




---

---

---

---

---

---

---

---

### **Giới thiệu**

- ❖ Hoạt động logistics và phân phối góp phần rất quan trọng trong quá trình tăng trưởng và phát triển của thương mại thế giới.
- ❖ Việc doanh nghiệp sử dụng các kênh phân phối phù hợp trên thị trường thế giới sẽ làm tăng cơ hội thành công một cách mạnh mẽ.
- ❖ Các doanh nghiệp có nhiều nhà máy trên thế giới cần quản lý chặt chẽ các khâu của logistics, từ NVL đầu vào cho đến thành phẩm dùng để xuất khẩu với mức chi phí hợp lý nhất.



2

Th.S Đinh Tiến Minh

---

---

---

---

---

---

---

---

### **Mục tiêu chương 7**

- ❖ Giúp sinh viên hiểu rõ tầm quan trọng của hoạt động phân phối và logistics tại thị trường nước ngoài.
- ❖ Tìm hiểu các kênh phân phối có thể triển khai tại nước ngoài cùng các cách thức để quản trị các thành viên trong kênh.
- ❖ Nắm rõ các hoạt động phân phối vật chất (physical distribution) sản phẩm và những vấn đề liên quan ảnh hưởng đến chi phí và lợi nhuận của doanh nghiệp.



3

---

---

---

---

---

---

---

---

## Mục lục

1. Khái niệm hoạt động logistics
2. Kênh phân phối sản phẩm quốc tế
3. Quản trị kênh phân phối quốc tế
4. Quản lý phân phối vật chất



4

---

---

---

---

---

---

---

---

### 1. Khái niệm hoạt động logistics

❖ Hoạt động logistics được định nghĩa như là việc thiết kế và quản lý một hệ thống nhằm điều hành và kiểm soát các luồng nguyên liệu từ đầu vào đến sản phẩm đầu ra khỏi doanh nghiệp trên phạm vi xuyên quốc gia nhằm đạt mục tiêu của doanh nghiệp với chi phí thấp nhất. Nó bao gồm toàn bộ các hoạt động liên quan đến luồng di chuyển của sản phẩm và nguyên liệu, xuất khẩu và nhập khẩu.

Nguồn: Donald J. Bowersox, David J. Closs & M. Bixby Cooper, *Supply Chain Logistics Management*, Boston: Mc Graw-Hill, 2002.



5

---

---

---

---

---

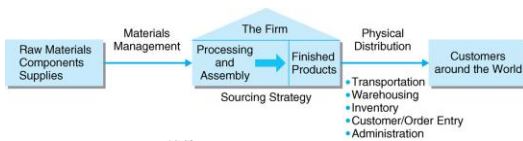
---

---

---

### 1. Khái niệm hoạt động logistics (tt)

#### Minh họa Hoạt động logistics



6

6

Th.S Đinh Tiến Minh

---

---

---

---

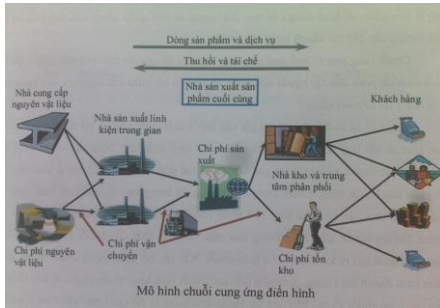
---

---

---

---

### 1. Khái niệm hoạt động logistics (tt)



7

7

Th.S Đinh Tiến Minh

### 1. Khái niệm hoạt động logistics (tt)

❖ Hiệu quả của việc thực hành áp dụng logistics là doanh nghiệp có thể phát triển qui trình làm việc đúng hạn (Just-In-Time) nhằm:

- Giảm chi phí tồn kho;
- Tăng hiệu suất quá trình trao đổi thông tin điện tử;
- Hoạch định tốt kế hoạch vận chuyển hàng hóa;
- Tiếp cận hiệu quả với các nhà cung ứng.

8

### 1. Khái niệm hoạt động logistics (tt)

❖ Trong hoạt động logistics, hai giai đoạn chính yếu của quá trình dịch chuyển là:

- Giai đoạn đầu – Quản lý NVL thô, các chi tiết, các linh kiện, các yếu tố đầu vào... đến với công ty.
- Giai đoạn sau – Tổ chức phân phối vật chất, đưa sản phẩm đến với khách hàng trong chuỗi bao gồm cả vận chuyển, lưu kho, dịch vụ hải quan, nhập đơn hàng và quản lý bán hàng.

(Micheal R. Czinkota, 2004).

9



## 2. Kênh phân phối sản phẩm quốc tế

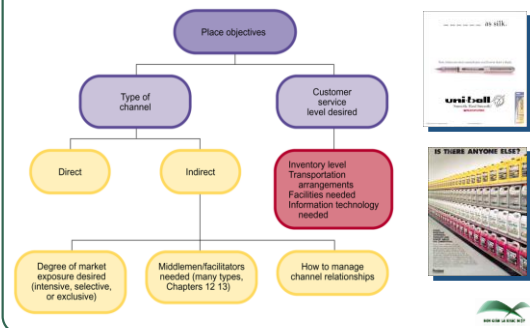
❖ Doanh nghiệp có thể tiếp cận khách hàng thông qua các hình thức sau:

- Bán hàng trực tiếp.
- Các đại lý xuất khẩu.
- Công ty kinh doanh xuất khẩu.

10

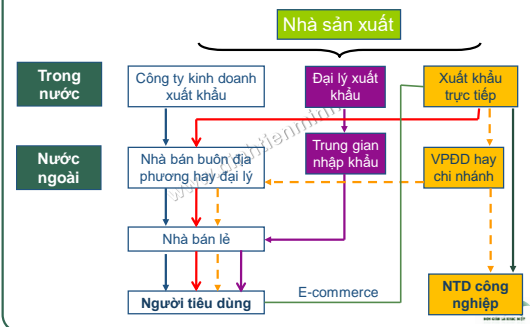
Th.S Đinh Tiên Minh

## 2. Kênh phân phối sản phẩm quốc tế (tt)



11

## 2. Kênh phân phối sản phẩm quốc tế (tt)



12

### 3. Quản trị kênh phân phối quốc tế

Những yêu cầu nào được đặt ra từ NSX trong việc tìm kiếm NPP ở thị trường nước ngoài?



13

---

---

---

---

---

---

---

---

### 3. Quản trị kênh phân phối quốc tế (tt)

- ❖ Có khả năng phát triển thị trường bên cạnh có mối quan hệ tốt.
- ❖ Có khả năng kết hợp làm việc lâu dài.
- ❖ Đối tác cung cấp thường xuyên thông tin thị trường và dữ liệu bán hàng.
- ❖ Theo chặt các chiến lược Marketing.



14

Th.S Đinh Tiến Minh

---

---

---

---

---

---

---

---

CUỘC THI NOKIA  
ANH TÀI 6233  
HIỆN KẾ

Thương trường đầy thách thức. Kinh doanh đầy trắc trở. Thành công sẽ đến với ai dám nghĩ và dám làm, biến rủi ro thành cơ hội. Và cả những ai dám tiên phong nắm bắt những công nghệ mới. Chúng tôi xin giới thiệu tình huống "Đau đầu hệ thống phân phối".

TÌNH HUỐNG BÁN HÀNG:



## Đau đầu hệ thống phân phối

---

---

---

---

---

---

---

---

Số là công ty chuẩn bị cắt hợp đồng phân phối đại lý Q99. Theo quy định, nhà phân phối này chỉ được phân phối tất cả sản phẩm nước trái cây đóng hộp của công ty. Thế nhưng, Q99 đã phân phối thêm một số mặt hàng của đối thủ cạnh tranh. Sau khi đã nhắc nhở một vài lần nhưng vẫn tái phạm, công ty đã quyết định ngưng hợp đồng với nhà phân phối đó.

Là nhà phân phối chính ở Đà Nẵng, việc cắt Q99 trước mắt sẽ tạo ra sự gián đoạn phân phối ở thị trường này, nhất là trong bối cảnh tình hình cạnh tranh rất gay gắt ở đây.

Vừa bước ra khỏi cuộc họp, chiếc điện thoại Nokia 6233 của Tuấn rung lên. Sales Rep ở Đà Nẵng báo về là đối thủ cạnh tranh đang tung ra sản phẩm mới và làm khuyến mãi "Mua 4, tặng 1". Và thế là hàng của công ty hiện đang "đứng". Tuấn yêu cầu nhân viên gấp gấp báo cáo và hình sản phẩm mới đến ĐTĐĐ của anh qua tin nhắn.



16

---

---

---

---

---

---

---

---

#### Giải pháp 1:

Công ty sẽ bổ nhiệm ngay một nhà phân phối mới. Việc này sẽ không đơn giản, vì chọn một nhà phân phối đòi hỏi rất nhiều điều kiện, như kho bãi, hệ thống quản lý, đội ngũ nhân viên, nguồn tài chính...

#### Giải pháp 2:

Thuyết phục những nhà phân phối ở các tỉnh lân cận phân phối luôn thị trường Đà Nẵng. Giải pháp này cũng sẽ mất nhiều thời gian vì Đà Nẵng là một thị trường lớn, các nhà phân phối ở các tỉnh khác khó mà có khả năng đảm đương được.

#### Giải pháp 3:

Tạm thời công ty sẽ trực tiếp lo luôn phân phối cho đến khi công ty tìm được nhà phân phối chính thức. Có thể công ty sẽ tổ chức một đội bán hàng lưu động, nhanh chóng đổ hàng xuống rồi rút, bảo đảm không cho hàng bị gián đoạn. Nghe cũng có vẻ khả thi. Tất nhiên giải pháp này cũng không đơn giản vì trước giờ, công ty chỉ bán hàng qua nhà phân phối.

Anh chị hãy chọn giải pháp của mình!



17

---

---

---

---

---

---

---

---

#### Chọn độ bao phủ của kênh phân phối



18

---

---

---

---

---

---

---

---

#### 4. Quản lý phân phối vật chất (physical distribution)

❖ Những yếu tố sau đây góp phần vào việc tăng chi phí và tính phức tạp của hoạt động logistics:

- Khoảng cách địa lý.
- Biến động của tỷ giá.
- Các qui định và luật lệ.
- Phương thức vận chuyển.
- Tính an ninh của quốc gia.



19

---

---

---

---

---

---

---

---

#### 4. Quản lý phân phối vật chất (tt)

❖ Các vấn đề liên quan đến việc lựa chọn phương thức vận chuyển:

- Tỷ lệ Giá trị - Sản lượng.
- Tính dễ hư hỏng.
- Chi phí vận chuyển.

❖ Các phương thức vận chuyển:

- Đường biển.
- Đường hàng không.
- Đường bộ.
- Đường sắt.



20

Th.S Đinh Tiến Minh

---

---

---

---

---

---

---

---

#### 4. Quản lý phân phối vật chất (tt)



	TỐC ĐỘ	TẦN SỐ	MỨC TÍN CẬY	KHẢ NĂNG	MỨC KHẢ CUNG	CHI PHÍ
	Thời gian giao hàng	Số lần chở / ngày	Đúng giờ	Xử lý đủ loại hàng	Phục vụ khắp nơi	tấn / km
Sắt	3	3	2	2	2	2
Thủy	4	4	3	1	4	1
Bộ	2	1	1	3	1	3
Không	1	2	4	4	3	4



21

---

---

---

---

---

---

---

---

### Câu hỏi

Số liệu thống kê cho thấy HTPP truyền thống của Việt Nam vẫn chiếm ưu thế so với HTPP hiện đại với tỷ lệ là 90% so với 10% trong năm. Tuy nhiên, số liệu cũng cho thấy thị trường bán lẻ VN gia tăng bình quân 10%/năm và là thị trường bán lẻ hấp dẫn trên thế giới và sự đổ bộ của các tập đoàn bán lẻ chỉ là vấn đề thời gian. Hãy tìm hiểu và phát thảo chiến lược phân phối của công ty chuyên kinh doanh nước hoa cao cấp tại Việt Nam?



22

---

---

---

---

---

---

---

---



[www.dinhvienminh.net](http://www.dinhvienminh.net)

---

---

---

---

---

---

---

---