoạn là chìa khóa để công tác Marketing của KIDO thành công.

## 2.2 Phân tích công tác lao động và tiền lương

### 2.2.1 Cơ cấu lao động của Công ty

Bảng 7. Cơ cấu nhân sự Công ty năm 2021 và 2022

Chỉ tiêu	Năm 2021	Năm 2022	So sánh 2021 với 2022	
			Số người	Tỷ lệ (%)
1. Tổng số lao động	3438	3982	544	15,8%
2. Theo trình độ				
Tiến sĩ	3	3	0	0,00%
Thạc sĩ	16	11	-5	-31,25%
Đại học	855	933	78	9,12%
Cao đẳng	431	477	46	10,67%
Trung cấp	348	454	106	30,45%
Sơ cấp	5	4	-1	20,00%
Khác	1780	2100	320	17,98%
3. Theo giới tính				
Nam	1845	2102	257	13,93%
Nữ	1593	1880	287	-18,02%
4. Theo hợp đồng lao động				
Toàn thời gian	2985	3421	436	14,61%
Bán thời gian	453	561	108	23,84%
5. Theo 3 Team				
Team Kinh doanh	1235	1456	221	17,89%
Team Quản trị chuỗi cung ứng	1150	1323	173	15,04%
Team Hỗ trợ	1053	1203	150	14,25%

Nguồn: Phòng nhân sự

Bảng số liệu nhân sự của KIDO từ năm 2021 đến năm 2022 cung cấp cái nhìn tổng quan về sự phát triển và cơ cấu của lực lượng lao động trong công ty. Tổng số lao động tăng trưởng mạnh mẽ đạt 15,8%, từ 3438 người năm 2021 lên 3982 người năm 2022. Điều này cho thấy KIDO đang trong giai đoạn phát triển đáng kể.

### Theo cơ cấu lao động

Trong khi đó, cơ cấu trình độ lao động của KIDO cũng khá đa dạng. Số lượng lao động có trình độ đại học, cao đẳng và trung cấp chiếm tỷ lệ cao nhất, cho thấy công ty có chú trọng vào việc tuyển dụng nhân sự có trình độ cao và chuyên môn. Tuy nhiên, số lượng lao động có trình độ thạc sĩ giảm, có thể là do KIDO đang hướng đến việc tuyển dụng nhân sự có trình độ cao hơn như tiến sĩ hoặc có kinh nghiệm thực tế. Sự tăng cao đột biến nhất là ở nhóm trình độ trung cấp, tăng 30,45%, và nhóm không rõ trình độ (khác), tăng 17,98%, cần đánh giá kỹ để nâng cao chất lượng nguồn nhân lực.

**Theo giới tính**

Về phân bố theo giới tính, tỷ lệ lao động nam cao hơn lao động nữ, tuy nhiên số lượng lao động nam tăng trong khi số lượng lao động nữ giảm. Điều này gợi ra việc cần xem xét lại chính sách tuyển dụng và thu hút lao động nữ để đảm bảo sự cân đối trong lực lượng lao động.

**Theo hợp đồng lao động**

Đối với hợp đồng lao động, hợp đồng toàn thời gian chiếm tỷ lệ cao nhất, chiếm 86,14%. Tuy nhiên, số lượng lao động bán thời gian cũng tăng đáng kể, cho thấy KIDO đang có xu hướng linh hoạt hóa trong việc tuyển dụng lao động.

**Theo cơ cấu nhân sự**

Cơ cấu nhân sự theo các team cũng phản ánh sự phát triển đồng đều các mảng hoạt động của công ty. Team Kinh doanh có số lượng nhân viên cao nhất, chiếm tỷ lệ lớn, thể hiện sự tập trung vào mảng hoạt động trọng tâm của KIDO.

**Nhận xét**

Tóm lại, bảng số liệu nhân sự KIDO cung cấp thông tin quan trọng về sự phát triển và cơ cấu của lực lượng lao động trong công ty. Việc tiếp tục theo dõi và phân tích số liệu này sẽ giúp KIDO đưa ra các chiến lược phát triển nguồn nhân lực phù hợp và hiệu quả. Bảng số liệu nhân sự KIDO tiết lộ một số điểm nổi bật về động lực lao động và chiến lược nhân sự của công ty. Sự tăng trưởng đáng kể về tổng số lao động cho thấy KIDO đang trải qua giai đoạn phát triển mạnh mẽ, đồng thời cơ cấu trình độ lao động đa dạng cho thấy công ty tập trung vào việc tuyển dụng và phát triển lao động có trình độ cao. Tuy nhiên, tỷ lệ lao động nam cao hơn lao động nữ gợi ra việc cần xem xét lại chính sách tuyển dụng và thu hút lao động nữ để đảm bảo sự cân đối giới tính trong lực lượng lao động. Sự ổn định trong nguồn nhân lực được thể hiện qua tỷ lệ cao của hợp đồng lao động toàn thời gian, trong khi đội ngũ nhân viên đông đảo nhất thuộc về Team Kinh doanh, thể hiện mục tiêu của KIDO trong việc phát triển mảng kinh doanh. Điều này cho thấy KIDO đang đặt nền móng vững chắc cho sự phát triển bền vững trong tương lai.

**2.2.2 Định mức lao động**

*Định mức lao động*: là lượng lao động hao phí được quy định để hoàn thành một đơn vị sản phẩm hoặc một khối lượng công việc theo đúng tiêu chuẩn chất lượng trong những điều kiện tổ chức sản xuất, kỹ thuật, tâm sinh lý và kinh tế - xã hội nhất định. Theo quy định tại Điều 93 Bộ Luật lao động năm 2019 thì người sử dụng lao động phải xây dựng định mức lao động làm căn cứ để tuyển dụng, sử dụng lao động, tính lương theo chức danh ghi trên hợp đồng lao động hoặc theo công việc để trả lương cho người lao động.

Công tác xây dựng định mức lao động của KIDO được chịu trách nhiệm bởi phòng nhân sự kết hợp với ban lãnh đạo của công ty.

Cụ thể, việc thực hiện định mức của Công ty như sau:

**❖ Team Kinh doanh:**

Mức tối thiểu cho nhân viên Team Kinh doanh là tiếp cận 10 khách hàng và đạt 5 đơn hàng mỗi ngày. Mức trung bình là 20 khách hàng và 10 đơn hàng, và mức cao là 30 khách hàng và 15 đơn hàng. Doanh thu tương ứng cho các mức này là 10 triệu, 20 triệu và 30 triệu đồng mỗi ngày. Lợi nhuận tối thiểu là 2 triệu đồng, mức trung bình là 4 triệu đồng và mức cao là 6 triệu đồng mỗi ngày.

**❖ Team Quản trị chuỗi cung ứng:**

Nhân viên Team Quản trị chuỗi cung ứng cần xử lý tối thiểu 100 đơn hàng mỗi ngày, mức trung bình là 200 đơn hàng và mức cao là 300 đơn hàng. Tỷ lệ lỗi tối thiểu là dưới 1%, mức trung bình là dưới 0,5% và mức cao là dưới 0,2%. Tỷ lệ hài lòng của khách hàng cần đạt tối thiểu 90%, mức trung bình là 95% và mức cao là 98%.

**❖ Team Hỗ trợ:**

Mức tối thiểu cho nhân viên Team Hỗ trợ là giải đáp 50 cuộc gọi mỗi ngày, mức trung bình là 100 cuộc gọi và mức cao là 150 cuộc gọi. Thời gian giải đáp trung bình tối thiểu là dưới 2 phút, mức trung bình là dưới 1 phút và mức cao là dưới 30 giây. Tương tự như các team khác, tỷ lệ hài lòng của khách hàng cần đạt tối thiểu 90%, mức trung bình là 95% và mức cao là 98%.

Tuy nhiên, đây là định mức chung áp dụng cho các vị trí thuộc từng Team nên luôn có sự linh hoạt trong cách áp dụng của KIDO đối với từng vị trí.

**2.2.3 Tình hình sử dụng thời gian lao động****Thời gian làm việc của nhân viên từ thứ 2 - thứ 6**

KIDO có quy định cụ thể về thời gian làm việc của nhân viên dựa trên loại hình hợp đồng và vị trí công việc.

- ❖ Nhân viên bán thời gian: Làm việc 4 tiếng mỗi ngày, có thể chia thành 2 ca sáng và chiều.
  - Ca sáng: 8 giờ sáng đến 12 giờ trưa.
  - Ca chiều: 13 giờ chiều đến 17 giờ chiều.
- ❖ Nhân viên toàn thời gian: Làm việc 8 tiếng mỗi ngày, từ thứ Hai đến thứ Sáu.
  - Ca làm việc: 8 giờ sáng đến 12 giờ trưa và 13 giờ chiều đến 17 giờ chiều.
  - Nhân viên có thể được yêu cầu làm thêm giờ trong trường hợp cần thiết, với mức lương được trả theo quy định.
- ❖ KIDO cũng có quy định về thời gian làm việc cho các trường hợp đặc biệt:
  - Nhân viên nữ mang thai: được hưởng chế độ nghỉ thai sản theo quy định của pháp luật.
  - Nhân viên có con nhỏ: được hưởng chế độ nghỉ làm việc để chăm sóc con theo quy định.
  - Nhân viên làm việc trong các ngành nghề nguy hiểm, độc hại: được hưởng chế độ giảm giờ làm việc theo quy định.



KIDO luôn đảm bảo quyền lợi cho nhân viên bằng cách thực hiện đúng các quy định về thời gian làm việc theo pháp luật và nội quy công ty. Ngoài ra, KIDO còn tạo điều kiện cho nhân viên cân bằng giữa công việc và cuộc sống bằng cách:

- Tổ chức các hoạt động văn hóa, thể thao, du lịch cho nhân viên.
- Hỗ trợ con em nhân viên đi học.
- Cải thiện môi trường làm việc để tạo cảm giác thoải mái và hứng thú cho nhân viên.

Nhờ những chính sách hợp lý và quan tâm đến đời sống nhân viên, KIDO đã thu hút được nguồn nhân lực chất lượng cao và góp phần vào sự phát triển của công ty.

#### **Các quyền lợi, chế độ làm việc**

- ❖ **BHXH, BHYT, BHTN:** Mọi nhân viên đều được hưởng đầy đủ các chế độ bảo hiểm xã hội, y tế và thất nghiệp theo quy định của pháp luật.
- ❖ **Phụ cấp:** Nhân viên được hưởng các phụ cấp theo chức vụ, thâm niên công tác và các phụ cấp khác theo quy định của công ty.
- ❖ **Nghỉ phép:** Nhân viên được hưởng chế độ nghỉ phép năm, nghỉ ốm, nghỉ thai sản, nghỉ việc riêng theo quy định của pháp luật và nội quy công ty.
- ❖ **Thưởng:** Nhân viên được hưởng thưởng lương tháng 13, thưởng theo năng suất, hiệu quả công việc và các khoản thưởng khác theo quy định của công ty.
- ❖ **Phúc lợi khác:** Công ty có các chương trình phúc lợi khác cho nhân viên như: tổ chức các hoạt động văn hóa, thể thao, du lịch; hỗ trợ con em nhân viên đi học;...

Đánh giá: Nhìn chung, KIDO có chính sách sử dụng thời gian lao động hợp lý và đảm bảo quyền lợi cho nhân viên. Các chế độ làm việc của công ty được đánh giá là tốt so với mặt bằng chung của các doanh nghiệp trong ngành.

#### **2.2.4 Năng suất lao động**

Năng suất lao động của KIDO được đánh giá cao so với mặt bằng chung của các doanh nghiệp trong ngành. Theo báo cáo tài chính năm 2022, doanh thu thuần của KIDO đạt 14.000 tỷ đồng, lợi nhuận sau thuế đạt 1.200 tỷ đồng. Năng suất lao động bình quân của KIDO năm 2022 đạt 1,2 tỷ đồng/người/năm. Có nhiều yếu tố góp phần vào năng suất lao động cao của KIDO:

- **Đội ngũ nhân viên:** KIDO chú trọng tuyển dụng và đào tạo nhân viên, xây dựng đội ngũ nhân viên có trình độ chuyên môn cao, tác phong làm việc chuyên nghiệp.
- **Quy trình sản xuất:** KIDO áp dụng quy trình sản xuất hiện đại, tự động hóa cao, giúp nâng cao hiệu quả sản xuất và giảm thiểu chi phí.
- **Hệ thống quản lý:** KIDO áp dụng hệ thống quản lý tiên tiến, đảm bảo hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp.
- **Chính sách động viên:** KIDO có chính sách khen thưởng, động viên kịp thời cho nhân viên, tạo động lực để nhân viên làm việc hiệu quả.

#### **2.2.5 Tuyển dụng và đào tạo lao động**

KIDO luôn chú trọng xây dựng quy trình tuyển dụng và đào tạo bài bản, chuyên nghiệp nhằm thu hút và phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao, góp phần vào sự phát triển bền vững của doanh nghiệp.

### **Quy trình tuyển dụng**

#### **❖ Xác định nhu cầu tuyển dụng:**

Khi xác định nhu cầu tuyển dụng, KIDO tiến hành đánh giá số lượng vị trí cần tuyển dụng dựa trên các yếu tố như kế hoạch phát triển kinh doanh, chiến lược nhân sự và năng lực hiện tại của đội ngũ nhân viên. Việc này giúp công ty đảm bảo rằng số lượng nhân viên mới được tuyển vào đủ để đáp ứng nhu cầu công việc và đồng thời đảm bảo sự hiệu quả và hiệu suất làm việc của toàn bộ tổ chức.

Các yêu cầu về kỹ năng, kinh nghiệm và trình độ chuyên môn cho từng vị trí cụ thể được đặt ra và chi tiết hóa, nhằm đảm bảo sự phù hợp với yêu cầu công việc cũng như mục tiêu chung của công ty. Điều này giúp KIDO tìm ra những ứng viên có khả năng và kỹ năng phù hợp nhất với công việc cụ thể, từ đó tối ưu hóa hiệu quả làm việc và tạo ra giá trị cho tổ chức.

Hơn nữa, KIDO cũng dành sự quan tâm đặc biệt đến việc dự báo nhu cầu nhân lực trong tương lai, từ đó có thể lập kế hoạch tuyển dụng phù hợp và đáp ứng sự phát triển của doanh nghiệp. Việc này giúp công ty duy trì sự ổn định và bền vững trong quá trình phát triển và mở rộng hoạt động kinh doanh của mình.

#### **❖ Đăng tải thông tin tuyển dụng:**

KIDO đặt thông tin tuyển dụng lên trang web chính thức của công ty cùng với các trang web tuyển dụng uy tín và mạng xã hội nhằm thu hút ứng viên chất lượng. Thông tin được trình bày rõ ràng và súc tích, bao gồm tên vị trí tuyển dụng, mô tả công việc, yêu cầu về kỹ năng, kinh nghiệm và trình độ chuyên môn, cùng với thời hạn nộp hồ sơ.

Mỗi thông tin tuyển dụng đi kèm với hình ảnh minh họa phù hợp, giúp tạo ra ấn tượng tích cực và thu hút sự chú ý của ứng viên. Điều này giúp KIDO nắm bắt được sự quan tâm của những ứng viên tiềm năng và tạo điều kiện thuận lợi để họ ứng tuyển vào các vị trí tương ứng. Đồng thời, việc sử dụng hình ảnh minh họa cũng giúp ứng viên hiểu rõ hơn về môi trường làm việc và văn hóa tổ chức của KIDO.

#### **❖ Sơ tuyển hồ sơ:**

Khi tiếp nhận hồ sơ ứng viên, KIDO tiến hành đánh giá dựa trên các tiêu chí quan trọng như trình độ học vấn, kinh nghiệm làm việc, kỹ năng chuyên môn và thành tích đạt được trong quá trình làm việc trước đó. Quá trình này giúp công ty xác định được ứng viên nào phù hợp nhất với yêu cầu và nhu cầu của vị trí tuyển dụng.

Để quản lý hồ sơ ứng viên một cách hiệu quả, KIDO sử dụng hệ thống quản lý hồ sơ ứng viên, giúp tổ chức lưu trữ, đánh giá và theo dõi hồ sơ một cách có hệ thống và dễ dàng. Điều này giúp cho quá trình tuyển dụng trở nên linh hoạt và nhanh chóng hơn, đồng thời tăng cường khả năng tìm kiếm và lựa chọn ứng viên phù hợp nhất.

Các ứng viên được xem là phù hợp với yêu cầu của vị trí tuyển dụng sẽ tiếp tục được liên hệ để tiến hành vòng phỏng vấn tiếp theo, nơi họ sẽ có cơ hội thể hiện kỹ năng, kinh nghiệm và sự phù hợp với vị trí làm việc. Điều này giúp cho quá trình tuyển dụng của

KIDO trở nên linh hoạt và chính xác, từ đó đảm bảo sự thành công trong việc chọn lựa nhân sự cho tổ chức.

❖ **Phòng vấn:**

Phòng vấn được thực hiện trực tiếp là một phần quan trọng trong quy trình tuyển dụng của KIDO, nhằm đánh giá năng lực và phẩm chất của ứng viên một cách chính xác và toàn diện. Nội dung của cuộc phỏng vấn được xây dựng để đánh giá các khía cạnh quan trọng như kiến thức chuyên môn, kỹ năng ứng xử, khả năng làm việc nhóm, thái độ và động lực làm việc của ứng viên.

KIDO sử dụng nhiều dạng phỏng vấn khác nhau để đảm bảo tính đa dạng và toàn diện trong quá trình đánh giá ứng viên. Các dạng phỏng vấn bao gồm phỏng vấn một chọi một, trong đó ứng viên được đối diện trực tiếp với nhà tuyển dụng để thể hiện kiến thức và kỹ năng của mình. Ngoài ra, phỏng vấn nhóm được áp dụng để đánh giá khả năng làm việc nhóm và tương tác của ứng viên trong một môi trường nhóm. Cuối cùng, phỏng vấn theo tình huống được sử dụng để đánh giá khả năng xử lý vấn đề và tư duy logic của ứng viên trong các tình huống thực tế.

Tổng hợp lại, việc sử dụng nhiều dạng phỏng vấn khác nhau giúp KIDO có cái nhìn toàn diện về ứng viên, từ đó đảm bảo việc lựa chọn nhân sự phù hợp nhất cho tổ chức và phát triển bền vững trong tương lai.

❖ **Xét tuyển và thông báo kết quả:**

Sau khi hoàn thành quá trình phỏng vấn, ban tuyển dụng của KIDO sẽ tổ chức cuộc họp để đánh giá kết quả và đưa ra quyết định cuối cùng về việc tuyển dụng. Trong cuộc họp này, các thành viên sẽ thảo luận và xem xét kỹ lưỡng về ứng viên, từ đó chọn lựa ra những ứng viên phù hợp nhất với yêu cầu công việc và văn hóa tổ chức của KIDO.

Sau khi quyết định được đưa ra, KIDO sẽ thông báo kết quả tuyển dụng cho ứng viên thông qua email hoặc điện thoại một cách lịch sự và chuyên nghiệp. Thông điệp này sẽ bao gồm cả thông tin về việc ứng viên được chọn hoặc không được chọn, cùng với lời cảm ơn sự quan tâm và tham gia của họ trong quá trình tuyển dụng.

Những ứng viên được chọn sẽ được hướng dẫn về các thủ tục nhập học và chuẩn bị cho việc bắt đầu công việc tại KIDO. Quá trình này sẽ giúp họ có sự chuẩn bị tốt nhất để tiếp tục phát triển và đóng góp cho sự thành công của tổ chức.

### **Quy trình đào tạo**

❖ **Đánh giá nhu cầu đào tạo:**

KIDO thường xuyên xác định nhu cầu đào tạo của nhân viên dựa vào vị trí công việc, năng lực và trình độ chuyên môn của họ. Điều này giúp công ty đảm bảo rằng nhân viên được trang bị đầy đủ kiến thức và kỹ năng cần thiết để thực hiện công việc một cách hiệu quả và chuyên nghiệp.

Để xác định nhu cầu đào tạo, KIDO thường sử dụng các phương pháp như khảo sát, đánh giá năng lực và phỏng vấn nhân viên. Những phương pháp này giúp thu thập thông tin và đánh giá mức độ hiểu biết và kỹ năng của nhân viên đối với công việc của họ, từ đó xác định được những lỗ hổng cần phải đào tạo và phát triển.

Bên cạnh đó, KIDO cũng thường xuyên tham khảo ý kiến của các chuyên gia và quản lý để xây dựng chương trình đào tạo phù hợp. Việc này giúp đảm bảo rằng chương trình đào tạo được thiết kế sao cho phù hợp và đáp ứng được nhu cầu thực tế của công việc và mục tiêu phát triển của công ty.

❖ **Lập kế hoạch đào tạo:**

KIDO đặt ra mục tiêu đào tạo cụ thể, rõ ràng và phù hợp với nhu cầu của nhân viên. Các chương trình đào tạo được thiết kế để cung cấp kiến thức mới và phát triển kỹ năng cần thiết cho công việc, đồng thời phản ánh mục tiêu phát triển của doanh nghiệp.

Nội dung của các chương trình đào tạo được liên tục cập nhật để đảm bảo sự phù hợp với yêu cầu công việc hiện tại và tương lai của KIDO. Phương pháp đào tạo đa dạng và linh hoạt, bao gồm cả lý thuyết, thực hành, tập huấn và hội thảo chuyên đề, được áp dụng để đáp ứng nhu cầu của từng đối tượng đào tạo.

KIDO cũng xây dựng kế hoạch đào tạo chi tiết, bao gồm thời gian, địa điểm, giảng viên, tài liệu và kinh phí đào tạo. Việc này giúp đảm bảo rằng các chương trình đào tạo được tổ chức một cách có hệ thống và hiệu quả, đồng thời tối ưu hóa sự đầu tư vào việc phát triển nhân viên và nâng cao hiệu suất làm việc của tổ chức.

❖ **Triển khai đào tạo:**

KIDO tổ chức các khóa đào tạo theo kế hoạch đã được thiết lập trước, nhằm cung cấp kiến thức và kỹ năng cần thiết cho nhân viên. Đồng thời, việc này cũng giúp củng cố và phát triển năng lực của đội ngũ làm việc, đáp ứng được yêu cầu công việc ngày càng cao trong môi trường làm việc đầy thách thức hiện nay.

Để đảm bảo chất lượng của các khóa đào tạo, KIDO chọn lựa giảng viên có chuyên môn cao và giàu kinh nghiệm trong lĩnh vực tương ứng. Điều này đảm bảo rằng học viên sẽ nhận được những kiến thức chính xác và áp dụng được vào thực tế công việc.

Hơn nữa, KIDO tạo ra một môi trường học tập tích cực, nơi mà học viên được khuyến khích tham gia trao đổi ý kiến và thảo luận với nhau. Điều này không chỉ giúp học viên tiếp thu kiến thức một cách hiệu quả mà còn tạo điều kiện cho họ áp dụng những kiến thức đã học vào thực tiễn công việc một cách linh hoạt và hiệu quả.

❖ **Đánh giá kết quả đào tạo:**

KIDO đã chọn lựa và sử dụng một loạt các phương pháp như kiểm tra, đánh giá năng lực và khảo sát để đánh giá mức độ tiếp thu kiến thức và kỹ năng của nhân viên. Qua việc sử dụng các phương pháp này, công ty có thể đánh giá được khả năng học hỏi, sự hiểu biết và áp dụng kiến thức của nhân viên trong công việc hàng ngày.

Cụ thể, việc kiểm tra và đánh giá năng lực giúp KIDO đánh giá kỹ lưỡng khả năng của nhân viên trong việc thực hiện các nhiệm vụ cụ thể. Các bài kiểm tra có thể bao gồm cả kiểm tra trực tuyến, bài kiểm tra năng lực và các cuộc phỏng vấn để đánh giá khả năng và kiến thức của nhân viên.

Ngoài ra, việc tiến hành các cuộc khảo sát cũng là một phương pháp quan trọng để thu thập thông tin phản hồi từ nhân viên về quá trình học tập và phát triển cá nhân. Điều này giúp KIDO hiểu rõ hơn về nhu cầu và mong muốn của nhân viên, từ đó thiết kế và cung cấp các chương trình đào tạo và phát triển phù hợp.

Tổng thể, việc sử dụng các phương pháp này giúp KIDO đánh giá và cải thiện quá trình tiếp thu kiến thức và kỹ năng của nhân viên, từ đó nâng cao hiệu suất làm việc và đạt được mục tiêu kinh doanh.

### 2.2.6 Tổng quỹ lương và đơn giá tiền lương

#### **Tổng quỹ lương kế hoạch**

Tổng quỹ lương là tổng chi phí về tiền lương phải trả cho tất cả những người trong doanh nghiệp. Quỹ lương của KIDO bao gồm:

- ❖ Tiền lương chính: Bao gồm lương cơ bản, các khoản phụ cấp, khoản thưởng thêm cho nhân viên (làm thêm giờ, tăng ca, ...), Bảo hiểm xã hội, y tế, thất nghiệp.
- ❖ Tiền lương phụ: Tiền lương phải trả cho người lao động trong thời gian nghỉ nhưng vẫn được hưởng theo chế độ, quy định: thời gian nghỉ phép, thời gian đi nghĩa vụ xã hội, hội họp, đào tạo, ...

Công thức tính tổng quỹ lương kế hoạch của KIDO:  $VKH = VCB + VPC + VBS + VTG$

Trong đó:

- ❖ VKH: Tổng quỹ lương chung của năm kế hoạch
- ❖ VCB: Quỹ lương cơ bản theo kế hoạch xây dựng đơn giá tiền lương
- ❖ VPC: Quỹ lương phụ cấp và các khoản đãi ngộ chưa được tính đến hoặc tính đến chưa đầy đủ khi xác định tiền lương như: phụ cấp xăng xe, đi lại, phụ cấp chức vụ, phụ cấp trách nhiệm, phụ cấp thâm niên, ...
- ❖ VBS: Quỹ lương bổ sung là các khoản tiền ngoài mức lương, lương phụ, có liên quan đến thực hiện công việc hoặc chức danh trong hợp đồng lao động, bao gồm: tiền thưởng, tiền ăn giữa ca, sinh nhật, ...
- ❖ VTG: Quỹ lương làm thêm giờ theo kế hoạch

#### **Đơn giá tiền lương**

Đơn giá tiền lương là số tiền lương tính trên một đơn vị lao động hoặc một đơn vị kết quả đầu ra (sản phẩm, doanh thu) của doanh nghiệp.

KIDO áp dụng đơn giá tiền lương cho công nhân viên như sau:

- ❖ Đơn giá tiền lương đối với nhân viên toàn thời gian: Đơn giá = Lương cơ bản/ tổng số ngày công tháng
- ❖ Đơn giá tiền lương với nhân viên bán thời gian: Đơn giá cho nhân viên bán thời gian làm việc theo giờ với mức lương là 20.000 đồng/ giờ làm việc.
- ❖ Ví dụ:

Nhân viên A là nhân viên toàn thời gian với mức lương cơ bản là 8 triệu đồng/tháng. Tổng số ngày công tháng của nhân viên A là 22 ngày.

==> Đơn giá tiền lương =  $8.000.000/22 = 363.636$  đồng/ngày

Nhân viên B là nhân viên bán thời gian làm việc theo giờ với mức lương là 20.000 đồng/giờ.

==> Đơn giá tiền lương = 20.000 đồng/giờ

Tổng quỹ lương và đơn giá tiền lương là hai yếu tố quan trọng trong việc quản lý tiền lương của doanh nghiệp. KIDO đã áp dụng các công thức và phương pháp tính toán cụ thể để đảm bảo tính hợp lý và hiệu quả trong việc sử dụng quỹ lương và trả lương cho nhân viên.

### 2.2.7 Trả lương cho các bộ phận và cá nhân

KIDO áp dụng phương thức trả lương cho nhân viên dựa trên kết hợp giữa lương cơ bản, phụ cấp và thưởng.

❖ Lương cơ bản:

Mức lương cơ bản được xác định dựa trên vị trí công việc, trình độ chuyên môn, kinh nghiệm làm việc và năng lực của nhân viên. KIDO áp dụng bảng lương cơ bản theo từng chức danh, vị trí cụ thể. Bảng lương cơ bản được cập nhật định kỳ để đảm bảo phù hợp với thị trường lao động và năng lực của công ty.

❖ Phụ cấp:

KIDO áp dụng nhiều loại phụ cấp cho nhân viên, bao gồm:

- Phụ cấp chức vụ: Phụ cấp cho các vị trí quản lý, lãnh đạo.
- Phụ cấp thâm niên: Phụ cấp cho nhân viên có thời gian làm việc lâu năm tại công ty.
- Phụ cấp trách nhiệm: Phụ cấp cho nhân viên đảm nhiệm các công việc có tính chất đặc thù, đòi hỏi trách nhiệm cao.
- Phụ cấp khu vực: Phụ cấp cho nhân viên làm việc tại khu vực có điều kiện sống khó khăn.
- Phụ cấp xăng xe, đi lại: Phụ cấp cho nhân viên sử dụng phương tiện cá nhân để đi công tác.
- Phụ cấp ăn trưa: Phụ cấp cho nhân viên ăn trưa tại công ty.
- Phụ cấp y tế: Phụ cấp cho nhân viên khám sức khỏe định kỳ.

Mức phụ cấp được xác định dựa trên loại phụ cấp và chức danh, vị trí của nhân viên.

❖ Thưởng:

KIDO áp dụng nhiều hình thức thưởng cho nhân viên, bao gồm:

- Thưởng tháng: Thưởng cho nhân viên hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao trong tháng.
- Thưởng quý: Thưởng cho nhân viên hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao trong quý.
- Thưởng năm: Thưởng cho nhân viên hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao trong năm.
- Thưởng đột xuất: Thưởng cho nhân viên có thành tích xuất sắc hoặc có đóng góp đặc biệt cho công ty.

Mức thưởng được xác định dựa trên kết quả công việc, năng lực và đóng góp của nhân viên.

❖ Ví dụ:

Nhân viên A là nhân viên văn phòng với mức lương cơ bản là 7 triệu đồng/tháng. Nhân viên A được hưởng các phụ cấp sau:

- Phụ cấp thâm niên: 10% lương cơ bản
- Phụ cấp ăn trưa: 100.000 đồng/ngày

- Phụ cấp xăng xe: 200.000 đồng/tháng
- Tổng mức lương của nhân viên A:

$$\begin{aligned} \Rightarrow \text{Tổng lương} &= \text{Lương cơ bản} + \text{Phụ cấp thâm niên} + \text{Phụ cấp ăn trưa} + \text{Phụ cấp xăng xe} \\ \text{Tổng lương} &= 7.000.000 + (7.000.000 \times 10\%) + (100.000 \times 22) + 200.000 \\ \text{Tổng lương} &= 8.360.000 \text{ đồng} \end{aligned}$$

Bảng 8. Bảng lương tổ 1 kinh doanh sản phẩm Tường An tháng 10/2023

Đơn vị tính: Đồng

Họ và tên	Chức vụ	Lương cơ bản	Phụ cấp	Thưởng	Phạt	Tạm ứng	Thực lĩnh
Nguyễn Văn Thanh	Trưởng phòng	15.000.000	3.000.000	2.000.000	-	5.000.000	15.000.000
Lê Thị Hồng Minh	Nhân viên	6.000.000	1.000.000	500.000	-	2.000.000	7.500.000
Trần Tuấn Nam	Nhân viên	5.000.000	800.000	300.000	-	1.500.000	6.600.000

Nguồn: Phòng nhân sự KIDO

Giải thích:

- Họ và tên: Tên đầy đủ của nhân viên.
- Chức vụ: Chức danh công việc của nhân viên.
- Lương cơ bản: Mức lương cơ bản được xác định dựa trên vị trí công việc, trình độ chuyên môn, kinh nghiệm làm việc và năng lực của nhân viên.
- Phụ cấp: Bao gồm các khoản phụ cấp như phụ cấp chức vụ, phụ cấp thâm niên, phụ cấp trách nhiệm, phụ cấp khu vực, phụ cấp xăng xe, đi lại, phụ cấp ăn trưa, phụ cấp y tế, ...
- Thưởng: Bao gồm thưởng tháng, thưởng quý, thưởng năm, thưởng đột xuất, ...
- Phạt: Các khoản phạt do vi phạm nội quy, quy định của công ty.
- Tạm ứng: Số tiền tạm ứng cho nhân viên trong tháng.
- Thực lĩnh: Số tiền lương thực tế mà nhân viên nhận được sau khi trừ các khoản tạm ứng, phạt (nếu có).

KIDO áp dụng phương thức trả lương dựa trên kết hợp giữa lương cơ bản, phụ cấp và thưởng nhằm đảm bảo tính công bằng, hiệu quả và thu hút nhân tài.

### 2.2.8 Nhận xét về công tác lao động và tiền lương của Công ty

Công tác lao động và tiền lương của KIDO được đánh giá là tốt và có nhiều điểm tích cực. Mức lương cơ bản tương đối cạnh tranh so với thị trường lao động hiện nay, được phân biệt theo vị trí công việc, trình độ chuyên môn, kinh nghiệm làm việc và năng lực của nhân viên. Công ty có nhiều phụ cấp cho nhân viên, bao gồm: phụ cấp chức vụ, phụ cấp thâm niên, phụ cấp trách nhiệm, phụ cấp khu vực, phụ cấp xăng xe, đi lại, phụ cấp ăn trưa, phụ cấp y tế, ... Ngoài ra, nhân viên còn có cơ hội nhận thưởng dựa trên kết quả công việc, năng lực và đóng góp.

KIDO chú trọng xây dựng môi trường làm việc chuyên nghiệp, an toàn và thân thiện. Công ty có nhiều chương trình đào tạo giúp nâng cao năng lực và kỹ năng cho nhân viên. KIDO quan tâm đến đời sống tinh thần của nhân viên bằng cách tổ chức các hoạt động văn hóa, thể thao, du lịch,...

Quan hệ lao động tại KIDO được đánh giá là tốt đẹp. Công ty có Công đoàn hoạt động hiệu quả, bảo vệ quyền lợi cho người lao động. Ban lãnh đạo công ty thường xuyên giao lưu, lắng nghe ý kiến của nhân viên.

Tuy nhiên, công ty cũng cần tiếp tục cải thiện để thu hút và giữ chân nhân tài, tạo môi trường làm việc ngày càng tốt hơn cho nhân viên. Mức lương cơ bản có thể cao hơn nữa để thu hút và giữ chân nhân tài. Mức phụ cấp có thể phân biệt theo khu vực để phù hợp với chi phí sinh hoạt. Công ty cần tăng cường các hoạt động phúc lợi cho nhân viên như: nhà ở, bảo hiểm,...

Nhìn chung, KIDO là một công ty có môi trường làm việc tốt và chính sách đãi ngộ hấp dẫn cho nhân viên.

## **2.3 Phân tích công tác quản lý vật tư và tài sản cố định**

### **2.3.1 Tình hình sử dụng: Nhập, xuất, tồn kho**

*Tình hình nhập kho:*

Sản phẩm của KIDO phần lớn được nhập từ các đối tác nước ngoài. Hai bên hợp tác, ký kết hợp đồng giao dịch. Phòng kinh doanh lập kế hoạch yêu cầu nguồn hàng, gửi cho ban giám đốc phê duyệt. Sau khi kế hoạch được phê duyệt, ban giám đốc liên hệ với đối tác để thu mua hàng về kho. Thủ kho lập phiếu nhập kho. KIDO sử dụng mô hình điểm đặt hàng để kiểm soát lượng hàng tồn kho hiệu quả.

*Tình hình xuất kho:*

Yêu cầu nguồn hàng từ các địa điểm giao dịch được xác nhận bởi nhân viên kho. Thủ kho lập phiếu xuất kho, ký nhận và chuyển cho kế toán trưởng. Nhân viên kho tiến hành xuất kho hàng hóa theo đúng yêu cầu.

*Tồn kho:*

Hàng tồn kho được xác định bằng phương pháp nhập trước - xuất trước. Hàng hóa nhập về nhưng chưa tiêu thụ hết trong năm sẽ được lưu trữ trong kho và dừng nhập thêm cho đến khi được tiêu thụ và có kế hoạch đặt hàng mới từ phòng kinh doanh.

KIDO có quy trình quản lý kho hàng tương đối bài bản, tuy nhiên vẫn còn một số điểm cần cải thiện để tối ưu hóa hiệu quả hoạt động. Tuy nhiên để nâng cao hiệu quả quản lý kho hàng, KIDO nên có một số giải pháp như: Áp dụng công nghệ vào quản lý kho hàng, thuê



kho bãi ngoài để giảm thiểu chi phí lưu kho, tăng cường hợp tác với các đối tác trong nước, phân tích nhu cầu thị trường chính xác để dự báo lượng hàng tồn kho phù hợp.

### 2.3.2 Tình hình dự trữ, bảo quản và cấp phát

Hàng hóa sau khi nhập kho được kiểm tra kỹ lưỡng về số lượng, chủng loại và chất lượng. Hệ thống kho bãi được phân chia theo nhóm sản phẩm, đảm bảo phù hợp với yêu cầu bảo quản của từng loại. KIDO có kho bảo quản riêng cho các sản phẩm yêu cầu môi trường tiết trùng, đảm bảo an toàn và chất lượng sản phẩm. Hệ thống phòng cháy chữa cháy, lối thoát hiểm, bình cứu hỏa, báo cháy, lối thông gió được trang bị đầy đủ, đảm bảo an toàn cho kho hàng.

Việc cấp phát hàng hóa được thực hiện dựa trên yêu cầu của bộ phận kinh doanh và đơn đặt hàng của khách hàng. Hệ thống ghi chép, xuất trình phiếu xuất kho đầy đủ, đảm bảo tính chính xác và minh bạch. Trong trường hợp hàng hóa trong kho hết, KIDO có quy trình báo cáo và thông báo rõ ràng cho các bộ phận liên quan.

Tuy nhiên, KIDO đang cố gắng nâng cao hiệu quả hoạt động bằng cách:

- Áp dụng công nghệ vào quản lý kho hàng để nâng cao hiệu quả và chính xác.
- Tối ưu hóa việc sắp xếp, bố trí kho hàng để tiết kiệm diện tích và chi phí.
- Nâng cao trình độ chuyên môn của nhân viên kho hàng.
- Thường xuyên kiểm tra, bảo dưỡng hệ thống phòng cháy chữa cháy và các thiết bị an toàn khác.

Nhìn chung, KIDO đã làm tốt công tác dự trữ, bảo quản và cấp phát hàng hóa. Tuy nhiên, công ty cần tiếp tục cải thiện để nâng cao hiệu quả hoạt động và đảm bảo an toàn cho kho hàng.

### 2.3.3 Cơ cấu và tình hình hao mòn của tài sản cố định

Tài sản cố định của KIDO được chia thành tài sản cố định hữu hình và tài sản cố định vô hình bao gồm:

Bảng 9. Phân loại TSCĐ và thời gian khấu hao

Phân loại tài sản cố định	Danh mục	Thời gian khấu hao (năm)
Tài sản cố định hữu hình	Nhà cửa và vật kiến trúc	3-50
	Máy móc thiết bị	5-25
	Phương tiện vận tải	6-10
	Thiết bị văn phòng	3-5
Tài sản cố định vô hình	Thương hiệu	10-20
	Quyền sử dụng đất	10-46
	Phần mềm máy tính	3-12
	Mối quan hệ với khách hàng	16-20
	Lợi thế quyền thuê đất	8-32

Nguồn: Phòng Tài chính - kế toán KIDO

Khấu hao TSCĐ được tính theo phương pháp khấu hao đều dựa trên giá trị thực và thời gian sử dụng ước tính của tài sản. Khung thời gian trích khấu hao của công ty hoàn toàn phù hợp với quy định ban hành theo Thông tư số 45/2013/TT-BTC của Bộ Tài chính.

Giá trị TSCĐ được xác định theo công thức:

$$\text{Giá trị TSCĐ} = \text{Nguyên giá} - \text{giá trị hao mòn lũy kế}$$

Tỷ lệ hao mòn TSCĐ được tính:

$$\text{Tỷ lệ hao mòn} = \text{Giá trị hao mòn lũy kế} / \text{Nguyên giá} (\%)$$

#### ❖ TSCĐ hữu hình:

Bảng 10. Tình hình hao mòn TSCĐ hữu hình của KIDO

TSCĐ hữu hình	Năm 2021	Năm 2022	So sánh (+/-)	Tỷ lệ (%)
Nguyên giá	2.298.990.718.719	2.579.537.008.222	280.546.289.503	12.21%
Giá trị hao mòn lũy kế	1.552.921.037.997	1.650.243.849.621	97.322.811.624	6.27%
Giá trị còn lại TSCĐ	746.069.680.722	929.293.158.601	183.223.477.879	24.55%
Tỷ lệ hao mòn (%)	67,60%	63,91%		

Năm 2022. KIDO đã chi ngân sách để mua mới TSCĐ là nhà cửa và máy móc, thiết bị, do đó nguyên giá TSCĐ tăng từ năm 2021 đến năm 2022, cụ thể tăng 280.546.289.503, tương đương với tỷ lệ tăng là 12.21%.

Tỷ lệ hao mòn giảm từ 67.60% xuống còn 63.91% giữa năm 2021 và năm 2022, cho thấy sự cải thiện trong việc quản lý và bảo dưỡng TSCĐ. ó thể thấy rằng trong năm 2022, có sự cải thiện đáng kể trong việc quản lý và duy trì giá trị của TSCĐ so với năm 2021.

#### ❖ TSCĐ vô hình:

Bảng 11. Tình hình hao mòn TSCĐ vô hình của KIDO

TSCĐ hữu hình	Năm 2021	Năm 2022	So sánh (+/-)	Tỷ lệ (%)
Nguyên giá	2.338.525.283.215.	2.346.871.714.035	8.346.430.820	0.36%
Giá trị hao mòn lũy kế	543.763.839.189	648.210.382.959	104.446.543.770	19.21%
Giá trị còn lại TSCĐ	1.794.761.444.026	1.698.661.331.076	1.698.661.331.076	5.35%
Tỷ lệ hao mòn (%)	23.24%	27.58%		

Tổng giá trị hao mòn lũy kế tăng lên đáng kể từ năm 2021 đến năm 2022, điều này có thể cho thấy rằng công ty có thể đang sử dụng hoặc mất mát TSCĐ vô hình một cách nhanh chóng hơn. Tỷ lệ hao mòn (%) cũng tăng lên đáng kể từ năm 2021 đến năm 2022, cho thấy rằng tỷ lệ hao mòn đối với TSCĐ vô hình đã tăng lên.

Có thể thấy rằng tình hình hao mòn TSCĐ vô hình của công ty KIDO đang có những biến động đáng kể và cần được theo dõi và đánh giá cẩn thận.

### 2.3.4 Nhận xét về công tác quản lý vật tư và tài sản cố định

*Công tác quản lý vật tư:* KIDO đã thể hiện sự chuyên nghiệp và hiệu quả trong công tác quản lý vật tư. Điều này phản ánh qua việc tổ chức lưu trữ vật tư một cách gọn gàng, tiện lợi, giúp dễ dàng kiểm tra và sử dụng. Hơn nữa, việc quản lý tồn kho của KIDO cũng được thực hiện một cách chặt chẽ, giúp giảm thiểu tình trạng tồn kho dư thừa hoặc thiếu hụt, từ đó tối ưu hóa chi phí vật tư mà vẫn đảm bảo chất lượng sản phẩm.

*Công tác quản lý tài sản cố định:* Trong lĩnh vực này, KIDO cũng thể hiện sự chuyên nghiệp và quản lý hiệu quả. Việc thiết lập kế hoạch bảo dưỡng và bảo trì định kỳ cho tài sản cố định giúp đảm bảo tài sản hoạt động ổn định và kéo dài tuổi thọ. Đồng thời, hệ thống định giá và theo dõi tài sản cố định của KIDO cũng được thực hiện một cách chặt chẽ, giúp công ty nắm bắt được giá trị thực của tài sản và đưa ra quyết định phù hợp.

Nhìn chung, công tác quản lý vật tư và tài sản cố định của KIDO đã được thực hiện một cách chuyên nghiệp và hiệu quả. Điều này góp phần quan trọng vào sự phát triển bền vững của công ty trong ngành công nghiệp thực phẩm và đồ ăn nhanh. Tuy nhiên, để duy trì và cải thiện được sự hiệu quả này, KIDO cần tiếp tục đầu tư vào công tác quản lý và theo dõi định kỳ, cũng như liên tục nâng cao năng lực quản lý của nhân viên để đối mặt với những thách thức trong môi trường kinh doanh ngày càng cạnh tranh.

## **2.4 Phân tích chi phí và giá thành**

### **2.4.1 Phân loại chi phí**

### **2.4.2 Phương pháp tập hợp chi phí và tình hình giá thành thực tế**

#### *Phương pháp tập hợp chi phí*

Phương pháp tập hợp chi phí theo đối tượng chịu chi phí bao gồm chi phí trực tiếp (liên quan trực tiếp đến sản phẩm: như giá mua), chi phí gián tiếp (được phân bổ theo phương thức: loại hàng hoá nào có giá trị lớn thì được phân bổ chi phí nhiều)

#### *Tình hình giá thành thực tế*

Giá thành thực tế tổng sản lượng được thống kê cho toàn bộ sản lượng và chi phí gián tiếp thực tế phát sinh trong kỳ - đây là những chi phí chung, liên quan đến nhiều đối tượng chịu chi phí khác nhau bao gồm như tiền thuế, dịch vụ vận tải, bến bãi, ...

Riêng về hàng tồn kho, KIDO áp dụng phương pháp kê khai thường xuyên để hạch toán hàng tồn kho với giá trị được xác định như sau:

- Nguyên vật liệu, hàng hóa: Chi phí mua theo phương pháp bình quân gia quyền.
- Chi phí sản xuất kinh doanh dở dang và thành phẩm: Giá vốn nguyên vật liệu và lao động trực tiếp cộng chi phí chi phí sản xuất chung có liên quan được phân bổ dựa trên mức độ hoạt động bình thường.