

# TIÊU LUẬN LOGISTICS

**PHÂN TÍCH KẾ HOẠCH THU MUA SÀU RIÊNG XUẤT KHẨU  
SANG THỊ TRƯỜNG TRUNG QUỐC**

ADMIN

# MỤC LỤC

|                                                                                          |           |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>MỞ ĐẦU.....</b>                                                                       | <b>1</b>  |
| <b>CHƯƠNG 1: PHÂN TÍCH THỊ TRƯỜNG SÀU RIÊNG TRUNG QUỐC.....</b>                          | <b>2</b>  |
| 1.1.    Tổng quan về thị trường.....                                                     | 2         |
| 1.2.    Cơ hội và thách thức của việc xuất khẩu sàu riêng vào thị trường Trung Quốc..... | 3         |
| 1.3.    Các lưu ý cơ bản về việc xuất khẩu sàu riêng vào thị trường Trung Quốc.....      | 4         |
| <b>CHƯƠNG 2: THU MUA SÀU RIÊNG.....</b>                                                  | <b>6</b>  |
| 3.1.    Sơ đồ quy trình thu mua.....                                                     | 6         |
| 3.2.    Quy trình chiến lược mua hàng.....                                               | 7         |
| 3.3.    Mô hình kraljic.....                                                             | 11        |
| 3.4.    Áp dụng mô hình quản lý tồn kho (EOQ).....                                       | 12        |
| <b>CHƯƠNG 3: KẾ HOẠCH THU MUA SÀU RIÊNG VÀ XUẤT KHẨU SANG THỊ TRƯỜNG TRUNG QUỐC.....</b> | <b>14</b> |
| 3.1.    Xác định nguồn cung và địa điểm thu mua sàu riêng.....                           | 14        |
| 3.2.    Phương pháp vận chuyển và lưu trữ.....                                           | 14        |
| 3.3.    Chiến lược tiếp thị và bán hàng.....                                             | 15        |
| 3.4.    Đánh giá hiệu quả và rủi ro.....                                                 | 16        |
| <b>KẾT LUẬN.....</b>                                                                     | <b>18</b> |
| <b>LINK THAM KHẢO.....</b>                                                               | <b>20</b> |

## **MỞ ĐẦU**

Ngành logistic đóng vai trò không thể phủ nhận trong việc đảm bảo sự liên kết mạch lạc và hiệu quả giữa các bước của chuỗi cung ứng sản phẩm nông sản, từ quá trình sản xuất đến khi đến tay người tiêu dùng. Trong ngữ cảnh sản phẩm nông nghiệp như sầu riêng, một trong những yếu tố chính quyết định sự thành công của việc tiếp cận thị trường và tạo ra giá trị gia tăng là khả năng vận chuyển và tiếp thị sản phẩm đến người tiêu dùng cuối cùng một cách nhanh chóng và an toàn. Ngành logistic giúp tối ưu hóa quá trình vận chuyển bằng cách lựa chọn các phương tiện vận chuyển phù hợp nhất, quản lý kho bãi hiệu quả để đảm bảo sản phẩm được lưu trữ và vận chuyển với điều kiện tốt nhất. Đồng thời, các dịch vụ logistic cung cấp giúp tăng cường tiếp cận thị trường, tạo ra cơ hội tiếp thị và bán hàng hiệu quả hơn cho sản phẩm nông sản như sầu riêng.

Mục tiêu chính của kế hoạch thu mua sầu riêng và xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc là mở rộng thị trường tiêu thụ cho sản phẩm sầu riêng, tạo ra cơ hội kinh doanh mới và tăng thu nhập cho các nông dân và doanh nghiệp trong ngành nông nghiệp. Việc xuất khẩu sầu riêng sang Trung Quốc không chỉ mang lại lợi ích kinh tế mà còn giúp tăng cường vị thế của sản phẩm nông nghiệp Việt Nam trên thị trường quốc tế. Đồng thời, kế hoạch này còn đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển ngành logistic ở Việt Nam, tạo ra cơ hội việc làm và phát triển kinh tế cho các doanh nghiệp trong ngành logistic. Ngoài ra, việc thúc đẩy xuất khẩu sầu riêng cũng có ý nghĩa quan trọng trong việc thúc đẩy quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Trung Quốc, góp phần vào việc củng cố và phát triển mối quan hệ hợp tác song phương giữa hai nước.

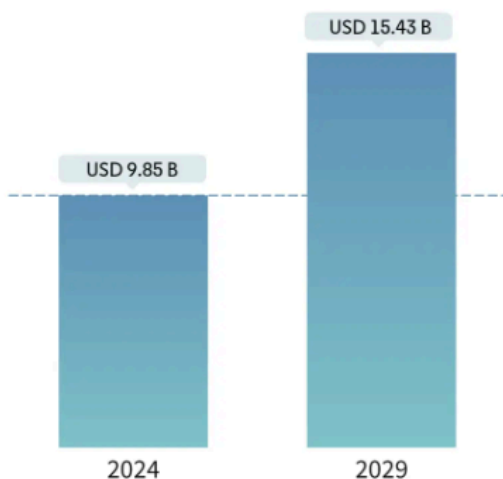
## CHƯƠNG 1: PHÂN TÍCH THỊ TRƯỜNG SÂU RIÊNG TRUNG QUỐC

### I.1. Tổng quan về thị trường

Thị trường sầu riêng tươi tại Thế giới dự kiến đạt 9 tỷ USD vào năm 2023 và tăng trưởng với tốc độ CAGR là 9.40%, đạt 14.10 tỷ USD vào năm 2028. Châu Á-Thái Bình Dương chiếm thị phần lớn nhất trên thị trường sầu riêng tươi, với Thái Lan đóng góp phần lớn thị phần. Châu Á-Thái Bình Dương cũng là khu vực phát triển nhanh nhất đối với sầu riêng tươi do sự phổ biến ngày càng tăng của giống Mon Thong ở Trung Quốc với sự mở rộng trong việc cung cấp giống Mustang của Malaysia tại các cửa hàng chuyên dụng và chợ đường phố.

**Bảng 2.1: Quy mô thị trường sầu riêng**

**Fresh Durian Market**  
Market Size in USD Billion  
CAGR 9.40%



Source : Mordor Intelligence



|                                   |                          |
|-----------------------------------|--------------------------|
| Giai Đoạn Nghiên Cứu              | 2017 - 2027              |
| Quy Mô Thị Trường (2023)          | USD 9 tỷ USD             |
| Quy Mô Thị Trường (2028)          | USD 14.10 tỷ USD         |
| CAGR(2023 - 2028)                 | 9.40 %                   |
| Thị Trường Tăng Trưởng Nhanh Nhất | Châu Á - Thái Bình Dương |
| Thị Trường Lớn Nhất               | Châu Á - Thái Bình Dương |

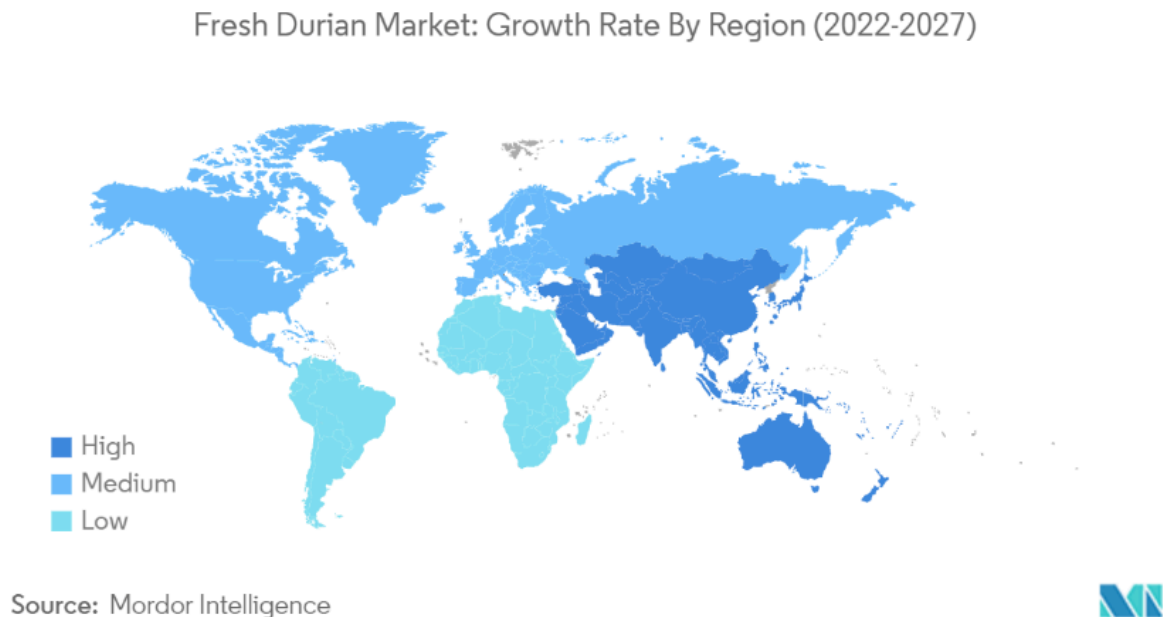
(Nguồn: <https://www.mordorintelligence.com/vi/industry-reports/fresh-durian-market>)

Mặc dù Trung Quốc chắc chắn là người tiêu dùng sầu riêng chiếm ưu thế, nhưng nhận thức ngày càng tăng về lợi ích sức khỏe của trái cây, nhu cầu về trái cây cũng đang phát sinh từ các nước châu Âu, Ả Rập và Mỹ khác. Hơn nữa, sản phẩm đã trở nên phổ biến trong ngành công nghiệp thực phẩm như một chất tạo hương liệu. Người tiêu

dùng gần đây sẵn sàng thử nghiệm các loại thực phẩm khác nhau với việc bao gồm các sản phẩm có hương vị kỳ lạ. Tất cả những yếu tố này được dự đoán sẽ thúc đẩy nhu cầu về sầu riêng đáng kể trong giai đoạn dự báo.

Sầu riêng tươi Việt Nam đang chiếm ưu thế trong thị trường xuất khẩu trái cây, đặc biệt là tới Trung Quốc. Giá trị xuất khẩu của sầu riêng tươi Việt Nam đạt 56.9 triệu USD, tăng trưởng 290.8% so với cùng kỳ năm 2022 và chiếm tới 83% tổng trị giá xuất khẩu trái cây. Trung Quốc là thị trường xuất khẩu sầu riêng hàng đầu của Việt Nam. Trong 6 tháng đầu năm, xuất khẩu sầu riêng đạt 84.38 triệu USD, tăng 90.2% so với cùng kỳ năm ngoái. Trong đó, xuất khẩu sang Trung Quốc đạt 2.86 triệu USD, tăng 123%. Như vậy, thị trường sầu riêng tại Trung Quốc đang có tiềm năng phát triển mạnh mẽ, và sầu riêng Việt Nam đang là một trong những nguồn cung cấp quan trọng cho thị trường này.

***Bảng 2.2: Tốc độ tăng trưởng thị trường sầu riêng theo khu vực***



(Nguồn: <https://www.mordorintelligence.com/vi/industry-reports/fresh-durian-market>)

## **I.2. Cơ hội và thách thức của việc xuất khẩu sầu riêng vào thị trường Trung Quốc**

Việc xuất khẩu sầu riêng sang thị trường Trung Quốc mang lại nhiều cơ hội hấp dẫn. Trước hết, Trung Quốc chiếm 95% lượng tiêu thụ sầu riêng toàn cầu, là thị trường xuất khẩu sầu riêng hàng đầu của Việt Nam. Dự báo cho năm 2024, nếu Trung Quốc đồng ý nhập khẩu chính ngạch sầu riêng đông lạnh, giá trị xuất khẩu của sầu riêng Việt Nam có thể tăng mạnh hơn.

Sản lượng sầu riêng xuất khẩu từ Việt Nam sang Trung Quốc cũng đang tăng đáng kể. Việc ký kết nghị định thư xuất khẩu sầu riêng mở ra cơ hội phát triển ngành hàng sầu riêng Việt Nam theo hướng hiện đại, chất lượng, an toàn và bền vững.

Ngoài ra, việc xây dựng thương hiệu sầu riêng Việt Nam cũng rất quan trọng để tạo niềm tin và ổn định cho người tiêu dùng Trung Quốc. Tất cả những yếu tố này đều đang ảnh hưởng tích cực đến sự phát triển của thị trường sầu riêng tại Trung Quốc, khi người dân có xu hướng tiêu thụ nhiều loại trái cây, bao gồm cả sầu riêng.

Xuất khẩu sầu riêng vào thị trường Trung Quốc mang lại cơ hội lớn nhưng cũng đồng thời đối mặt với nhiều thách thức. Trước hết, quy định nhập khẩu và thuế tại Trung Quốc đòi hỏi sự chuẩn bị cẩn thận. Hàng hóa nhập khẩu phải chịu thuế giá trị gia tăng (VAT) với mức thuế khác nhau, 13% cho mặt hàng nông nghiệp và tiện ích và 17% cho các loại hàng hóa khác. Thêm vào đó, thủ tục hải quan cũng có thể gây ra các rủi ro về thuế nhập khẩu, tùy thuộc vào loại hàng hóa và giá trị.

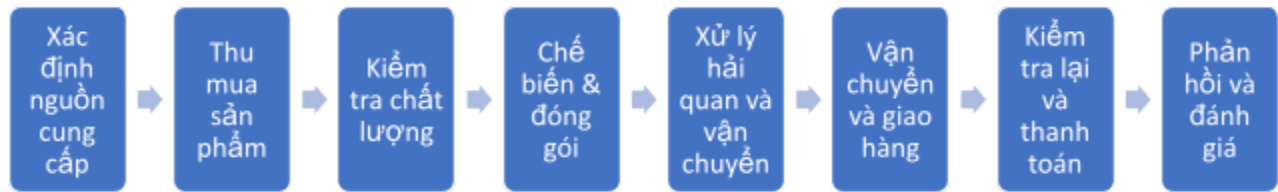
Ngoài ra, việc cạnh tranh từ các quốc gia khác cũng là một thách thức đáng kể. Giá nhập khẩu sầu riêng từ Thái Lan và Malaysia đang tăng, đòi hỏi Việt Nam phải duy trì giá cả cạnh tranh để giữ vững thị phần trên thị trường Trung Quốc. Đồng thời, đảm bảo chất lượng và đóng gói sản phẩm cũng là yếu tố quan trọng để tránh hư hỏng trong quá trình vận chuyển và bảo quản. Việc xây dựng thương hiệu sầu riêng Việt Nam cũng là một thách thức, đòi hỏi sự đầu tư và công sức để tạo niềm tin và ổn định trong lòng người tiêu dùng Trung Quốc.

### **I.3. Các lưu ý cơ bản về việc xuất khẩu sầu riêng vào thị trường Trung Quốc**

Việc xuất khẩu sầu riêng sang thị trường Trung Quốc đòi hỏi tuân thủ nghiêm ngặt các tiêu chuẩn và quy định về vệ sinh an toàn thực phẩm và kiểm dịch thực vật. Quả sầu riêng phải đảm bảo không nhiễm các đối tượng kiểm dịch thực vật và đáp ứng các yêu cầu khác của thị trường Trung Quốc. Đặc biệt, các vùng trồng sầu riêng phải duy trì hồ sơ giám sát và kiểm soát sinh vật dịch hại, xây dựng hệ thống quản lý chất lượng và truy xuất nguồn gốc, áp dụng thực hành nông nghiệp tốt (GAP) để đảm bảo chất lượng sản phẩm. Đối với thủ tục kiểm dịch thực vật, các doanh nghiệp và nhà vườn cần lưu giữ hồ sơ giám sát và kiểm soát sinh vật dịch hại, xây dựng hệ thống quản lý chất lượng và truy xuất nguồn gốc, áp dụng thực hành nông nghiệp tốt và đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm. Tính đến thời điểm tháng 10-2022, giá trị xuất khẩu sầu riêng sang Trung Quốc đã đạt 50 triệu USD, tăng lên đáng kể lên đến 4.000% so với cùng kỳ năm 2021. Trong tháng 5-2023, giá trị xuất khẩu sầu riêng tiếp tục tăng mạnh, đạt 319,8 triệu USD, tăng hơn 1.082% so với tháng 4 cùng năm và tăng trên tăng lên đến 57.061% so với cùng kỳ năm trước. Điều này cho thấy sự tăng trưởng ấn tượng trong lĩnh vực xuất khẩu sầu riêng sang Trung Quốc, đồng thời phản ánh cơ hội lớn mà thị trường này mang lại.

## CHƯƠNG 2: THU MUA SẦU RIÊNG

### 3.1. Sơ đồ quy trình thu mua



#### Xác định Nguồn Cung Cấp

Để bắt đầu quá trình thu mua sầu riêng, việc xác định nguồn cung cấp chất lượng cao là vô cùng quan trọng. Điều này có thể bao gồm việc thiết lập hợp tác với các trang trại hoặc nhà sản xuất địa phương có uy tín và kinh nghiệm trong việc trồng và chăm sóc sầu riêng. Cần phải thăm dò thị trường, nghiên cứu về vùng sản xuất sầu riêng, và thiết lập mối quan hệ với các nhà sản xuất để đảm bảo nguồn cung cấp ổn định và chất lượng.

#### Thu Mua Sản Phẩm

Sau khi đã xác định được nguồn cung cấp, quá trình thu mua sản phẩm bắt đầu. Một đội ngũ chuyên nghiệp hoặc đối tác địa phương sẽ được giao nhiệm vụ thu thập sầu riêng từ các trang trại hoặc nhà sản xuất. Việc này đòi hỏi sự chính xác và hiểu biết về tiêu chuẩn cần thiết của sản phẩm.

#### Kiểm Tra Chất Lượng

Mỗi lô sầu riêng thu mua sẽ được kiểm tra chất lượng một cách kỹ lưỡng để đảm bảo rằng chúng đáp ứng các tiêu chuẩn cần thiết cho việc xuất khẩu. Kiểm tra có thể bao gồm đánh giá về mặt hình dáng, kích thước, trọng lượng và chất lượng tổng thể của sản phẩm. Bất kỳ sản phẩm nào không đạt được tiêu chuẩn sẽ được loại bỏ hoặc xử lý phù hợp.

#### Chế Biến và Đóng Gói

Sau khi đã qua kiểm tra chất lượng, sầu riêng sẽ được chế biến và đóng gói theo các tiêu chuẩn cụ thể cho việc xuất khẩu. Quá trình chế biến có thể bao gồm việc làm sạch, cắt bỏ

các phần không mong muốn và chuẩn bị sản phẩm cho quá trình vận chuyển. Đóng gói cũng rất quan trọng, đảm bảo rằng sản phẩm được bảo quản tốt và đến tay người tiêu dùng với chất lượng tốt nhất.

### **Xử Lý Hải Quan và Vận Chuyển**

Sau khi sản phẩm đã được chế biến và đóng gói, chúng sẽ được chuẩn bị cho quá trình xuất khẩu. Điều này bao gồm việc xử lý hải quan, đóng gói lại nếu cần thiết và sắp xếp vận chuyển tới cảng hoặc sân bay để tiếp tục hành trình đến Trung Quốc.

### **Vận Chuyển và Giao Hàng**

Sản phẩm sẽ được vận chuyển bằng đường hàng không hoặc đường biển tới các cảng hoặc sân bay ở Trung Quốc. Quá trình vận chuyển cần được quản lý cẩn thận để đảm bảo rằng sản phẩm đến nơi một cách an toàn và nhanh chóng. Sau khi đến đích, chúng sẽ được giao tới các nhà phân phối hoặc khách hàng cuối cùng.

### **Kiểm Tra Lại và Thanh Toán**

Khi sản phẩm đến đích, một lần nữa chúng sẽ được kiểm tra để đảm bảo rằng chúng vẫn đảm bảo chất lượng sau quá trình vận chuyển. Việc này đảm bảo rằng sản phẩm được giao đúng như mong đợi và không có sự cố nào xảy ra trong quá trình vận chuyển. Sau đó, thanh toán sẽ được thực hiện cho các nhà cung cấp hoặc nhà sản xuất.

### **Phản Hồi và Đánh Giá**

Cuối cùng, việc thu thập phản hồi từ phía khách hàng và đối tác là rất quan trọng để cải thiện quy trình trong tương lai và đảm bảo sự hài lòng của mọi bên liên quan. Phản hồi này có thể bao gồm đánh giá về chất lượng sản phẩm, dịch vụ vận chuyển và sự hỗ trợ từ đối tác cung cấp. Dựa trên phản hồi này, quy trình có thể được điều chỉnh và cải thiện để tối ưu hóa hiệu suất và chất lượng sản phẩm.

## **3.2. Quy trình chiến lược mua hàng**

### **Phân tích nhu cầu nội bộ**

Phân tích nhu cầu nội bộ bao gồm việc thu thập thông tin từ các bộ phận khác nhau như tiếp thị, kinh doanh và logistics. Mục tiêu là hiểu rõ và xác định rõ ràng những loại sầu riêng cần mua, số lượng, yêu cầu về chất lượng, kích thước, và thời gian giao hàng. Thông qua việc phân tích nhu cầu nội bộ một cách kỹ lưỡng, tổ chức có thể xác định được yêu cầu cụ thể và đặc biệt của mình, từ đó phát triển chiến lược mua hàng hiệu quả nhằm đáp ứng các mục tiêu kinh doanh và nhu cầu của thị trường xuất khẩu.

### **Đánh giá thị trường nhà cung cấp**

Quá trình đánh giá thị trường nhà cung cấp đòi hỏi việc thu thập thông tin về các nhà sản xuất, trang trại sầu riêng, hoặc nhà phân phối có thể cung cấp sản phẩm chất lượng và đáng tin cậy. Đánh giá cũng bao gồm việc đánh giá về uy tín, khả năng cung ứng, chất lượng sản phẩm, và giá cả của từng nhà cung cấp để chọn lựa những đối tác phù hợp nhất cho quy trình mua hàng.

### **Thu thập thông tin nhà cung cấp**

Thu thập thông tin nhà cung cấp bao gồm việc tìm kiếm và nghiên cứu các nguồn thông tin như trang web, tài liệu, hoặc thông tin từ các nguồn tin cậy. Các thông tin cần thu thập có thể bao gồm về lịch sử hoạt động của nhà cung cấp, chứng nhận và giấy phép, sản phẩm và dịch vụ cung cấp, đánh giá từ khách hàng trước đó, và các điều khoản giao dịch. Qua việc thu thập thông tin kỹ lưỡng, tổ chức có thể đánh giá và chọn lựa những nhà cung cấp đáng tin cậy và phù hợp nhất cho nhu cầu của mình trong việc mua sầu riêng.

### **Xây dựng chiến lược tìm nhà cung ứng/ thuê ngoài**

Trong việc xây dựng chiến lược tìm nhà cung ứng hoặc thuê ngoài để mua sầu riêng xuất khẩu sang Trung Quốc, tổ chức cần tiến hành một quy trình tổ chức và có hệ thống. Đầu tiên, cần xác định các tiêu chí quan trọng như chất lượng sản phẩm, khả năng cung ứng, uy tín và giá cả phù hợp. Tiếp theo, tổ chức cần tìm kiếm và liên hệ với các nhà cung ứng tiềm năng thông qua các kênh như hội chợ, trang web thương mại điện tử, hoặc thông qua mối quan hệ kinh doanh có sẵn. Quá trình này đòi hỏi sự nghiên cứu kỹ lưỡng và đánh giá các ứng viên tiềm năng. Đồng thời, việc xây dựng thang đo để đánh giá và so sánh

các nhà cung ứng là cần thiết. Thang đo này có thể bao gồm các chỉ số như chất lượng sản phẩm, độ tin cậy, thời gian giao hàng chi phí, hỗ trợ và dịch vụ.

Để xây dựng thang đo cho quy trình tìm nhà cung ứng hoặc thuê ngoài mua sầu riêng xuất khẩu sang Trung Quốc, tổ chức cần xác định các chỉ số cụ thể để đánh giá và so sánh các nhà cung ứng.

- ✓ **Chất lượng sản phẩm:** Đánh giá chất lượng của sầu riêng được cung cấp bởi từng nhà sản xuất, bao gồm độ tươi, độ chín đều và vị ngon của quả
- ✓ **Độ tin cậy:** Xác định mức độ tin cậy và ổn định của nhà cung ứng dựa trên lịch sử cung cấp, đánh giá từ các khách hàng trước đó và khả năng đáp ứng các đơn đặt hàng
- ✓ **Thời gian giao hàng:** Đánh giá khả năng của nhà cung ứng để cung cấp sản phẩm đúng thời hạn, bao gồm cả thời gian vận chuyển và thời gian xử lý hải quan
- ✓ **Chi phí:** So sánh chi phí cung cấp sầu riêng từ các nhà cung ứng khác nhau, bao gồm cả giá cả sản phẩm và chi phí vận chuyển
- ✓ **Hỗ trợ và dịch vụ:** Đánh giá mức độ hỗ trợ và dịch vụ của nhà cung ứng, bao gồm cả hỗ trợ kỹ thuật và giải quyết vấn đề sau bán hàng

### **Thực hiện chiến lược tìm nhà cung ứng Outsourcing**

Để thực hiện chiến lược tìm nhà cung ứng thông qua việc thuê ngoài (outsourcing) mua sầu riêng xuất khẩu sang Trung Quốc, doanh nghiệp cần tiến hành các bước cụ thể. Đầu tiên, tổ chức sẽ xác định và đánh giá các nhà cung ứng tiềm năng dựa trên các tiêu chí quan trọng như chất lượng, tin cậy, và giá cả. Tiếp theo, doanh nghiệp sẽ liên hệ và thảo luận với các nhà cung ứng được chọn để thảo luận về các yêu cầu cụ thể và điều khoản hợp đồng. Sau đó, hợp đồng sẽ được kí kết và các quá trình mua hàng sẽ được triển khai dưới sự giám sát và quản lý của doanh nghiệp.

### **Đàm phán với nhà cung ứng chọn giá**

Trong quá trình đàm phán với nhà cung ứng để chọn giá, doanh nghiệp cần thực hiện các bước cẩn thận và có chiến lược. Đầu tiên, doanh nghiệp sẽ xác định một phạm vi giá cả hợp lý dựa trên nhu cầu và tiêu chí của mình.

Sau đó, tổ chức sẽ bắt đầu đàm phán với nhà cung ứng, đưa ra các yêu cầu cụ thể về giá cả và điều khoản giao dịch. Quá trình đàm phán này có thể đòi hỏi sự linh hoạt và khéo léo để đạt được một thỏa thuận có lợi cho cả hai bên. Trong quá trình này, việc thảo luận mở cửa để tìm ra các điểm phù hợp và đảm bảo rằng cả doanh nghiệp và nhà cung ứng đều hài lòng về thỏa thuận cuối cùng. Điều này là quan trọng để xây dựng mối quan hệ cung ứng lâu dài và thành công.

### **Kế hoạch chuyển đổi, cải thiện chuỗi**

#### *Bước 1. Thu thập và Phân Tích Dữ Liệu:*

- Thu thập dữ liệu về hiệu suất và chất lượng của chuỗi cung ứng hiện tại
- Phân tích các dữ liệu để xác định các điểm yếu và cơ hội cải thiện

#### *Bước 2. Xác Định Mục Tiêu và Cơ Hội Cải Thiện:*

- Xác định các mục tiêu cụ thể mà kế hoạch cần đạt được
- Xác định các cơ hội cải thiện dựa trên phân tích dữ liệu

#### *Bước 3. Thiết Lập Biện Pháp Cải Thiện:*

- Tối ưu hóa quy trình: Đơn giản hóa và cải thiện quy trình làm việc
- Đơn giản hóa thủ tục: Loại bỏ các bước không cần thiết và tối ưu hóa các thủ tục làm việc
- Cải thiện tương tác với nhà cung ứng: Tăng cường giao tiếp và hợp tác với nhà cung ứng và đối tác

#### *Bước 4. Lập Kế Hoạch Thực Hiện:*

- Xây dựng kế hoạch thực hiện chi tiết dựa trên các biện pháp cải thiện đã xác định
- Thiết lập lịch trình và phân công nguồn lực cho mỗi biện pháp

#### *Bước 5. Đánh Giá và Điều Chỉnh:*

- Đánh giá tiến độ thực hiện và đạt được mục tiêu

- Kiểm tra và điều chỉnh kế hoạch nếu cần thiết dựa trên phản hồi và kết quả đạt được

#### *Bước 6. Theo Dõi và Đánh Giá Kết Quả:*

- Theo dõi hiệu suất và chất lượng sau khi triển khai các biện pháp cải thiện
- Đánh giá kết quả và rút ra các bài học kinh nghiệm để áp dụng cho các dự án tương lai

### **3.3. Mô hình kraljic**

Mô hình Kraljic là một công cụ quản lý chiến lược được sử dụng để phân loại các mặt hàng hoặc dịch vụ mà tổ chức mua thành các nhóm khác nhau dựa trên hai yếu tố chính: sức ảnh hưởng và sự quan trọng đối với hoạt động kinh doanh. Áp dụng mô hình này vào quy trình thu mua sầu riêng xuất khẩu sang Trung Quốc có thể giúp tổ chức hiểu rõ hơn về các đối tác cung cấp và quản lý quy trình mua hàng một cách hiệu quả.

Trong ngữ cảnh của sầu riêng, nhóm sản phẩm này có thể được phân loại như sau:

#### ❖ Sầu Riêng Chất Lượng Cao và Quan Trọng:

- Đây là loại sầu riêng có chất lượng cao và quan trọng đối với hoạt động xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc.
- Tổ chức cần tập trung vào việc duy trì và phát triển mối quan hệ với các nhà cung ứng chất lượng cao để đảm bảo nguồn cung ổn định và chất lượng sản phẩm.

#### ❖ Sầu Riêng Cần Thực Hiện Đàm Phán:

- Nhóm này bao gồm các loại sầu riêng không đạt được chất lượng cao nhưng vẫn quan trọng đối với quy trình xuất khẩu.
- Tổ chức cần thực hiện đàm phán kỹ lưỡng để đảm bảo rằng chất lượng và giá cả là hợp lý.

#### ❖ Sầu Riêng Tiết Kiệm Chi Phí:

- Đây là nhóm sản phẩm không quá quan trọng và không đòi hỏi chất lượng cao.

- Tổ chức có thể tìm kiếm các nhà cung ứng có giá cả cạnh tranh để tiết kiệm chi phí mà vẫn đảm bảo đủ nguồn cung.

❖ **Sầu Riêng Rủi Ro:**

- Nhóm này bao gồm các loại sầu riêng có thể gây rủi ro cho quy trình xuất khẩu, có thể do không đảm bảo chất lượng hoặc không ổn định về nguồn cung.
- Tổ chức cần tìm cách giảm thiểu rủi ro bằng cách đánh giá và lựa chọn kỹ lưỡng các nhà cung ứng.

Áp dụng mô hình Kraljic vào quy trình thu mua sầu riêng xuất khẩu sang Trung Quốc giúp tổ chức tối ưu hóa chiến lược mua hàng, tăng cường quản lý rủi ro, và đảm bảo chất lượng và ổn định của nguồn cung.

### **3.4. Áp dụng mô hình quản lý tồn kho (EOQ)**

Áp dụng mô hình quản lý tồn kho Economic Order Quantity (EOQ) vào quy trình mua sầu riêng xuất khẩu sang Trung Quốc có thể giúp tổ chức tối ưu hóa việc quản lý hàng tồn kho và tối thiểu hóa chi phí tồn kho. Mô hình EOQ dựa trên việc xác định số lượng đặt hàng tối ưu mà tổ chức nên đặt để đạt được chi phí tồn kho tối thiểu. Đầu tiên, cần xác định các thông số quan trọng như chi phí đặt hàng, chi phí giữ hàng và tỷ lệ tiêu thụ hàng hóa. Sau đó, áp dụng các công thức tính toán trong mô hình EOQ để tính toán số lượng đặt hàng tối ưu. Đối với việc thu mua sầu riêng, việc áp dụng mô hình EOQ có thể giúp tổ chức xác định số lượng sầu riêng cần mua mỗi lần đặt hàng để đạt được hiệu suất tối ưu trong quy trình xuất khẩu. Điều này giúp giảm thiểu các chi phí đặt hàng và chi phí tồn kho, đồng thời đảm bảo rằng sầu riêng được duy trì ở mức độ phù hợp mà không gây lãng phí. Ngoài ra, việc sử dụng mô hình EOQ cũng giúp tổ chức dự đoán và quản lý tốt hơn chu kỳ đặt hàng và chu kỳ sản xuất, từ đó tối ưu hóa quy trình cung ứng và đảm bảo rằng sầu riêng luôn sẵn sàng cho việc xuất khẩu. Tổng cộng, việc áp dụng mô hình EOQ mang lại lợi ích lớn cho quy trình mua sầu riêng, từ việc giảm chi phí đến tăng cường hiệu suất và hiệu quả.

Giả sử doanh nghiệp đang mua sầu riêng để xuất khẩu sang Trung Quốc. Các thông số sau được xác định:

- Chi phí đặt hàng (S): \$50 mỗi lần đặt hàng
- Chi phí giữ hàng (H): \$2 mỗi đơn vị sầu riêng mỗi năm
- Tổng nhu cầu hàng hóa trong năm (D): 10,000 đơn vị sầu riêng

Sử dụng các thông số trên, chúng ta có thể tính toán số lượng đặt hàng tối ưu (EOQ) như sau:

$$EOQ = \sqrt{\frac{2DS}{H}}$$
$$EOQ = \sqrt{\frac{2 \times 10,000 \times 50}{2}} = \sqrt{500,000} \approx 707$$

Do đó, doanh nghiệp nên đặt hàng khoảng 707 đơn vị sầu riêng mỗi lần đặt hàng để đạt được chi phí tồn kho tối thiểu. Đồng thời, thời gian giữa các lần đặt hàng (t) cũng có thể được tính toán bằng cách chia tổng nhu cầu hàng hóa trong năm cho EOQ:

$$t = \frac{D}{EOQ} = \frac{10,000}{707} \approx 14.14$$

Tức là, doanh nghiệp nên đặt hàng khoảng mỗi 14 ngày để duy trì tồn kho sầu riêng ở mức tối ưu, giảm thiểu chi phí tồn kho và đảm bảo nguồn cung ổn định cho quá trình xuất khẩu.

## **CHƯƠNG 3: KẾ HOẠCH THU MUA SÀU RIÊNG VÀ XUẤT KHẨU SANG THỊ TRƯỜNG TRUNG QUỐC**

### **3.1. Xác định nguồn cung và địa điểm thu mua sầu riêng**

Với diện tích trồng sầu riêng của Việt Nam ước tính đạt 131.000 ha vào năm 2023, ngành trồng sầu riêng đang phát triển mạnh mẽ, đặc biệt là ở các khu vực trọng điểm như Tây Nguyên, Đồng Bằng Sông Cửu Long (ĐBSCL), Miền Đông Nam bộ và Duyên hải Nam Trung bộ. Tuy nhiên, sự phân bố không đồng đều giữa các vùng cũng mang lại những ưu và nhược điểm riêng. Vùng trồng sầu riêng Tây Nguyên, chiếm 40,4% diện tích trồng, đã vượt qua ĐBSCL để trở thành vùng sản xuất sầu riêng lớn nhất cả nước. Sự phát triển này có thể được giải thích bằng sự phát triển của hạ tầng, kỹ thuật canh tác tiên tiến và điều kiện tự nhiên thuận lợi của khu vực. Cùng với đó, vùng ĐBSCL vẫn giữ vững vị trí quan trọng trong ngành, nhưng cần phải cải thiện hơn nữa về công nghệ và quản lý để duy trì sự cạnh tranh. Miền Đông Nam bộ và Duyên hải Nam Trung bộ, mặc dù chiếm tỷ lệ nhỏ hơn, nhưng vẫn đóng vai trò quan trọng trong cung cấp nguồn nguyên liệu cho ngành công nghiệp. Tuy nhiên, vấn đề về quản lý môi trường và nguồn nước tại các vùng này vẫn còn đang được đặt ra. Về điểm thu mua, các địa điểm tập trung thu mua sầu riêng thường nằm tại các trung tâm nông thôn, gần các vùng trồng sầu riêng chính. Điều này giúp giảm chi phí vận chuyển và bảo quản, tăng cường hiệu quả cho người nông dân. Tuy nhiên, vẫn còn tồn tại những thách thức như hạ tầng kém, thiếu công nghệ lưu trữ và phân phối, gây ra lãng phí và mất mát sản phẩm.

Tóm lại, mặc dù việc trồng sầu riêng và điểm thu mua có những điểm thuận lợi và bất lợi riêng, nhưng với sự phát triển bền vững và sự quản lý thông minh, ngành trồng sầu riêng của Việt Nam vẫn đang giữ vững vị thế trên thị trường quốc tế, đặc biệt là thị trường xuất khẩu sang Trung Quốc.

### **3.2. Phương pháp vận chuyển và lưu trữ**

Phương pháp vận chuyển và lưu trữ sầu riêng xuất khẩu sang Trung Quốc đóng vai trò không thể phủ nhận trong việc đảm bảo chất lượng và an toàn của sản phẩm từ

điểm xuất phát cho đến điểm đến cuối cùng trên thị trường tiêu thụ. Trong quá trình vận chuyển, đường biển là phương pháp phổ biến nhất được áp dụng. Sầu riêng được đóng gói kỹ lưỡng trong container và gửi bằng tàu biển. Cần kiểm soát nhiệt độ và độ ẩm trong container để đảm bảo sản phẩm không bị hư hỏng trong quá trình vận chuyển dài ngày. Ngoài ra, đường hàng không cũng được sử dụng cho vận chuyển nhanh chóng nhưng với chi phí cao hơn. Sầu riêng cần được đóng gói chắc chắn để chống lại sự biến đổi nhiệt độ và đảm bảo an toàn. Đối với các vùng trồng sầu riêng gần biên giới Trung Quốc, việc sử dụng đường bộ hoặc đường sắt là lựa chọn hiệu quả về mặt chi phí và thời gian vận chuyển. Tuy nhiên, quá trình này cần được quản lý và giám sát một cách cẩn thận để đảm bảo sản phẩm không bị tổn thất. Trong quá trình lưu trữ, điều kiện nhiệt độ và độ ẩm là yếu tố cực kỳ quan trọng. Sầu riêng cần được bảo quản ở nhiệt độ khoảng 10-13°C và độ ẩm tương đối từ 85% đến 90%. Kho lạnh hoặc hệ thống điều hòa không khí là lựa chọn tốt để duy trì chất lượng của sản phẩm trong thời gian lưu trữ. Việc kiểm tra thường xuyên cũng rất quan trọng để phát hiện và xử lý sớm các vấn đề có thể xảy ra, như thối rữa, nấm mốc, hay chảy nước, nhằm đảm bảo chất lượng của sản phẩm được bảo tồn tốt nhất. Như vậy, phương pháp vận chuyển và lưu trữ sầu riêng cần được thực hiện một cách cẩn thận và hiệu quả để đảm bảo sản phẩm đến tay người tiêu dùng một cách an toàn và tươi ngon nhất.

### **3.3. Chiến lược tiếp thị và bán hàng**

Chiến lược tiếp thị và bán hàng đóng vai trò quan trọng trong việc đưa sầu riêng xuất khẩu sang Trung Quốc, một thị trường lớn và tiềm năng. Kênh phân phối đóng vai trò quan trọng trong việc tiếp cận người tiêu dùng Trung Quốc và tạo lòng tin cho sản phẩm. Các doanh nghiệp xuất khẩu cần thiết lập mối quan hệ trực tiếp với các nhà phân phối, siêu thị và đại lý tại Trung Quốc để tiếp cận trực tiếp với khách hàng và tạo lòng tin cho sản phẩm. Sử dụng thị trường trực tiếp giúp tăng cơ hội tiếp cận và tạo mối quan hệ ổn định với đối tác kinh doanh tại Trung Quốc. Ngoài ra, việc sử dụng các nền tảng thương mại điện tử như Alibaba, JD.com, Tmall và Taobao cũng là một chiến lược hiệu quả để tiếp cận thị trường Trung Quốc. Thương mại điện tử đang phát triển mạnh mẽ ở Trung

Quốc và trở thành một kênh phân phối phổ biến, giúp sản phẩm tiếp cận được nhiều đối tượng khách hàng tiềm năng. Hợp tác với đối tác địa phương cũng là một chiến lược thông minh để tận dụng kiến thức và mối quan hệ của họ với thị trường Trung Quốc. Các đối tác địa phương có thể cung cấp thông tin quan trọng về thị trường và giúp thiết lập các mối quan hệ với các nhà phân phối địa phương, từ đó mở rộng mạng lưới phân phối của sản phẩm. Trong chiến lược tiếp thị, việc xây dựng thương hiệu chất lượng và an toàn cho sầu riêng Việt Nam là quan trọng. Việc này giúp tạo ra một hình ảnh tích cực và niềm tin từ phía người tiêu dùng Trung Quốc. Sử dụng các chiến lược quảng cáo và tiếp thị số là một cách hiệu quả để tiếp cận khách hàng tiềm năng. Quảng cáo trực tuyến, mạng xã hội và các kênh truyền thông số giúp sản phẩm tiếp cận được nhiều đối tượng khách hàng một cách nhanh chóng và hiệu quả. Tham gia vào các triển lãm và sự kiện thực phẩm và nông sản tại Trung Quốc cũng là một cách để tạo sự nhận diện và tìm kiếm cơ hội hợp tác mới. Tham gia vào các sự kiện này giúp sản phẩm được biết đến và thu hút sự quan tâm từ phía khách hàng và đối tác kinh doanh tại Trung Quốc. Tổng thể, việc áp dụng các chiến lược tiếp thị và bán hàng này giúp tối ưu hóa cơ hội và đưa sầu riêng xuất khẩu sang Trung Quốc một cách hiệu quả và thành công.

### **3.4. Đánh giá hiệu quả và rủi ro**

Đánh giá hiệu quả và rủi ro của việc xuất khẩu sầu riêng sang Trung Quốc là bước quan trọng để đảm bảo kế hoạch kinh doanh được thực hiện một cách hiệu quả và bền vững.

#### **❖ Hiệu quả xuất khẩu:**

**Thị trường tiêu thụ lớn:** Với Trung Quốc chiếm đến 95% lượng tiêu thụ sầu riêng trên toàn cầu, việc xuất khẩu sầu riêng từ Việt Nam có tiềm năng lớn. Thị trường rộng lớn này cung cấp một cơ hội đáng kể cho việc mở rộng kinh doanh và tăng doanh số bán hàng.

**Tăng trưởng sản lượng:** Sản lượng sầu riêng xuất khẩu từ Việt Nam đã tăng đáng kể trong những năm gần đây. Việc ký kết nghị định thư xuất khẩu sầu riêng cũng tạo ra

địa cho phát triển ngành hàng này, đặc biệt là khi Trung Quốc là thị trường tiêu thụ chính.

❖ **Rủi ro:**

**Chi phí vận chuyển:** Một trong những rủi ro lớn nhất là chi phí vận chuyển. Khoảng cách xa giữa Việt Nam và Trung Quốc có thể đòi hỏi chi phí cao khi sử dụng các phương tiện vận chuyển như đường biển hoặc hàng không. Chi phí này có thể ảnh hưởng đáng kể đến lợi nhuận của doanh nghiệp.

**Thuế nhập khẩu:** Trung Quốc áp dụng thuế nhập khẩu cho hàng hóa nhập khẩu, và mức thuế này có thể tăng thêm vào chi phí sản phẩm. Điều này có thể làm tăng giá thành cuối cùng của sản phẩm xuất khẩu từ Việt Nam, ảnh hưởng đến tính cạnh tranh và lợi nhuận.

**Cạnh tranh giá:** Sầu riêng từ các quốc gia khác như Thái Lan và Malaysia cũng đang cạnh tranh trên thị trường Trung Quốc. Điều này có thể làm giảm giá bán của sản phẩm từ Việt Nam và làm ảnh hưởng đến lợi nhuận.

❖ **Dự báo hiệu quả kế hoạch:**

Để tăng hiệu quả kế hoạch, cần thiết kế chiến lược vận chuyển hiệu quả nhằm giảm chi phí vận chuyển, bằng cách tối ưu hóa lộ trình và sử dụng các phương tiện vận chuyển kinh tế hơn. Tối ưu hóa quy trình sản xuất và đóng gói cũng là một biện pháp quan trọng để giảm thiểu rủi ro về việc hư hỏng sản phẩm trong quá trình vận chuyển. Đánh giá cạnh tranh và điều chỉnh giá bán cũng là một phần quan trọng của kế hoạch để đảm bảo tính cạnh tranh và lợi nhuận của sản phẩm. Đồng thời, việc xây dựng và tăng cường thương hiệu sầu riêng của Việt Nam cũng là một yếu tố quan trọng trong việc tạo ra giá trị cạnh tranh dài hạn trên thị trường Trung Quốc.

Tóm lại, việc đánh giá hiệu quả và rủi ro, cùng với việc dự báo hiệu quả kế hoạch dựa trên số liệu thị trường và các biến số khác, là cực kỳ quan trọng để đảm bảo sự thành công của việc xuất khẩu sầu riêng sang thị trường Trung Quốc. Bằng cách áp dụng các

chiến lược phù hợp và thực hiện đúng kế hoạch, doanh nghiệp có thể tối ưu hóa lợi ích và giảm thiểu rủi ro, đồng thời tạo ra cơ hội phát triển bền vững cho ngành xuất khẩu sầu riêng của Việt Nam.

## KẾT LUẬN

Việc kế hoạch thu mua và xuất khẩu sầu riêng sang Trung Quốc trong ngành logistic đóng vai trò quan trọng, mang lại nhiều ý nghĩa và tiềm năng phát triển đáng kể. Trong quá trình này, ngành logistic không chỉ đảm bảo nguồn cung ứng ổn định và chất lượng của sản phẩm mà còn mở ra cơ hội kinh doanh mới và mở rộng thị trường cho các doanh nghiệp. Đây là một phần không thể thiếu trong chuỗi cung ứng toàn cầu, đóng góp vào việc tối ưu hóa hoạt động logistics và tăng cường tính cạnh tranh của ngành. Trong quá trình thu mua và xuất khẩu sầu riêng, ngành logistic đóng vai trò trung tâm trong việc quản lý vận chuyển, lưu trữ, và xử lý hàng hóa. Bằng cách tối ưu hóa quy trình logistics, kế hoạch này giúp giảm thiểu thời gian, chi phí, và rủi ro trong quá trình vận chuyển và lưu trữ sản phẩm, đồng thời đảm bảo chất lượng và an toàn thực phẩm. Điều này góp phần tăng cường sự tin cậy và uy tín của các doanh nghiệp trong ngành logistic, xây dựng mối quan hệ hợp tác bền vững với các đối tác và khách hàng. Để phát triển và cải thiện kế hoạch thu mua sầu riêng và xuất khẩu sang Trung Quốc trong tương lai, có một số hướng đề xuất cần được xem xét và thực hiện. Đầu tiên, việc tăng cường hợp tác với các nhà sản xuất và nhà vườn là điểm khởi đầu quan trọng. Bằng cách thiết lập mối quan hệ chặt chẽ và hợp tác hiệu quả, ngành logistic có thể đảm bảo nguồn cung ứng ổn định và chất lượng của sầu riêng, từ đó tạo ra sự tin cậy và ổn định trong chuỗi cung ứng. Thứ hai, áp dụng công nghệ vào quản lý logistics là một hướng đi quan trọng và tiềm năng. Việc sử dụng trí tuệ nhân tạo, Internet of Things và big data giúp tối ưu hóa quy trình vận chuyển, lưu trữ và quản lý hàng hóa, từ đó giảm thiểu lỗi nhân sự và tăng cường hiệu suất làm việc. Điều này mang lại lợi ích không chỉ làm giảm chi phí mà còn tăng tính hiệu quả và đáng tin cậy của hệ thống logistics. Thứ ba, việc phát triển các chuẩn mực và tiêu chuẩn chất lượng cũng đóng vai trò quan trọng trong việc đảm bảo chất lượng và an toàn của sản phẩm. Bằng việc tuân thủ các chuẩn mực và tiêu chuẩn quốc tế, ngành logistic có thể tăng cường uy tín của sản phẩm và mở rộng cơ hội xuất khẩu sang các thị trường khác ngoài Trung Quốc. Cuối cùng, việc đầu tư vào năng lực và phát triển nhân lực là điểm cần được chú trọng. Phát triển kỹ năng và năng lực của nhân viên trong ngành logistic thông qua

các chương trình đào tạo và phát triển chuyên môn và kỹ năng mềm giúp nâng cao hiệu suất làm việc và đáp ứng được các yêu cầu ngày càng cao của thị trường.

Tóm lại, việc phát triển và cải thiện kế hoạch thu mua sâu rộng và xuất khẩu sang Trung Quốc trong ngành logistic không chỉ là một cơ hội mà còn là một thách thức đối với các doanh nghiệp. Qua việc thúc đẩy các hướng phát triển và cải thiện, ngành logistic có thể đạt được hiệu quả cao hơn và bền vững hơn trong việc phục vụ nhu cầu của thị trường và xây dựng mối quan hệ đối tác chặt chẽ và lâu dài.

## LINK THAM KHẢO

1. <https://accgroup.vn/bieu-thue-nhap-khau-trung-quoc-2021>
2. <https://baochinhphu.vn/sau-rieng-viet-nam-dat-hang-tai-thi-truong-trung-quoc-102230531080251873.htm>
3. <https://baodongnai.com.vn/tieu-diem/202307/dinh-vi-nganh-sau-rieng-tren-ban-do-the-gioi-3172420/>
4. <https://hanoionline.vn/tiem-nang-xuat-khau-sau-rieng-viet-tai-thi-truong-trung-quoc-221982.htm>
5. <https://innovativehub.com.vn/trung-quoc-la-thi-truong-xuat-khau-sau-rieng-tiem-nang-trong-nam-2024/>
6. <https://mard.gov.vn/Pages/xuat-khau-chinh-ngach-sang-thi-truong-trung-quoc-%E2%80%933-huong-di-ben-vung-cho-nganh-sau-rieng.aspx>
7. <https://nhadautu.vn/xuat-khau-sau-rieng-sang-trung-quoc-nam-2023-co-the-dat-25-ty-usd-d81362.html>
8. <https://nld.com.vn/kinh-te/5-loai-trai-cay-viet-nam-duoc-trung-quoc-nhap-khau-nhieu-nhat-20230708130226428.htm>
9. <https://petrotimes.vn/sau-rieng-viet-nam-dat-hang-tai-thi-truong-trung-quoc-686151.html>
10. <https://proship.vn/news/sau-rieng-xuat-khau-sang-trung-quoc-phai-dat-tieu-chuan-nao/>
11. <https://ratracosolutions.com/n/qua-trinh-sau-rieng-xuat-khau-sang-trung-quoc/>
12. <https://sansangxuatkhau.ppd.gov.vn/tin-tuc-su-kien/5-doanh-nghiep-dua-hon-100-tan-sau-rieng-sang-trung-quoc.html>
13. <https://sutech.vn/danh-sach-ma-so-vung-trong-co-so-dong-goi-sau-rieng-duoc-gacc-cap-ma-so-xuat-khau/>
14. <https://tuoitre.vn/sau-rieng-chinh-thuc-duoc-xuat-khau-sang-trung-quoc-tu-hom-nay-11-7-20220711145411467.htm>
15. <https://tuoitre.vn/sau-rieng-xuat-sang-trung-quoc-tang-hon-4-000-viet-nam-duoc-cap-them-37-ma-20221223101958016.htm>

16. <https://tuoitre.vn/viet-nam-sap-xuat-khau-sau-rieng-chinh-ngach-sang-trung-quoc-20220616140516242.htm>
17. <https://vnbusiness.vn/thi-truong/thi-truong-trung-quoc-chiem-hon-80-gia-tri-xuat-khau-sau-rieng-1091801.html>
18. <https://www.mordorintelligence.com/vi/industry-reports/fresh-durian-market>
19. [https://www.sf-international.com/vn/vi/dynamic\\_function/clearance/Notes-for-Shipping/](https://www.sf-international.com/vn/vi/dynamic_function/clearance/Notes-for-Shipping/)