

PHÂN TÍCH HOẠT ĐỘNG LÊN KẾ HOẠCH & TÌM NGUỒN CHO CÀ PHÊ TRUNG NGUYÊN

Môn học: Nhập môn Quản trị chuỗi cung ứng

Lớp: EC214.M11

Giảng viên: ThS. Nguyễn Minh Hằng



DANH SÁCH THÀNH VIÊN

**Nguyễn Thị
Thu Thảo**



MSSV: 18521421

Lớp: HTTT2018

*Nữ nhóm trưởng đầy
khả ái và ngây ngất
lòng người*



**Đỗ Thị
N Như Quỳnh**



MSSV: 18520345

Lớp: HTTT2018

*Nữ thành viên số 1
chơi hệ tâm linh của
nhóm*



**Huỳnh Long
Thành Đạt**



MSSV: 18520567

Lớp: HTTT2018

*Nam thành viên số 1
nhìn thấu tâm can
của nữ nhóm trưởng*



**Phan
Thanh Hải**



MSSV: 18520705

Lớp: KHMT2018

*Nam thành viên số 2
có nghịệt duyên với
nữ nhóm trưởng*



**Nguyễn Thị
Thúy Quỳnh**



MSSV: 18521327

Lớp: HTTT2018

*Nữ thành viên số 2
an tĩnh nhất nhóm*



NỘI DUNG CHÍNH

1

Giới thiệu chủ đề

Lí do chọn đề tài và giới thiệu sơ lược về doanh nghiệp

2

Lập kế hoạch

Những việc cần thiết để lập kế hoạch cho các hoạt động

3

Tìm nguồn

Các hoạt động để có nguồn vào tạo ra sản phẩm/dịch vụ

GIỚI THIỆU CHỦ ĐỀ



Lí do chọn đề tài

Định mệnh dẫn lối nhóm chọn đề tài?



Giới thiệu về doanh nghiệp

Sơ lược về cà phê Trung Nguyên



LÍ DO CHỌN ĐỀ TÀI

- Cà phê – thức uống phổ biến trên thế giới. Nhu cầu người tiêu dùng ngày càng đa dạng.
- Việt Nam – sức tiêu thụ tiềm năng & nhu cầu tăng lên + Nền văn hóa thưởng thức riêng.
- Doanh nghiệp kinh doanh cạnh tranh mạnh mẽ: Vinacafé Biên Hòa, Trung Nguyên, Netslé, chuỗi cửa hàng cà phê cao cấp của nước ngoài,...
- Trung Nguyên gia nhập thị trường sau nhưng thành công nổi bật, khả năng cạnh tranh lớn, trong đó có hoạt động chuỗi cung ứng.



GIỚI THIỆU DOANH NGHIỆP



- Thương hiệu hàng đầu Việt Nam về lĩnh vực sản xuất, chế biến & kinh doanh cà phê đa dạng về hình thức phân phối, bán lẻ, nhượng quyền thương hiệu.
- Ra đời vào năm 1996, do Đặng Lê Nguyên Vũ thành lập tại Buôn Ma Thuột.
- Các sản phẩm có mặt ở hơn 60 quốc gia và vùng lãnh thổ, với các mặt hàng bán lẻ cà phê đa dạng phù hợp với từng đối tượng khách hàng với mức thu nhập khác nhau.
- Tầm nhìn.
- Sứ mệnh.





LẬP KẾ HOẠCH

*Những việc cần thiết
để lập kế hoạch cho
các hoạt động*



**Dự báo nhu cầu
& lên kế hoạch**



Định giá sản phẩm



Quản lý hàng tồn kho

DỰ BÁO NHU CẦU & LÊN KẾ HOẠCH

1. Dự báo

Tự mình đầu tư và quản lý trực tiếp các nông trại cà phê



Nguyên vật liệu khác: chọn 1-2 nhà cung ứng



Thời gian đặt hàng:

Cà phê: trước 3 tháng & số lượng cho 1 năm

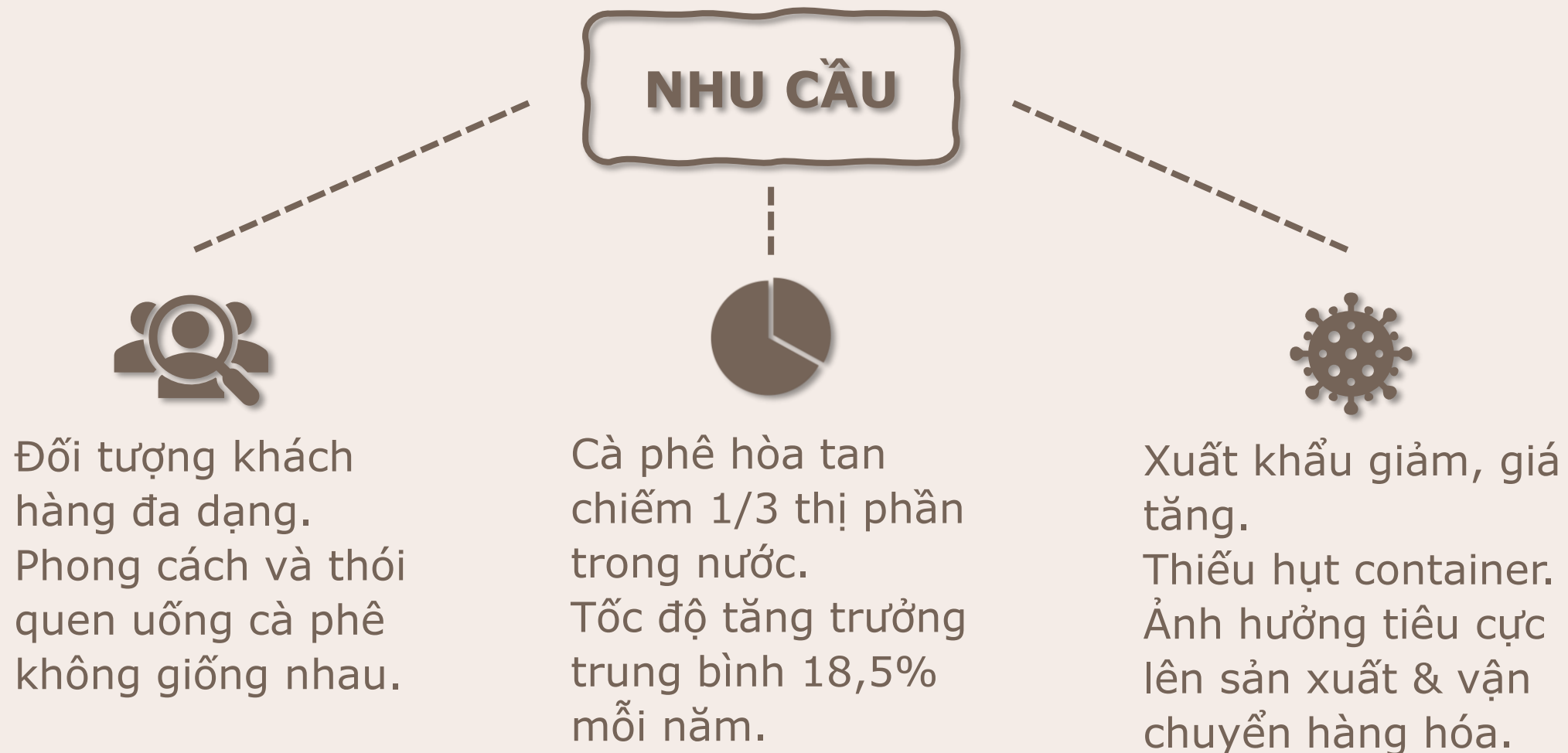
Nguyên vật liệu: trước 1.5-2 tháng cho 2-3 tháng



**NGUỒN
CUNG**

DỰ BÁO NHU CẦU & LÊN KẾ HOẠCH

1. Dự báo



DỰ BÁO NHU CẦU & LÊN KẾ HOẠCH

1. Dự báo



DỰ BÁO NHU CẦU & LÊN KẾ HOẠCH

1. Dự báo

Cạnh tranh với các thương hiệu cà phê trong nước



Nescafé 35.0%



Vinacafe 20.3%



G7 18.7%

Cạnh tranh từ chuỗi cửa hàng



THE
COFFEE
HOUSE



**MÔI
TRƯỜNG
CẠNH
TRANH**

Cạnh tranh trên thị trường quốc tế



DỰ BÁO NHU CẦU & LÊN KẾ HOẠCH

2. Lên kế hoạch



Kế hoạch chiến lược cung ứng

Tập trung chủ yếu ở 3 tỉnh Tây Nguyên.
Xây dựng quỹ hỗ trợ nông dân.
Chọn lọc công nghệ, máy móc, thiết bị.



Kế hoạch sản xuất và lưu kho

Nhà máy chế biến cà phê rang xay tại Buôn Ma Thuột.
Dựa vào đơn đặt hàng.



Kế hoạch nguồn nhân lực

Nhân viên trẻ, năng động, tâm huyết và sáng tạo.
Có 2000 nhân viên.
Đội ngũ quản lý trẻ, được đào tạo bài bản.



Kế hoạch kinh doanh

Đầu tư dài hạn cho nguồn cung ứng.
Người dùng là tâm.
Quan hệ chiến lược.
Hiệu quả là nền tảng.
Xây dựng cộng đồng.

ĐỊNH GIÁ SẢN PHẨM

Giá cà phê Trung Nguyên
có tính cạnh tranh cao và
nhiều phân loại

Nhà máy, thiết bị cơ cấu
nhanh, sản xuất nhanh
với số lượng nhiều

Các chương trình khuyến
mãi phù hợp

Chiến lược Marketing –
Mix thông qua nhãn hiệu
G7 của Trung Nguyên



QUẢN LÝ HÀNG TỒN KHO



Giảm chi phí

><

**Mức phục vụ
theo yêu cầu
của khách?**

- Hàng tồn kho cả phê được đóng thùng & lưu trữ tại kho hàng.
- Chỉ xuất hàng khi nhận thanh toán từ nhà phân phối. Riêng hệ thống siêu thị được lấy hàng trước & thanh toán trễ 45 – 60 ngày.
- Nhu cầu thường xuyên, liên tục, mức độ tiêu thụ tăng???
- Thời điểm trái mùa thu hoạch???
- Hàng tồn kho theo chu kỳ & theo mùa không đáp ứng nhu cầu???



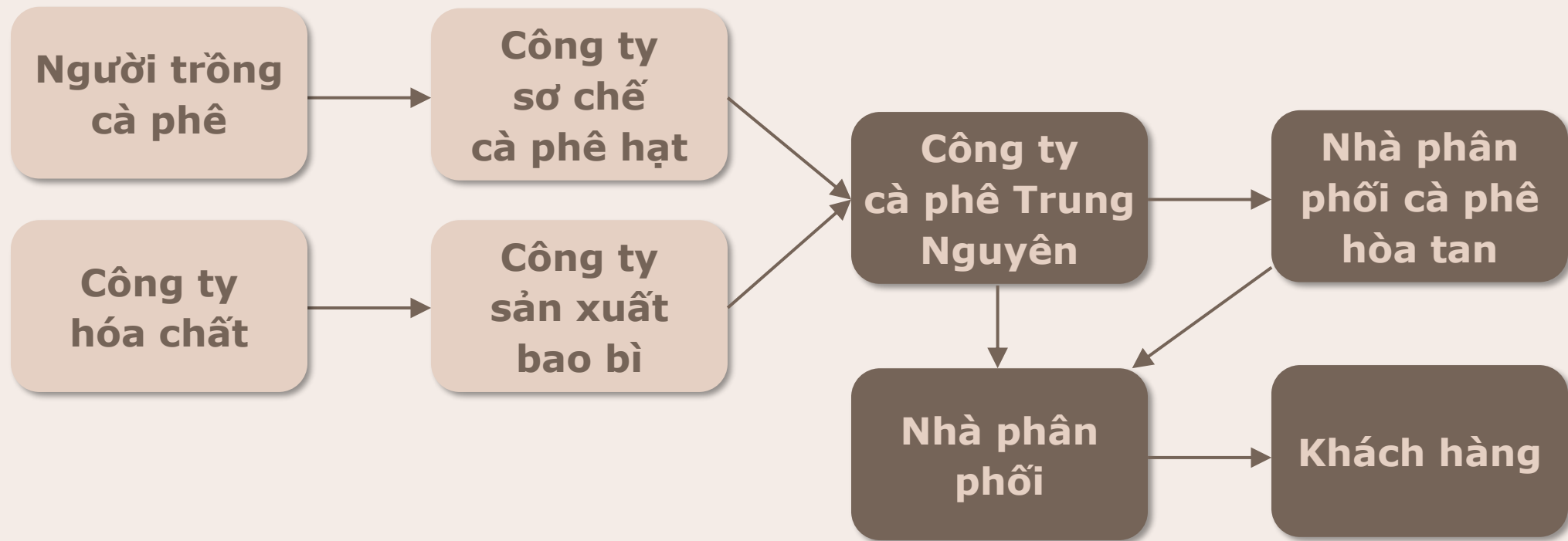
TÌM NGUỒN

- Mua sắm
- Tín dụng & thu nợ

MUA SẴM

1. Mua hàng

- Nguyên vật liệu trực tiếp.



- Dịch vụ MRO.

MUA SẴM



2. Quản lý tiêu thụ

- Sẽ mua loại sản phẩm nào & số lượng bao nhiêu.
- Mức tiêu dùng dự tính nên được đặt ra & sau đó định kỳ so sánh với mức tiêu dùng thực tế:
 - Lớn hơn mức dự báo ban đầu.
 - Nhỏ hơn mức dự báo ban đầu.
- Dòng thông tin của Trung Nguyên từ cả 2 bên mua và bán?

MUA SẴM

3. Lựa chọn nhà cung cấp



MUA SẴM



4. Đàm phán hợp đồng

- Dựa trên danh sách được lựa chọn: sản phẩm, giá cả, mức phục vụ...
- Thiết lập cho mình năng lực chung.
- Đảm bảo mua hàng hiệu quả.
- Tất cả yêu cầu phải có thương lượng về sản phẩm & giá cả.
- Mục tiêu thương lượng phải cụ thể & có điều khoản ràng buộc.

MUA SẴM

5. Quản lý hợp đồng

- Phải được đo lường và quản lý.
- Một nhà cung cấp có thể là nguồn duy nhất cung cấp sản phẩm mà công ty cần. Nếu nhà cung cấp này không đáp ứng những nguyên tắc trong hợp đồng thì sẽ gây thiệt hại nặng nề cho công ty.
- Công ty cần đánh giá hiệu quả nhà cung cấp & kiểm soát mức đáp ứng dịch vụ cung ứng.
- Nhân viên trong công ty phải thường xuyên thu thập dữ liệu về tính hiệu quả của nhà cung cấp.



TÍN DỤNG & THU NỢ

Đối với khách hàng là nhà phân phối, bán lẻ, chuỗi cửa hàng nhượng quyền

- Chính sách chiết khấu giá nhất quán.
- Các điều khoản: thời hạn thu nợ, chính sách quy định đổi trả, % thanh toán, điều khoản bồi thường.
- Có chế độ khen thưởng, tặng chiết khấu, phần quà.
- Tiến hành kiểm tra, xem xét, đánh giá hiệu quả phân phối thông qua doanh số bán hàng.



Đối với khách hàng là cá nhân, tổ chức mua với số lượng lớn

- Nhận được mức giá chiết khấu của công ty & ưu đãi khác cho khách hàng lâu dài.
- Hợp đồng sẽ được làm ngay khi khách hàng chấp nhận mua hàng bao gồm các điều khoản về thời gian giao hàng, kỳ hạn thanh toán nợ, chính sách đổi trả hàng, hình thức thanh toán.



Hỏi gì thì hỏi nhóm tui đi nè~
Thuyết trình căng thẳng lém,
đừng hỏi khó nha~

HỎI



[facebook.com/profile.php?
id=100013966660300](https://facebook.com/profile.php?id=100013966660300)



18521421@gm.uit.edu.vn

