

**PHÂN TÍCH QUY TRÌNH XUẤT KHẨU HÀNG HÓA CỦA
CÔNG TY TNHH THÁI GIA SƠN**

LỜI CẢM ƠN

THAY ĐỔI LỜI CẢM ƠN TẠI

<https://baocaothuctap.net/loi-cam-on-khoa-luan-tot-nghiep/>

LỜI MỞ ĐẦU

1.Lý do chọn đề tài:

Việt Nam ngày càng hội nhập các tổ chức thương mại quốc tế như WTO, APEC, OPEC, điều này cho thấy nền kinh tế nước ta ngày càng hội nhập và không thể tách khỏi hoạt động thương mại quốc tế, tạo ra nhiều cơ hội cho doanh nghiệp Việt Nam có các hoạt động thương mại quốc tế cũng như nhằm thu hút ngoại tệ phục vụ cho sự phát triển của đất nước.

Để giữ vững vị thế cạnh tranh trên thị trường quốc tế sau khi gia nhập các tổ chức thương mại như trên thì các doanh nghiệp Việt Nam cần mở rộng thị trường và hoạch định chiến lược phát triển nhiều hơn nữa nhằm đảm bảo tăng doanh số bán hàng. Tiếp cận nhiều thị trường quốc tế hơn nữa, hoạt động nghiên cứu phát triển thị trường đem lại nhiều lợi ích cho các doanh nghiệp kinh doanh quốc tế. Các doanh nghiệp cần phải nghiên cứu nắm bắt được nhu cầu tiêu dùng của người nước ngoài, cần phải nghiên cứu sâu hơn về văn hóa tiêu dùng cũng như đối thủ cạnh tranh tại nước ngoài. Ngoài ra các doanh nghiệp cũng phải đối mặt với rất nhiều sự cạnh tranh gay gắt trong và ngoài nước và các nhân tố khác như văn hóa xã hội, chính trị, pháp luật và kinh tế..

Là một doanh nghiệp chuyên sản xuất kinh doanh các sản phẩm từ hạt điều, Công ty TNHH Thái Gia Sơn đã không ngừng cố gắng đổi mới và thích ứng với thị trường kinh doanh gay gắt hiện nay, trong những năm qua công ty đã gặt hái nhiều thành công trong hoạt động xuất khẩu các sản phẩm của Công ty ra thị trường nước ngoài.

Sau một thời gian thực tập tại phòng xuất nhập khẩu của Công ty TNHH Thái Gia Sơn, em đã học hỏi được nhiều kiến thức bổ ích phù hợp với chuyên ngành của mình. Được sự giúp đỡ và hướng dẫn tận tình của thầy cô và các anh chị trong phòng,

em đã mạnh dạn chọn đề tài “*Phân tích quy trình xuất khẩu hàng hóa của công ty TNHH Thái Gia Sơn*” làm đề tài cho báo cáo thực tập tốt nghiệp.

2.Mục tiêu nghiên cứu của đề tài:

Mục tiêu chính: Phân tích thực trạng hoạt động xuất khẩu của Công ty TNHH Thái Gia Sơn. Từ đó đưa ra giải pháp cho Công ty TNHH Thái Gia Sơn tại TP.HCM nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động xuất khẩu của Công ty TNHH Thái Gia Sơn.

Mục tiêu cụ thể

- Phân tích và đánh giá thực trạng hoạt động xuất khẩu của Công ty TNHH Thái Gia Sơn

- Đề ra một số giải pháp và kiến nghị nhằm góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động xuất khẩu của Công ty TNHH Thái Gia Sơn ở hiện tại và tương lai.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu của đề tài

3.1. Đối tượng nghiên cứu

Hoạt động xuất khẩu của Công ty TNHH Thái Gia Sơn trong thời gian gần đây. Phân tích đánh giá những yếu tố tác động trực tiếp và gián tiếp đến hoạt động xuất khẩu trụ hạt điều của công ty.

3.2. Phạm vi nghiên cứu

- Về không gian: Nâng cao hiệu quả hoạt động xuất khẩu nhằm mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm của Công ty TNHH Thái Gia Sơn lĩnh vực kinh doanh sản phẩm hạt điều

- Về thời gian: Nghiên cứu hoạt động xuất khẩu hạt điều của Công ty TNHH Thái Gia Sơn trong giai đoạn 2017 – 2019 và mục tiêu, giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động xuất khẩu của công ty đến năm 2023.

4. Phương pháp nghiên cứu của đề tài

Nguồn thông tin:

Thu thập thông tin thứ cấp: Thông tin giới thiệu về công ty bao gồm: sơ lược công ty, lịch sử hình thành, cơ cấu tổ chức, mục tiêu và sứ mệnh, lĩnh vực hoạt động kinh doanh, các mẫu văn bản... thông qua website của công ty và những số liệu do phòng hành chính cung cấp.

Bên cạnh đó là những thông tin và số liệu về tình hình hoạt động của công ty, bảng kết quả hoạt động kinh doanh của công ty trong giai đoạn từ năm 2017 đến năm 2019, danh sách khách hàng, các hoạt động truyền thông mà công ty đang áp dụng... thông qua số liệu cung cấp từ phòng kinh doanh, kế toán và phòng hành chính của công ty.

Ngoài những thông tin thu thập từ nội bộ công ty, ta còn có thể thu thập thông tin thông qua sách báo, mạng internet, các tài liệu tham khảo...

Nghiên cứu được thực hiện trên cơ sở sử dụng các phương pháp sau:

- * Phương pháp thống kê, mô tả nhằm tập hợp các số liệu và đánh giá thực trạng nhằm đưa ra cái nhìn tổng quan về tình hình hoạt động xuất khẩu tại Công ty TNHH Thái Gia Sơn.
- * Phương pháp phân tích, so sánh nhằm đối chiếu, so sánh các số liệu, thông tin trong quá khứ để tìm hiểu nguyên nhân và có các giải pháp phù hợp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động truyền thông của công ty trong thời gian tới.

5. Kết cấu của đề tài

Đề tài bao gồm 3 chương:

CHƯƠNG 1: Tổng quan công ty TNHH Thái Gia Sơn

CHƯƠNG 2: Thực trạng quy trình và kinh doanh xuất khẩu của công ty TNHH Thái Gia Sơn

CHƯƠNG 3: Một số giải pháp thúc đẩy kinh doanh xuất khẩu của công ty TNHH Thái Gia Sơn

CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ CÔNG TY TNHH THÁI GIA SƠN

1.1. Quá trình hình thành và phát triển của Công ty

1.1.1. Quá trình hình thành

CÔNG TY TNHH THÁI GIA SƠN

Địa chỉ: Số 220/37/1, Đường số 10, Phường 9, Quận Gò Vấp, TP Hồ Chí Minh

Tên giao dịch: THAGISON CO., LTD

Giấy phép kinh doanh: 0304915489 - ngày cấp: 16/04/2007

Ngày hoạt động: 09/04/2007

Điện thoại: 06503798205 - Fax: 3798208

Giám đốc: THÁI DOÃN NGHĨA

Lĩnh vực: Bán buôn sản phẩm từ hạt điều

- Website: thagison.com
- MST: 0304915489
- Vốn điều lệ 2000.000.000 (2 tỷ đồng)
- Logo Công ty:



THAGISON được thành lập vào đầu năm 2007 bởi hai anh em người Thái, có kinh nghiệm trong thương mại quốc tế dưới tên của doanh nghiệp tư nhân, chuyên sản xuất - chế biến - cung cấp cho thị trường nội.

Thagison đã trải qua thời gian đáng nhớ đó cho thấy nỗ lực và phát triển trong giai đoạn đầu đầy khó khăn. Đầu năm 2007, để tăng số lượng và kiểm soát chất lượng, Thagison được thành lập nhà máy chế biến tiêu với cơ sở hạ tầng đầy đủ, bao gồm các công nghệ và dây chuyền sản xuất mới nhất cho chế biến các loại hạt tiêu đáp ứng nhu cầu khắt khe của thị trường.

Công ty đã hoàn thành giai đoạn đầu tiên vào tháng 10, năm 2011 với cơ sở hạ tầng cơ bản của nhà máy để sản xuất từ hạt điều thô cho tới điều nhân. Và công ty đang tăng cường các bước cơ sở hạ tầng từng bước đáp ứng tiêu chuẩn ISO / HACCP và tiêu chuẩn cao hơn. Sản phẩm điều nhân với bao bì cũng được phát triển. Bên cạnh các sản phẩm chế biến của công ty, công ty đang kinh doanh cho sản phẩm nông nghiệp khác như dừa sấy khô, cà phê, gạo, quế, nghệ, gừng, trà ... Công ty TNHH Thái Gia Sơn cam kết khi khách hàng đến với công ty sẽ được đảm bảo về chất lượng đúng, giá cả cạnh tranh và thời gian giao hàng. Vì vậy, công ty đã giành được sự tin tưởng từ khách hàng địa phương của công ty cũng như người mua quốc tế. Với đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp, được đào tạo tốt, có kinh nghiệm và tay nghề cao, công ty cung cấp sản phẩm chất lượng tốt nhất, giá cả cạnh tranh và dịch vụ thương mại hạng nhất cho khách hàng.

Với cơ sở vật chất và trang thiết bị hiện đại cùng với đội ngũ cán bộ, kỹ sư, KTV và công nhân lành nghề làm chủ kỹ thuật và công nghệ tiên tiến. Mỗi năm nhà máy đưa ra thị trường gần 4.000 tấn sản phẩm (tính tới năm 2015) và tính tới cuối năm 2019 đã là 6.000 tấn sản phẩm các loại bao gồm: bánh qui xốp, bánh lương khô, kẹo cứng có nhân, bánh Trung Thu, mứt Tết, bánh tươi, các loại bánh kem sinh nhật, bánh cưới...đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm có chất lượng cao, mẫu mã bao bì đẹp, cơ cấu chủng loại hàng hoá đa dạng phong phú, giá cả hợp lý...vì vậy tất cả các sản phẩm mang thương hiệu cao cấp Thái Gia Sơn đã được tặng nhiều huy chương vàng trong các hội chợ triển lãm trong nước và Quốc tế.

Những sản phẩm của nhà máy sản xuất ra đã được 300 nhà phân phối và trên 35.000 điểm bán lẻ rộng khắp trong cả nước tổ chức bán ra với cơ chế bán hấp dẫn, thuận tiện cho mọi khách hàng đến với thương hiệu cao cấp Thái Gia Sơn. Vì vậy tốc độ phát triển kênh phân phối năm sau tăng trưởng hơn năm trước từ 20%-30%. Bên cạnh nhà phân phối, Công ty còn có cả: Chi nhánh, trạm, cửa hàng của công ty đặt tại các tỉnh thành trong cả nước để tiếp nhận và giải quyết các nhu cầu của nhà phân phối, nhằm đảm bảo các điều kiện thuận lợi nhất cho các nhà phân phối đưa sản phẩm Thái Gia Sơn đến tận tay người tiêu dùng.

1.1.2. Lĩnh vực sản xuất kinh doanh

* Ngành nghề kinh doanh chính: kinh doanh thương mại

Doanh nghiệp hoạt động lưu thông phân phối hàng hóa trên thị trường. Các lĩnh vực mà công ty đang thực hiện kinh doanh là việc phân phối, bán buôn.

Các sản phẩm hàng hóa của công ty chủ yếu là các loại sản phẩm được chế biến từ hạt điều

- Chế biến và phân phối các sản phẩm từ hạt điều

- Sản phẩm nông nghiệp khác như dừa sấy khô, cà phê, gạo, quế, nghệ, gừng, trà...



Từ khi công ty thành lập tới nay cùng với sự nỗ lực của ban lãnh đạo công ty, những đóng góp của cán bộ công nhân viên toàn công ty mà công ty đã luôn hoàn thành và vượt kế hoạch đặt ra.

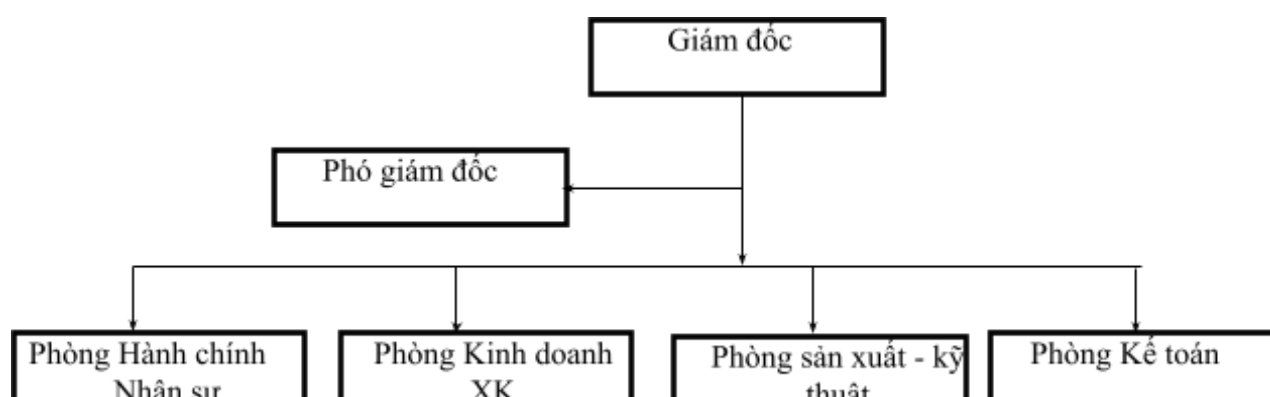
Công ty xây dựng và tổ chức thực hiện các chỉ tiêu kế hoạch kinh doanh dài, trung và ngắn hạn do cấp trên giao xuống. Trong quá trình kinh doanh, công ty phải đổi mới phương pháp mua bán phù hợp với nhu cầu thị trường và tự cân đối mức luân chuyển hàng hóa, cải tổ thay thế các sản phẩm làm từ hạt điều, chất lượng,... những sản phẩm chưa đạt yêu cầu, bảo vệ an toàn trong sản xuất, bảo vệ môi trường, giữ gìn an ninh trật tự.

1.2. Cơ cấu tổ chức của Công ty

1.2.1. Sơ đồ tổ chức

HƠN 100 MẪU SƠ ĐỒ TỔ CHỨC TẠI

<https://baocaothuctap.net/so-do-to-chuc/>



(Nguồn: Phòng Hành chính)

Hình 1.1: Cơ cấu tổ chức của Công ty TNHH Thái Gia Sơn

1.2.2. Chức năng và nhiệm vụ

Giám đốc (Thái Doãn Nghĩa) là người đại diện pháp lý của công ty, có quyền hành cao nhất, toàn quyền quyết định mọi vấn đề của công ty. Giám đốc quyết định việc xây dựng chiến lược phát triển, phương án kinh doanh và chịu trách nhiệm về kết quả sản xuất kinh doanh cũng như đảm bảo thực hiện nghĩa vụ đối với Nhà nước.

Phó Giám đốc (Trần Viết Hưng) giúp việc cho giám đốc và chịu trách nhiệm trước giám đốc về các nội dung công việc, lĩnh vực được phân công. Phó Giám đốc chủ động giải quyết những công việc đã được giám đốc ủy quyền theo quy định của pháp luật và điều lệ công ty.

Phòng Hành chính (Nguyễn Thị Mai Hương) chịu trách nhiệm tổ chức bộ máy nhân sự và xây dựng chiến lược phát triển nguồn nhân lực của toàn Công ty, ngân sách liên quan đến chi phí lao động (quỹ lương, chi phí đào tạo, chi phí đóng BHXH, BHYT,...).

Phòng kinh doanh (Nguyễn Văn Long) có nhiệm vụ xây dựng kế hoạch kinh doanh ngắn hạn và dài hạn, tham khảo ý kiến của các phòng có liên quan để phân chỉ tiêu kinh doanh, đưa ra các kế hoạch, dự báo nhằm phục vụ cho mục tiêu kinh doanh của công ty. Phòng này còn chịu nhiệm vụ quản lý các cửa hàng của Công ty, báo cáo thống kê trong toàn bộ hoạt động kinh doanh của chi nhánh theo định kỳ lên giám đốc.

Phòng sản xuất: Kiểm tra, giám sát quy trình sản xuất tại các phân xưởng; Theo dõi tình hình sản xuất của công ty bảo đảm yêu cầu kỹ thuật đề ra; Nghiên cứu cải tiến đổi mới thiết bị máy móc nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm, đề xuất sản phẩm không phù hợp; Chịu trách nhiệm quản lý, vận chuyển sản phẩm cho khách hàng và cuối cùng là xây dựng hệ thống quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn chất lượng của công ty.

Phòng kế toán có nhiệm vụ quản lý, tư vấn cho Ban lãnh đạo công ty về lĩnh vực tài

chính, thực hiện toàn bộ công việc kế toán của công ty như: Kế toán tiền mặt, kế toán tài sản cố định, kế toán chi phí, kế toán giá thành, kế toán tiền lương...

Nhận xét: Các phòng có mối quan hệ tương hỗ, gắn bó chặt chẽ với nhau để đảm bảo cho các hoạt động quản lý của Công ty được kịp thời và thông suốt với hiệu quả cao nhất. Cơ cấu tổ chức của Công ty đã tương đối hợp lý.

1.3. Tình hình nhân sự tại Công ty

1.3.1. Theo giới tính

Bảng 1.1: Cơ cấu lao động theo giới tính

(Đơn vị tính: Người)

Giới tính	Năm 2017		Năm 2018		Năm 2019	
	Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)	Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)	Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)
Nam	23	43,4	26	38,24	27	37,5
Nữ	30	56,6	42	61,76	45	62,5
Tổng cộng	53	100	68	100	72	100

(Nguồn: Phòng Hành Chính – Nhân sự)

Nhận xét:

Qua bảng số liệu ta thấy tổng số lao động ở công ty tăng dần qua các năm và lượng lao động chủ yếu là lao động nữ.

- Lao động nam:

Qua bảng số liệu ta thấy tỷ lệ lao động nam ít hơn tỷ lệ lao động nữ. Cụ thể: Năm 2017 số lao động nam là 23, chiếm tỷ lệ 43,4%, đến năm 2018 là 26 người tăng 3 người so với năm 2017, chiếm tỷ lệ là 38,24%. Đến năm 2019, số lao động nam là 27 người tăng 1 người so với năm 2018, chiếm tỷ lệ là 37,5%.

- Lao động nữ:

Trong ba năm qua số lao động nữ chiếm tỷ lệ nhiều hơn lao động nam, cho thấy đội ngũ Công ty cần những nhân viên cần cù, chăm chỉ. Cụ thể: Năm 2017 số lao động nữ là 30 người chiếm tỷ lệ 56,6%, đến năm 2018 là 42 người tăng 12 người so với năm 2017, chiếm tỷ lệ 61,76%. Đến năm 2019 số lao động nữ là 45 người tăng 3 người và chiếm tỷ lệ là 62,5%.

1.3.2. Theo độ tuổi

Bảng 1.2: Cơ cấu lao động theo độ tuổi

(Đơn vị tính: Người)

Độ tuổi (tuổi)	Năm 2017		Năm 2018		Năm 2019	
	Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)	Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)	Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)

Dưới 30	26	49,06	38	55,88	42	58,34
Từ 30-45	21	39,62	24	35,3	24	33,33
Trên 45	6	11,32	6	8,82	6	8,33
Tổng cộng	53	100	68	100	72	100

(Nguồn: Phòng Hành Chính – Nhân Sự)

Nhận xét:

Số lao động dưới 30 tuổi: Chiếm tỷ lệ cao nhất trong Công ty và tăng qua các năm. Cụ thể: năm 2017 là 26 người chiếm tỷ lệ 49,06%, sang năm 2018 tăng thêm 12 người với tỷ lệ là 55,88%. Đến năm 2019 tổng số LĐ này là 42 người tăng thêm 4 người so với năm 2018 với tỷ lệ là 58,34%.

Số lao động trong độ tuổi từ 30 đến 45: Có sự biến động qua các năm nhưng có xu hướng giảm dần. Năm 2017 tổng số lao động này là 21 người, chiếm tỷ lệ là 39,62%, năm 2018 là 24 người chiếm 35,3%, giảm 4,29% so với năm 2017, và giữ nguyên mức lao động là 24 người ở năm 2019 nhưng tỷ lệ giảm 2% còn 33,33% lao động.

Số lao động trên 45 tuổi: Chiếm tỷ lệ nhỏ nhất trong các nhóm tuổi và có số lượng lao động không đổi qua ba năm, tuy nhiên tỷ lệ có xu hướng giảm dần. Năm 2017 tổng số có 6 người chiếm 11,32%, năm 2018 số lao động là 6 người, tỷ lệ giảm 2,5% còn 8,82%, đến năm 2019 tỷ lệ lao động vẫn ở mức 6 người và tỷ lệ tiếp tục giảm 0,5% còn 8,33%. Về độ tuổi, nhìn chung Công ty có lực lượng lao động tương đối trẻ. Điều này thể hiện Công ty rất coi trọng vấn đề trẻ hóa đội ngũ cán bộ công nhân viên, bởi vì các nhà quản lý hiểu rằng họ chính là lực lượng nòng cốt trong tương lai.

1.3.3. Theo trình độ chuyên môn

Bảng 1.3: Cơ cấu lao động theo trình độ chuyên môn

(Đơn vị tính: Người)

Trình độ	Năm 2017		Năm 2018		Năm 2019	
	Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)	Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)	Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)
Đại học – Cao đẳng	16	30,19	23	33,82	25	34,72
Trung cấp	14	26,41	19	27,94	19	26,39
Lao động phổ thông	23	43,4	26	38,24	28	38,89

Tổng cộng	53	100	68	100	72	100
------------------	-----------	------------	-----------	------------	-----------	------------

(Nguồn: Phòng Hành Chính – Nhân Sự)

Nhận xét: Qua Bảng 1.3 ta thấy rằng chất lượng lao động của công ty tăng qua mỗi năm, điều này phù hợp với sự phát triển của công ty trong điều kiện cạnh tranh hiện nay. Cụ thể:

- Số lao động có trình độ ĐH – CĐ: Năm 2017 là 16 người chiếm tỷ lệ 30,19% trong tổng số lao động, năm 2018 tăng 7 người chiếm tỷ lệ 33,82%. Đến năm 2019 số lao động này là 25 người chiếm tỷ lệ 34,72%. Như vậy số lao động có trình độ ĐH – CĐ ngày càng được nâng cao và chiếm tỷ lệ ngày càng tăng.

Điều này chứng tỏ công ty ngày càng chú trọng vào việc nâng cao năng lực đội ngũ cán bộ công nhân viên và chú trọng vào việc tuyển dụng tăng nhiều nhân viên mới có trình độ để hiện đại hóa lực lượng lao động của mình.

- Số lao động có trình độ trung cấp: số lao động tăng dần lên qua các năm, chiếm tỷ lệ từ 20 đến 30%. Năm 2017 số lao động này là 14 người chiếm tỷ lệ 26,41%, năm 2018 tăng 5 người chiếm tỷ lệ 27,94% và giữ nguyên mức lao động là 19 người trong 2 năm 2018-2019 nhưng năm 2019 tỷ lệ giảm đi 1,55%.

- Số lao động phổ thông: chiếm tỷ lệ lớn nhất trong các nhóm lao động. Năm 2017 có 23 người chiếm 43,4%, sang đến năm 2018 tăng 3 người, tỷ lệ 38,24%, đến năm 2019 số lao động này tăng thêm 2 người chiếm tỷ lệ là 38,89%. Số lượng lao động này một phần là học việc, phần còn lại là lao động có trình độ cao đáp ứng nhu cầu công việc hiện tại.

1.4. Kết quả hoạt động kinh doanh và tài chính của Công ty TNHH Thái Gia Sơn giai đoạn 2017 – 2019

1.4.1. Tình hình hoạt động kinh doanh của công ty TNHH Thái Gia Sơn giai đoạn 2017 - 2019

Bảng 1.4: Khái quát doanh thu, lợi nhuận, chi phí của Công ty giai đoạn 2017 – 2019

(Đơn vị tính: 1000 VNĐ)

	Năm 2017	Năm 2018	Năm 2019	So sánh 2018/2017		So sánh 2019/2018	
	Số tiền	Số tiền	Số tiền	Tuyệt đối	Tương đối (%)	Tuyệt đối	Tương đối (%)

Doanh thu	114.571	131.432	141.913	16.861	14,72	10.481	7,97
Chi phí	110.981	127.564	135.504	16.583	14,94	7.940	6,22
Lợi nhuận trước thuế	3.590	3.868	6.409	278	7,74	2.541	65,69

(Nguồn: Bảng kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty)

Chỉ tiêu doanh thu, chi phí và lợi nhuận của Công ty trong 3 năm đều tăng. Năm 2018 cả hai chỉ tiêu doanh và chi phí của doanh nghiệp đều tăng khoảng 14% so với doanh thu và chi phí của năm 2017. Điều đó chứng tỏ hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty có chiều hướng phát triển, tổng doanh thu của Công ty tăng là do Công ty đã mở rộng thị trường tiêu thụ tiến hành các hoạt động Marketing cho sản phẩm của mình, tạo ra những mẫu mã đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng. Bên cạnh đó Công ty chú trọng đến việc nâng cao chất lượng sản phẩm và tạo được uy tín đối với khách hàng. Vào năm 2019 tốc độ tăng của hai chỉ tiêu này đều giảm so với giai đoạn trước nhưng lợi nhuận tăng mạnh chứng tỏ công tác quản lý chi phí của công ty có hiệu quả, tiết kiệm được chi phí kinh doanh.

Nhìn chung doanh thu trong 3 năm của Công ty thu được chủ yếu bằng hoạt động bán hàng và cung cấp dịch vụ. Năm 2017 có doanh thu từ hoạt động bán hàng và cung cấp dịch vụ là 114,571 triệu đồng, năm 2018 chỉ tiêu này tăng 14,72% so với năm 2017, nguyên nhân là do Công ty tìm được nhiều khách hàng hơn và tìm thêm được nhiều thị trường xuất khẩu mới, đồng thời Công ty luôn chú trọng đến việc bảo đảm và nâng cao chất lượng sản phẩm hơn nữa để tạo được uy tín và thu hút nhiều khách hàng mới. Doanh thu năm 2019 tăng 7,97% so với năm 2018. Do mặt hàng sản xuất chính của Công ty là hạt điều đã có nhiều khách hàng biết đến và đã xuất sang nhiều nước trên thế giới sau vụ kiện bán phá giá năm 2018 nhưng do ảnh hưởng của cuộc suy thoái kinh tế người dân đã phần nào thắt chặt chi tiêu nên Công ty đã tiến hành giảm giá hàng bán nhằm cung cấp cho khách hàng của mình những sản phẩm có chất lượng với giá có thể chấp nhận được nên tốc độ tăng trưởng thấp hơn giai đoạn trước.

Chi phí bán hàng là chi phí có giá trị lớn nhất trong tổng chi phí của công ty. Chi phí cho hoạt động sản xuất kinh doanh năm 2018 tăng 14,94% so với năm 2017. Đây là do việc mở rộng và giảm bớt hoạt động sản xuất của Công ty vì những lý do khách quan của thị trường. Năm 2018 nhu cầu của thị trường về những sản phẩm của Công ty tăng và trong năm năm 2019 do lãi suất ngân hàng trong năm này tăng cao và những bất lợi của thị trường nên

năm 2019 chi phí sản xuất kinh doanh của Công ty là 6,569 triệu đồng tăng 6.22% so với chi phí sản xuất kinh doanh của năm 2018.

Chi phí quản lý doanh nghiệp có chiều hướng tăng qua năm 2018 nhưng lại giảm vào năm 2019, nguyên nhân là do trong năm 2018 có nhiều cán bộ trong ban quản lý đã tới thời hạn nâng ngạch lương và một số thiết bị văn phòng đã bị hư, Công ty phải tốn chi phí để trang bị mới thay thế cho các trang thiết bị đã bị thanh lý.

Chi phí tài chính của Công ty chủ yếu là để trả lãi vay. Chi phí tài chính của Công ty tăng mạnh vào năm 2018 và giảm nhẹ vào năm 2019. Năm 2018 chi phí này tăng 62.29% so với năm 2017 và năm 2019 chi phí này chỉ tăng 25.96% so với chi phí tài chính của năm 2018. Nguyên nhân của sự tăng mạnh của chi phí tài chính do trong năm 2018 Công ty tăng sản xuất nhưng nguồn vốn của Công ty không đủ để cung cấp cho hoạt động này.

Chi phí khác tốc độ tăng trưởng giai đoạn 2018-2019 thấp hơn so với giai đoạn trước. Điều này là do có sự cải cách và tổ chức lại trong sử dụng nên các chi phí như chi phí văn phòng, thiết bị, điện nước, bảo quản, sửa chữa, dịch vụ giảm làm cho khoản mục này ngày càng giảm trong các năm.

Lợi nhuận của Công ty thu về tăng 7,74% vào năm 2018 và tăng 65.69% vào năm 2019. Sự biến động lợi nhuận của các năm là do các nhân tố được thể hiện như sau:

Nhìn chung, Công ty có 3 hoạt động chủ yếu đó là hoạt động chế biến xuất khẩu, hoạt động gia công chế biến, hoạt động xuất khẩu. Trong đó, hoạt động chế biến xuất khẩu là hoạt động mang lại nhiều lợi nhuận nhất cho Công ty. Năm 2018 hoạt động này mang lại lợi nhuận là 2.245 triệu đồng tăng 6.7% so với năm 2017. Đến năm 2019 lợi nhuận trong năm tăng 619 triệu với lợi nhuận năm 2018. Lợi nhuận từ chế biến xuất khẩu đang ngày một chiếm tỷ lệ cao trong cơ cấu lợi nhuận của Công ty.

Về hoạt động gia công chế biến, lợi nhuận thu từ hoạt động này ngày càng tăng năm 2017 lợi nhuận từ hoạt động này là 1.158 triệu đồng chiếm 32.3% trong tổng lợi nhuận. Năm 2019 lợi nhuận từ hoạt động này là 2.183 triệu đồng tăng 978 triệu đồng so với năm 2018.

Về hoạt động xuất khẩu, năm 2018 lợi nhuận từ xuất bán hạt điều tăng gấp 27.74% so với năm 2017, đến năm 2019 lợi nhuận từ hoạt động này tăng mạnh 225.84% so với năm 2018. Nguyên nhân là do Công ty vừa đầu tư dây chuyền mới để chế biến sản phẩm xuất khẩu nên Công ty đã tăng xuất khẩu nguyên liệu thô nên làm cho lợi nhuận từ hoạt động xuất khẩu tăng trong năm 2019.

Tóm lại, thông qua các khoản mục lợi nhuận của Công ty ta có thể thấy được Công ty đã có những thành tựu bước đầu trong việc thực hiện các chính sách của mình.

1.5. Phương hướng phát triển chung của Công ty

- Tăng tích lũy, phát triển sản xuất kinh doanh của Công ty
- Góp phần thiết thực vào việc thực hiện các nhiệm vụ phát triển kinh tế-xã hội của đất nước.
- Chấp hành mọi quy định, các chế độ chính sách về quản lý và sử dụng tiền vốn, vật tư tài sản, nguồn lực thể hiện hạch toán kinh tế đảm bảo duy trì và phát triển vốn ngân sách đúng quy định.
- Tăng cường đầu tư chuyên sâu, không ngừng nâng cao chất lượng, đa dạng hoá sản phẩm, mở rộng thị trường tiêu thụ tăng năng suất lao động.
- Xây dựng các phương án kinh doanh và phát triển theo kế hoạch mục tiêu, chiến lược của công ty.
- Đầu tư công nghệ sản xuất tiên tiến, đào tạo đội ngũ công nhân viên có trình độ chuyên môn, tay nghề giỏi, đặc biệt đội ngũ nhân viên thị trường.
- Bảo vệ uy tín của doanh nghiệp, thực hiện đúng tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm, bảo vệ môi trường theo quy định của nhà nước.

1.6. Thuận lợi và khó khăn

1.6.1. Thuận lợi

Trong suốt thời gian qua thị phần về doanh thu bán hàng của Công ty liên tục tăng trưởng. Các mạng lưới bán hàng được tổ chức rộng khắp bao phủ cả thị trường Thành phố và khu vực rìa thành phố Hồ Chí Minh.

Công ty được nhiều khách hàng biết đến với nhiều sản phẩm như các mặt hàng: đất nền dự án, nhà cung cư trung và cao cấp, nhà phố,..

Để thích ứng với sự thay đổi biến động trên thị trường nhất là khi đáp ứng nhu cầu rộng rãi của số đông, nhiều nhóm khách hàng. Các cán bộ quản trị hệ thống bán hàng đã làm tốt công tác điều chỉnh hệ thống để thay đổi kịp thời, đưa ra những biện pháp thích hợp thu hút khách hàng hơn và doanh số bán hàng của Công ty liên tục tăng cao trong những năm gần đây.

Công ty giảm giá bán sản phẩm đối với khách hàng mua với số lượng lớn, trích thưởng và khuyến mãi phần trăm trong hoạt động tiêu thụ. Bộ phận giao hàng miễn phí, lấy tiền hàng

sau khi đã giao hàng cho khách hàng. Quan tâm đến khách hàng sau khi mua hàng nhằm mục đích tạo thương hiệu và uy tín cho Công ty.

1.6.2. Khó khăn

Kế hoạch bán hàng của Công ty tổ chức chưa cụ thể, chưa phù hợp với mục tiêu kinh doanh. Các chỉ tiêu kế hoạch bán hàng xây dựng cho năm tiếp theo, Công ty thường dựa vào kinh nghiệm và phán đoán khả năng tiêu thụ sản phẩm, chưa phát triển sâu vào việc nghiên cứu thị trường. Các chính sách làm tăng doanh thu bán hàng chưa đáp ứng được nhu cầu tiêu thụ. Sự tiếp cận khách hàng qua các kênh chưa thu hút được nhiều khách hàng.

Các địa điểm bán hàng của Công ty nằm tại những vị trí kinh doanh rất thuận lợi, dân cư tập trung qua lại rất đông đúc. Tuy nhiên, các địa điểm bán lại được tổ chức sắp xếp theo quy cách là nơi giao dịch mua bán chứ không để trưng bày nhà mẫu, chưa thu hút được nhiều khách hàng.

Việc đào tạo để nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ của đội ngũ quản trị và lực lượng bán hàng của Công ty được tổ chức khi có nhu cầu. Công tác tuyển dụng thêm lực lượng bán hàng có kinh nghiệm, lực lượng trẻ tuổi có năng lực chuyên môn nhiệt tình trong công việc thì chưa được quan tâm tăng cường.

Chế độ khen thưởng của Công ty chưa được thỏa đáng rõ ràng để khuyến khích tạo động lực cho các nhân viên phát triển làm việc một cách tích cực và đảm bảo quyền bình đẳng giữa mọi người, mối quan hệ đoàn kết gắn bó của đội ngũ nhân viên bán hàng trong Công ty chưa được sâu sắc.

Mặc dù có sự thông suốt trong kênh nhưng các nhân viên bán có thể tránh sự kiểm soát của các cấp quản lý trong Công ty. Việc mở rộng các thị trường tiêu thụ hàng hóa với tốc độ nhanh nên khó có thể giám sát chặt chẽ hoạt động các nhân viên. Đội ngũ cán bộ quản trị còn thiếu, không đủ để theo dõi một hệ thống gồm nhiều nhân viên.

Tham khảo thêm các bài tại

<https://baocaothuctap.net/bao-cao-thuc-tap-xuat-nhap-khau/>

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG KINH DOANH XUẤT KHẨU HẠT ĐIỀU NHÂN CỦA CÔNG TY TNHH THÁI GIA SƠN

2.1. Quy trình xuất khẩu

2.1.1. Kí kết hợp đồng xuất khẩu

Hiện nay, thị trường xuất khẩu của công ty TNHH Thái Gia Sơn chủ yếu qua thị trường Hà Lan. Hợp đồng mua bán hạt điều nhân sẽ được ký kết giữa Công ty TNHH Thái Gia Sơn với đối tác tại thị trường Hà Lan là Công ty CATZ INTERNATIONAL B.V. Hợp đồng được ký dựa trên sự thỏa thuận về việc mua điều nhân của Công ty TNHH Thái Gia Sơn. Trong đó quy định quyền và nghĩa vụ của các bên. Công ty TNHH Thái Gia Sơn phải cung cấp hàng hóa, chuyển giao các chứng từ có liên quan đến hàng hóa và quyền sở hữu hàng hóa, Công ty CATZ INTERNATIONAL B.V phải thanh toán tiền hàng và nhận hàng.

Trước tiên, nhân viên bên bộ phận kinh doanh sẽ tìm kiếm khách hàng tiềm năng cũng như tìm hiểu về nhu cầu của khách hàng về mặt hàng mà công ty hiện đang sản xuất trên các website xuất nhập khẩu, quảng bá về công ty trên các phương tiện thông tin để khách hàng dễ dàng tìm thấy. tuy nhiên có thể thấy được là công ty không thể cung cấp chi tiết hết tất cả những thông tin cần thiết và đầy đủ đến khách hàng. Ngoài ra việc cạnh tranh chào hàng đến các khách hàng thế giới còn hạn chế do sự cạnh tranh gay gắt của thị trường ngày nay.

Các bước để ký kết hợp đồng ngoại thương:

- Bước 1: Chào hàng. Gửi mail báo giá cũng như các thông tin cơ bản: tên hàng, chất lượng, khối lượng, mẫu mã, bao bì, giá cả, điều kiện thanh toán và các dịch vụ kèm theo,...
- Bước 2: Khi nhận được đơn chào hàng nhưng người nhận không chấp nhận hoàn toàn đơn chào hàng thì họ sẽ đưa ra đề nghị mới và sẽ có một đợt thỏa thuận giữa hai bên thông qua gặp mặt trực tiếp, email, sky, điện thoại,...
- Bước 3: Khi đã đồng ý về sản phẩm thì tiếp theo công ty sẽ tiếp tục đàm phán về phương thức thanh toán, vận chuyển, ngày giao cùng với các dịch vụ khác,...
- Bước 4: Sau khi đã thỏa thuận xong và hai bên đều thống nhất với các điều khoản

thì tiến hành đi đến ký kết hợp đồng.

Khi ký kết một hợp đồng hai bên lưu ý một số điều sau:

Điều 1: Tên hàng, phẩm chất, qui cách, số lượng, bao bì, ký mã hiệu

Điều 2: Giá cả

Điều 3: Thời hạn, địa điểm, phương thức giao hàng, vận tải

Điều 4: Điều kiện kiểm nghiệm hàng hóa

Điều 5: Điều kiện thanh toán trả tiền

Điều 6: Điều kiện khiếu nại

Điều 7: Điều kiện bất khả kháng

Điều 8: Điều khoản trọng tài

2.1.2. Thực hiện hợp đồng xuất khẩu

Căn cứ vào điều khoản đã ghi trong hợp đồng Công ty TNHH Thái Gia Sơn phải tiến hành sắp xếp các công việc mà mình phải làm - ghi thành bảng biểu theo dõi tiến độ thực hiện hợp đồng, kịp thời nắm bắt diễn biến tình hình các văn bản đã gửi đi và nhận những thông tin phản hồi từ phía đối tác.

C.ty tùy theo từng khách hàng khác nhau mà sử dụng nhiều phương thức thanh toán khác nhau và nhân viên phòng kế toán chịu trách nhiệm làm khâu này.

- Phương thức thanh toán TT: (Telegraphic Transfer - chuyển tiền bằng điện) nằm trong hình thức thanh toán By remittance - By transfer. Hình thức này như sau: Ngân hàng của người mua sẽ điện ra lệnh cho ngân hàng đại lý của mình ở nước ngoài thanh toán tiền cho người bán. TT thì có 2 phương thức là chuyển tiền trả trước và chuyển tiền trả ngay hoặc trả sau:

- + Chuyển tiền trả trước gồm các bước sau:

B1: Người mua đến ngân hàng của người mua ra lệnh chuyển tiền để trả cho nhà xuất khẩu.

B2: Ngân hàng người mua gửi giấy báo nợ đến người mua.

B3: Ngân hàng bên mua chuyển tiền cho ngân hàng bên bán.

B4: Ngân hàng người bán gửi giấy báo có cho người bán.

B5: Người bán giao hàng và bộ chứng từ hàng hóa cho người mua.

- + Chuyển tiền trả sau gồm các bước:

B1: Người bán giao hàng và bộ chứng từ hàng hóa cho người mua.

B2: Người mua ra lệnh cho ngân hàng người mua chuyển tiền để trả.

B3: Ngân hàng người mua gửi giấy báo nợ cho người mua.

B4: Ngân hàng bên mua chuyển tiền trả cho ngân hàng bên

bán. B5: Ngân hàng bên bán gửi giấy báo có cho bên bán.

- Phương thức thanh toán nhờ thu (Collection of Payment): Đây là phương thức thanh toán quốc tế trong đó người bán hoàn thành nghĩa vụ giao hàng hoặc cung ứng một dịch vụ do khách hàng uỷ thác cho Ngân hàng của mình thu hộ số tiền ở người mua trên cơ sở hối phiếu của người bán lập ra. Có hai loại nhờ thu: Nhờ thu phiếu trơn (Clean Collection): là phương thức trong đó người bán uỷ thác cho ngân hàng thu hộ số tiền ở người mua căn cứ vào hối phiếu do người mua lập ra, còn chứng từ hàng hoá gửi thẳng cho người mua không qua ngân hàng.
- + Phương thức nhờ thu kèm chứng từ (Documentary Collection): là phương thức trong đó người bán uỷ thác cho ngân hàng thu hộ tiền ở người mua không chỉ căn cứ vào hối phiếu mà còn căn cứ vào bộ chứng từ hàng hoá gửi kèm theo với điều kiện là nếu người mua trả tiền hoặc chấp nhận trả tiền hối phiếu thì ngân hàng mới trao toàn bộ chứng từ cho người mua để nhận hàng. Trong phương thức này ngân hàng chỉ đóng vai trò là người trung gian thu tiền hộ, không chịu trách nhiệm đến việc trả tiền của người mua. Tùy theo cách trả tiền của người nhập khẩu mà uỷ thác thu kèm chứng từ có thể là nhờ thu trả tiền đối với chứng từ (Document against payment - D/P) hoặc nhờ thu chấp nhận đối với chứng từ (Document against acceptance - D/A).
- ✓ Nếu là D/P thì nhà nhập khẩu phải trả ngay số tiền ghi trên tờ hối phiếu trả tiền ngay do người xuất khẩu lập thì mới được lấy bộ chứng từ hàng hoá.
- ✓ Nếu là D/A thì người nhập khẩu phải ký tên chấp nhận trả tiền ghi trên hối phiếu do người xuất khẩu ký phát thì mới được Ngân hàng trao bộ chứng từ để đi nhận hàng hoá. Trong đàm phán, nhờ thu chứng từ có thể coi là sự lựa chọn chung gian có lợi.

Hình thức chuyển tiền trả sau này được công ty áp dụng vì đối tác của công ty là một khách hàng lâu năm và có uy tín.

2.1.3. Chuẩn bị hàng hóa xuất khẩu:

Công ty TNHH Thái Gia Sơn xác định phải đảm bảo hoàn thành tốt thời gian giao hàng và số lượng hàng hóa đã thỏa thuận. Trong thời gian đó Công ty sẽ tiến hành sản xuất, đôn đốc công nhân làm việc cho đúng với tiến độ công việc ở tất cả các khâu.

Sơ đồ 2.1: Quy trình chế biến được đồng bộ hóa theo các giai đoạn



Nguồn: thagison.com

2.1.4. Kiểm tra hàng hóa

Trước khi giao hàng Công ty TNHH Thái Gia Sơn có nghĩa vụ kiểm tra hàng về phẩm chất, số lượng, trọng lượng,... do hạt điều nhân thuộc nhóm hàng thực phẩm nên phải thêm bước kiểm tra khả năng lây lan bệnh qua thức ăn tức là quá trình kiểm dịch. Việc này khách hàng yêu cầu được thực hiện bởi Trung tâm kiểm dịch chất lượng Vinacontrol. Và nhân viên Vinacontrol sẽ tiến hành kiểm tra thực tế hạt điều nhân ngay tại nhà máy sản xuất của Công

ty TNHH Thái Gia Sơn với các thành viên đến từ bộ phận xuất nhập khẩu, bộ phận kiểm tra và kiểm soát chất lượng sản phẩm của công ty, khách hàng nếu có và tiến hành các bước sau:

- + Bước 1: Xác định lô hàng gồm thùng carton ược sắp xếp gần nhau. Bởi hạt điều nhân sau khi thành phẩm được khử trùng, đóng gói và bảo quản ngay ngắn khô ráo trong kho. Mỗi lô hàng khác nhau được sắp xếp ở mỗi khu vực khác nhau theo từng loại sản phẩm trên pallet



- + Bước 2: Chọn ngẫu nhiên 26 thùng carton bất kỳ, sau đó chọn trong số ấy 13 thùng để tiến hành lấy mẫu kiểm tra. Lấy ở mỗi thùng một ít và trộn đều chúng lại với nhau.



- + Bước 3: Thực hiện kiểm tra theo tiêu chuẩn nhân điều AFI.

Ví dụ như:

- Chia mẫu đã chọn thành bốn phần bằng nhau theo hình chữ thập, chọn 2 phần ở hai nửa chéo nhau từ đó cân lên đến khi đủ 454g tương đương 1 LB (Pound) để làm mẫu thì dừng lại



- Đếm mẫu có bao nhiêu hạt điều nhân nguyên, nếu gặp nhân điều bị vỡ thì bỏ ra và số ấy sẽ được cân lại để được trừ ra. Yêu cầu tối thiểu của một lô nhân hạt điều WW320 là số hạt dao động trong khoảng 300 – 320 hạt/lb, vì vậy nếu khâu đếm số hạt này đúng đủ số lượng là đã gần như đảm bảo chất lượng lô hàng.
- Kiểm viên của Vinacontrol sẽ kiểm tra chất lượng của từng hạt điều, nếu phát hiện lỗi sai phạm về chất lượng sản phẩm sẽ phân loại chúng ra thành từng lỗi khác nhau sau đó cân chúng để xác định tỷ lệ hư hỏng. Thông thường phạm các lỗi như: Vết cắt sâu do dao, nhăn trên bề mặt do hạt còn non, còn dính vỏ lụa, dính tạp chất, sâu mọt, ...
- ❖ Kết thúc 5 bước trên kiểm viên sẽ gửi cho công ty bảng kết quả các thông số về đặc điểm kỹ thuật mẫu mà họ đã kiểm tra, bao gồm tất cả các lỗi như: số hạt nguyên, bể, teo, vàng, sâu, mốc,... và kết luận lô hàng có đảm bảo chất lượng như đã ký hợp đồng với khách không. Nếu đã đảm bảo sẽ đem mẫu về phân tích rõ hơn để đảm bảo đủ điều kiện cấp các loại giấy chứng nhận mà khách hàng yêu cầu.

2.1.5. Thuê phương tiện vận tải

❖ Vận tải nội địa

- Nhóm C, chi phí người bán sẽ lo cho việc thuê tàu, thuê phương tiện nhằm phục vụ việc chuyên chở và bốc hàng, cũng như bảo hiểm cho các rủi ro trong quá trình chuyên chở.
- Nhóm D
 - + DAT-Delivered at terminal- Giao hàng tại bến
Nghĩa là người bán giao hàng, khi hàng hóa đã dỡ khỏi phương tiện vận tải đến tại 1 bến theo quy định. Ở đây người bán chỉ chịu rủi ro đến khi hàng hóa được giao
 - + DAP-Delivered at place-Giao hàng tại nơi đến

Người bán chịu mọi rủi ro cho đến khi hàng đã được đặt dưới sự định đoạt của người mua trên phương tiện vận tải đến và sẵn sàng để dỡ tại nơi đến

+ DDP-Delivered duty paid-Giao hàng đã thông quan nhập khẩu

Nghĩa là người bán chịu mọi rủi ro liên quan để đưa hàng đến nơi đến và có nghĩa vụ thông quan nhập khẩu—> DDP thể hiện nghĩa vụ tối đa của người bán.

.=> Nhóm C,D thuê phương tiện vận tải là người bán . Địa điểm giao hàng tại nơi đi.

Đối với mặt hàng thanh long xuất đi Indonesia, hàng hóa sau khi đã đóng gói sẽ được vận chuyển ra bãi Container bằng xe tải lạnh do công ty Cổ Phần Quang Minh chịu trách nhiệm để đóng hàng vào Container.

❖ *Vận chuyển quốc tế*

Hàng hóa được vận chuyển bằng đường biển, ra thị trường quốc tế. Vì thế công ty cần phải thuê phương tiện vận tải theo CNF(theo yêu cầu của hợp đồng). Nhân viên công ty sẽ liên hệ với công ty TNHH Tiếp vận SITC Tân Cảng để thuê tàu sau khi được bên này báo giá cước cũng như những điều kiện phù hợp:

Liên hệ công ty TNHH Tiếp vận SITC Tân Cảng để xin lịch trình của tàu và lựa chọn chuyển cho phù hợp. Sau khi xem lịch trình, công ty quyết định chọn chuyển từ Cảng TPHCM đến Cảng Jakarta

Lúc này, công ty TNHH Tiếp Vận SITC Tân Cảng sẽ gửi Booking Receipt Notice cho công ty. công ty sẽ kiểm tra kỹ những thông tin đó xem đã đúng chưa và xem các thông tin cung cấp về tàu: tên con tàu, số chuyến, cảng xếp hàng, ngày tàu đến cảng bốc, ngày tàu đi cảng bốc, ngày giờ cắt máng, cảng dỡ hàng, ngày tàu đến, cảng dỡ hàng

Một số trường hợp là vào đầu năm hoặc cuối năm, tỷ lệ hàng xuất nhập rất cao gây ra một số vấn đề lớn về giá cũng như hàng hóa không thể được vận chuyển theo như dự tính. Thông tin về lịch trình cũng như thời gian còn hạn chế làm ảnh hưởng đến việc thông báo cho bên khách hàng.

2.1.6. Làm thủ tục hải quan

Được sự hỗ trợ của mạng điện tử, thủ tục khai hải quan đã trở nên đơn giản, ít tốn thời gian và gọn nhẹ hơn rất nhiều. Nên khi làm thủ tục hải quan xuất khẩu Công ty TNHH Thái Gia Sơn chỉ cần đi theo những thủ tục sau:

- + Bước 1: Tạo thông tin khai tờ khai hải quan điện tử bằng phần mềm khai hải quan điện tử ecus. Bao gồm những thông tin về: Bên bán, bên mua, phương tiện vận chuyển, số lượng lô hàng, trọng lượng lô hàng, ...
- + Bước 2: Gửi tờ khai hải quan điện tử đến cơ quan hải quan để nhận kết quả phân luồng cho lô hàng
- + Bước 3: Chi cục hải quan sẽ kiểm tra và cho quyết định chấp nhận thông tin khai tờ khai hải quan điện tử cho phép “Thông quan” và đưa “Đưa hàng hoá về bảo quản”. Đối với lô hàng này thuộc luồng 2 - luồng vàng nên Công ty có trách nhiệm nộp chứng từ điện tử thuộc hồ sơ hải quan điện tử để kiểm tra trước khi cho phép thông quan hàng hoá.

Hồ sơ gồm:

- Tờ khai hải quan điện tử: Bản điện tử
- Hợp đồng mua bán hàng hóa
- Hóa đơn thương mại (Commercial Invoice)

Phiếu đóng gói (Packing List)

2.1.7. Lập bộ chứng từ thanh toán

Sau khi giao hàng Công ty TNHH Thái Gia Sơn nhanh chóng lập bộ chứng từ thanh toán trình ngân hàng để đòi tiền hàng. Bộ chứng từ thanh toán gồm:

- Vận đơn đường biển (Bill of Lading)
- Hóa đơn thương mại (Commercial Invoice)
- Phiếu đóng gói (Packing List)
- Hợp đồng mua bán hàng hóa (Contract)
- Giấy chứng nhận chất lượng và khối lượng (Quality & Weight Certificate)
- Giấy chứng nhận xuất xứ hàng hóa (Certificate of Origin)

Giấy chứng nhận kiểm dịch thực vật (Phytosanitary Certificate)

2.1.8. Thanh lý hợp đồng

Theo Incoterm 2015 với điều kiện FOB thì sau khi giao hàng lên tàu Công ty TNHH Thái Gia Sơn đã hết trách nhiệm của mình. Vì vậy quyền sở hữu hàng hóa từ Công ty TNHH Thái Gia Sơn được chuyển sang Công ty CATZ INTERNATIONAL B.V. Lúc đó Công ty TNHH Thái Gia Sơn có thể thực hiện thủ tục thanh lý và yêu cầu nhà nhập khẩu thực hiện nghĩa vụ thanh toán hợp đồng cho mình như đã ký là thanh toán TTR (Telegraphic Transfer Reimbursement).

2.1.9. Khiếu nại và giải quyết

Sau khi hợp đồng mua bán đã hoàn thành cũng như hàng hóa đã đến đối tác, tiền đã được thanh toán thì công ty sẽ thanh lý hợp đồng và xem như mua bán đã thành công.

Nếu có những rủi ro xảy ra trong quá trình mua bán giữa hai bên thì tùy thuộc vào mức độ của vấn đề để giải quyết. Ban đầu nếu có sự cố thì sẽ giải quyết theo hướng thỏa thuận giữa hai bên, trao đổi với nhau giải quyết trong ôn hòa. Nếu giai đoạn thỏa thuận, trao đổi không thành công sẽ phải nhờ đến Trọng Tài Quốc Tế.

Dịch vụ chăm sóc khách hàng sau hợp đồng vẫn chưa có nhằm tạo uy tín cho khách hàng và tạo sự làm ăn lâu dài giữa 2 bên.

2.1.9. Đánh giá quy trình

Toàn bộ lô hàng được thực hiện theo quy trình được đồng bộ hóa nên hạn chế nhân đảm bảo đúng, đủ chất lượng và số lượng. Chính vì vậy dễ dàng được cấp các loại chứng từ để thực hiện hợp đồng, dễ dàng thông quan từ phía hải quan và nhanh chóng được thanh toán từ phía ngân hàng. Tạo điều kiện thuận lợi cho nhiều thương vụ làm ăn lâu dài về sau hơn nữa.

2.2. Phân tích hoạt động kinh doanh xuất khẩu hạt điều của công ty TNHH Thái Gia Sơn

2.2.1. Phân tích kết quả xuất khẩu theo cơ cấu thị trường xuất khẩu

Bảng 2.1. Bảng phân tích kết quả kinh theo cơ cấu thị trường

STT	Tỉnh	Năm 2015		Năm 2016		Năm 2017		Năm 2018		Năm 2019	
		Sản lượng (Tấn)	Doanh thu (Tỷ đồng)	Sản lượng (Tấn)	Doanh thu (Tỷ đồng)	Sản lượng (Tấn)	Doanh thu (Tỷ đồng)	Sản lượng (Tấn)	Doanh thu (Tỷ đồng)	Sản lượng (Tấn)	Doanh thu (Tỷ đồng)
1	Nam Holland			26,97	5,05	98,12	19,79	573,81	115,78	1.155,28	199,45
2	Bắc Holland			14,14	2,34	107,36	21,81	311,58	63,14	649,25	126,30
3	Noord - Brabant					36,89	7,12	489,41	95,76	576,35	108,32
4	Gelderland			19,94	2,55	33,96	7,25	29,40	5,55	73,58	14,68
5	Utrecht			7,36	1,22			6,13	1,18	15,82	2,70
6	Limburg			1,46	0,19			12,76	2,72	10,32	2,02
9	Groningen										-
10	Drenthe					8,53	2,01	25,52	3,92	10,32	2,01
11	Flevoland							23,21	3,58	23,61	4,66
12	Zeeland							6,38	1,34		-
	Tổng			69,87	11,35	284,87	57,98	1.478,19	292,97	2.514,54	460,14

Nguồn: Phòng xuất nhập khẩu

Nhận xét:

Các tỉnh Nam Holland, Bắc Holland, Noord – Brabant của Hà Lan là 3 tỉnh xuất khẩu chủ lực của công ty trong nhiều năm qua, tăng cả về sản lượng và doanh thu. Trải qua nhiều năm thì đến năm 2019 nước có sản lượng cao nhất vẫn là Nam Holland đạt 1.155,28 tấn tăng 201% so với năm 2018 đem lại 199,45 tỷ đồng doanh thu. Kế tiếp đó là Bắc Holland năm 2019 đạt 649,25 tấn đem về 126,30 tỷ đồng doanh thu. Đến nay sản phẩm hạt điều nhân của Công ty TNHH Thái Gia Sơn cũng đã có mặt ở hầu hết các tỉnh của Hà. Qua bảng thống kê kết quả như trên ta thấy được thị trường Hà Lan ngày càng được mở rộng đến các tỉnh lớn nhỏ.

2.2.2. Phân tích kết quả xuất khẩu theo cơ cấu chủng loại sản phẩm

Bảng 2.2. Phân tích kết quả kinh doanh xuất khẩu hạt điều nhân theo cơ cấu chủng loại hàng sản phẩm

S T T	Chủng loại	2015		2016		2017		2018		2019	
		Sản lượng (kg)	Doan h thu (triệu đồng)	Sản lượng (kg)	Doanh thu (triệu đồng)	Sản lượng (kg)	Doanh thu (triệu đồng)	Sản lượng (kg)	Doanh thu (triệu đồng)	Sản lượng (kg)	Doanh thu (triệu đồng)
1	Nhân hạt điều WW240			16.581,12	3.153,30	64.331,20	14.706,98	344.722,33	70.272,76	513.072,30	102.658,06
2	Nhân hạt điều WW320			28.778,40	4.874,86	102.563,20	22.087,14	824.096,75	156.487,10	1.504.368,86	267.886,32
3	Nhân hạt điều WW450			15.876,00	2.178,90	53.658,95	10.083,90	105.376,84	30.243,08	116.531,38	28.112,24
4	Nhân hạt điều WS			8.637,15	1.142,48	64.318,00	11.105,10	86.352,28	15.646,78	181.024,83	29.430,90
5	Nhân hạt điều WS1									49.035,16	7.509,34
6	Nhân hạt điều LP							117.643,04	20.317,74	150.512,32	24.541,06
	Tổng cộng	-	-	69.872,67	11.349,54	284.871,35	57.983,12	1.478.191,24	292.967,46	2.514.544,85	460.137,92

Nhận xét:

Trong các loại nhân điều xuất khẩu vào thị trường Hà Lan của công ty qua các năm thì nhân hạt điều WW320 luôn là loại có sản lượng xuất khẩu lớn nhất. Cao nhất là trong năm 2019 đạt 1,504 tấn chiếm 60% tổng sản lượng và 58% tổng doanh thu, đứng thứ 2 là nhân hạt điều WW240 đạt 513 tấn chiếm 20% tổng sản lượng và 22% tổng doanh thu. Cụ thể: Năm 2015 hạt điều nhân của công ty vẫn chưa vào được thị trường Hà Lan.

Năm 2016 nhân hạt điều loại WW320 đạt 28.778,4 kg chiếm 41% sản lượng và 43% doanh thu chiếm tỉ trọng cao nhất, thấp nhất là nhân hạt điều WS đạt 8.637,5 kg chiếm 12% về sản lượng và 10% về doanh thu.

Cứ trên đà phát triển ngày càng tăng nhanh về sản lượng, doanh thu lẫn chủng loại sản phẩm cho đến nay. Như vậy nhân hạt điều WW320 là loại nhân có sản lượng và doanh thu cao nhất, thứ hai là nhân hạt điều WW240 và thấp nhất là nhân hạt điều WS1.

2.2.3. Phân tích kết quả xuất khẩu theo giá cả xuất khẩu

Bảng 2.3. Phân tích kết quả kinh doanh xuất khẩu hạt điều nhân của công ty

S T T	Đơn Giá (USD/Kg)	2016		2017		2018		2019	
		Sản lượng (kg)	Doanh thu (USD)	Sản lượng (kg)	Doanh thu (USD)	Sản lượng (kg)	Doanh thu (USD)	Sản lượng (kg)	Doanh thu (USD)
1	Từ 10,070 - 9,5593		-	158.291,14	1.589.566,60	653.566,75	6.563.146,10	843.368,86	8.179.763,73
2	Từ 9,5592 - 9,0486	10.078,40	91.376,44	98753,56	942.757,04	355322,33	3.392.106,87	537.872,30	5.091.298,12
3	Từ 9,0485 - 8,5379	12.087,28	104.804,58	27.826,65	251.578,79	294.246,84	2.720.884,12	353.595,16	3.053.319,79
4	Từ 8,5378 - 8,0272	10.893,54	88.890,79			91.290,28	785.054,47		-
5	Từ 8,0271 - 7,5165	9.921,43	75.124,48				-	438.931,32	3.455.241,52
6	Từ 7,5164 - 7,0058	11.424,99	82.243,48			81752,04	604.847,43		-
7	Từ 7,0057 - 6,4951	15.467,03	102.477,64				-	340.777,21	2.312.652,62
	Tổng cộng	69.872,67	544.917,42	284.871,35	2.783.902,44	1.478.191,24	14.066.038,99	2.514.544,85	22.092.275,78

Nguồn: Phòng xuất nhập khẩu

Nhận xét:

Hầu hết qua các năm các đơn hàng thường có mức giá nằm trong khoảng từ 9,5592 đến 8,5379 USD/kg. Nhìn chung thì các đơn hàng được ký bởi các đối tác quen thuộc thì mức giá sẽ ít có sự thay đổi, chỉ khi có sự thiếu hụt hay dư thừa trên thị trường làm đẩy giá lên cao hoặc kéo giá xuống thấp. Những sản phẩm của công ty xuất sang thị trường Hà Lan thường là thuộc loại 1 hoặc 2 nên giá mà công ty ký kết thường ở mức cao. Cụ thể là:

Trong năm 2016 khi mới bước vào thị trường Hà Lan công ty ký được hợp đồng với đơn giá cao nhất nằm trong khoảng từ 9,5592 - 9,0486.

Năm 2019 ở mức giá từ 10,070 - 9,5593 USD/Kg là khá cao so với thị trường chung mà công ty xuất được 843.368,86 tấn hàng đem về 8.179.763,73 USD. Mức giá từ 9,5592 - 9,0486 USD/Kg tăng 51% về sản lượng đạt 537.872,30 tấn và 50% về doanh thu giúp thu về 5.091.298,12 USD.

2.3. Đánh giá hoạt động xuất khẩu của công ty TNHH Thái Gia Sơn

2.3.1. Thành tựu

- Từ những ngày đầu bước chân vào thị trường Hà Lan cho đến nay công ty đã vượt qua khá nhiều rào cản, trong đó điểm khó khăn và quan trọng nhất đáng kể đến là về vấn đề vệ sinh an toàn thực phẩm theo tiêu chuẩn HACCP.
- Cơ sở vật chất kỹ thuật đầu tư cho sản xuất kinh doanh ngày càng được cải thiện rất nhiều. Ít sử dụng sức người, trình độ chuyên môn kỹ thuật của người lao động nhờ đó mà cũng được nâng cao. Chất lượng nhân điều cũng đảm bảo hơn, ít phế phẩm hơn, tạo được nhiều uy tín về chất lượng đối với khách hàng nước ngoài đúng với định hướng phát triển công ty chuyển sang 95% xuất khẩu.
- Quy trình xuất khẩu hàng hóa tại công ty khá chặt chẽ, có các giai đoạn rõ ràng. Công việc của từng phòng ban bổ sung, hỗ trợ cho nhau.
- Nhân viên trong công ty có trình độ cao, nghiệp vụ về ngoại thương khá tốt, ít sai sót trong quá trình thực hiện hợp đồng ngoại thương. Nguồn nhân lực trong công ty bố trí rất hợp lý.
- Có sẵn kho sản xuất để nhằm đáp ứng kịp thời hàng hóa cho khách hàng khi nhận được đơn đặt hàng.
- Mặt hàng sản xuất đa dạng, phong phú thích hợp với nhu cầu thị trường cũng như đảm bảo chất lượng tốt phục vụ cho người tiêu dùng.

- Áp dụng những tiến bộ khoa học công nghệ vào trồng trọt rau quả nhằm sản xuất ra những sản phẩm có chất lượng phục vụ người tiêu dùng.
- Tiến hành sử dụng công nghệ thông tin tiên tiến nhằm trao đổi thông tin với khách hàng nhanh nhất, quảng bá được công ty đến với mọi nơi trên thế giới cũng như khai báo thuế, khai báo hải quan, đóng thuế một cách nhanh chóng mà không mất nhiều thời gian như lúc trước nữa....

2.3.2.Tồn tại và nguyên nhân

- Sức cạnh tranh của công ty còn hạn chế không bằng các đối thủ trong khu vực Đông Nam Á nói riêng và thế giới nói chung. Trang thiết bị hiện đại nhất và hoạt động hoàn toàn được tự động hóa tiết kiệm sức lao động là điều mà doanh nghiệp nào cũng tranh bị cho nhà máy sản xuất của mình. Tuy nhiên do điều kiện tài chính có hạn nên hiện tại Công ty tuy cũng đã đầu tư nhưng chưa đầu tư mở rộng với số nhiều.
- Năng lực của đội ngũ nhân viên chưa cao về nghiệp vụ chuyên môn cũng như khâu chăm sóc khách hàng.
- Còn hạn chế về mặt thông tin chi tiết đến khách hàng. Việc xây dựng, phát triển và quảng bá thương hiệu là một vấn đề mang tính chiến lược và cần được đầu tư lâu dài, nhưng công ty chưa có kế hoạch cụ thể về chương trình này. Công ty còn ít tham gia vào các hội chợ triển lãm để chủ động tìm kiếm khách hàng và hiểu hơn về nhu cầu của họ, đồng thời cũng là điều kiện để nắm bắt tình hình đối thủ cạnh tranh, cơ hội khẳng định vị thế thương hiệu của công ty và phát triển thị trường
- Về báo giá cho khách giai đoạn cuối năm cũng như đầu năm còn hạn chế rất nhiều.

**BÀI LÀM DÙNG ĐỂ THAM KHẢO, CÁC BẠN CÓ NHU CẦU VIẾT
BÀI TRỌN GÓI HOÀN TOÀN LIÊN HỆ ZALO: <https://zalo.me/0909232620>**

XEM QUA VỀ DỊCH VỤ TẠI: <https://baocaothuctap.net/>

CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP THỨC ĐẨY HOẠT ĐỘNG KINH DOANH XUẤT KHẨU TẠI CÔNG TY TNHH THÁI GIA SƠN

3.1. Mục tiêu, định hướng công tác xuất khẩu tại công ty trong thời gian tới.

Trong thời gian tới, công ty vẫn lấy xuất khẩu nông sản làm hình thức kinh doanh chính của công ty. Căn cứ vào tình hình hoạt động kinh doanh của công ty trong những năm qua, công ty đã đưa ra phương hướng, kế hoạch của hoạt động xuất khẩu đến năm 2020 là:

- Về cơ cấu mặt hàng xuất khẩu: Đẩy mạnh xuất khẩu các mặt hàng truyền thống bên cạnh đó là đa dạng hoá hơn nữa các mặt hàng, khắc phục những mặt hàng còn hạn chế, đặc biệt trong đó mặt hạn chế cơ bản nhất là cơ cấu hàng hoá tương tự nhau giữa các nước Châu Âu. Giảm tỷ trọng xuất khẩu vào thị trường trung gian, vươn tới tiêu thụ ổn định cho từng loại mặt hàng, đạt hiệu quả xuất khẩu cao có nghĩa là tăng cường xuất khẩu hàng chế biến và chế biến sâu, chú trọng đưa vào thị trường chủ lực những mặt hàng có thể tiêu thụ được trên thị trường này chứ không phải để tái xuất.
- Về thị trường: Khai thác tốt các thị trường quen thuộc, bên cạnh đó tăng kim ngạch xuất khẩu hơn nữa sang thị trường Asean. Đẩy mạnh việc tìm kiếm thông tin thị trường, khách hàng thông qua internet.

Ngoài ra công ty đang từng bước duy trì và phát triển những hoạt động kinh doanh hiện tại, phát triển thêm các mặt hàng chủ lực, đào tạo và nâng cao trình độ nghiệp vụ kinh doanh xuất khẩu, trình độ ngoại ngữ cho cán bộ phòng nghiệp vụ, đầu tư, đổi mới trong thiết bị phục vụ cho quá trình xuất khẩu hàng hoá hiện đại, kịp thời.

3.2. Một số giải pháp

3.2.1.Sức cạnh tranh của công ty còn hạn chế

- Về mặt công nghệ cần cập nhật hàng ngày những thay đổi theo xu hướng thị trường để không bị lạc hậu và bất kịp thời đại. Áp dụng những khoa học công nghệ nhằm cho hoạt động của công ty ngày càng phát triển mạnh và nhanh chóng.

- Chuẩn bị hàng hóa một cách có khoa học, phối hợp nhịp nhàng giữa các khâu để hoạt động xuất khẩu đều được thông suốt và không gặp lỗi.
- Học tập hơn nữa về kỹ thuật bảo quản nhất là đối với mặt hàng rau quả sau khi xuất khẩu được bảo quản tốt hơn, chất lượng hơn, cung cấp đủ sản lượng đảm bảo lượng cung cấp thị trường.
- C.ty cần nắm rõ những biến động của tỷ giá giữa các đồng tiền thanh toán, khi ký kết hợp đồng cần hiểu rõ đối tác, nắm bắt nhu cầu của khách hàng nhằm đưa ra những điều kiện tốt nhất cho cả 2 bên và nhằm hạn chế tình trạng gây tranh cãi trong tranh chấp về thủ tục thanh toán.
- Cần tăng cường kiểm tra kho bãi để đảm bảo hàng hóa không bị hư hao nhằm hạn chế chi phí chiế biến lại và đảm bảo chất lượng của sản phẩm khi xuất khẩu ra thị trường quốc tế.
- Cần chuẩn bị đầy đủ hồ sơ, giấy tờ, bộ chứng từ để không bị gặp những rắc rối về mặt giấy tờ cũng như không bị gặp lỗi ở một số khâu có thể gây ảnh hưởng đến quá trình xuất khẩu.

3.2.2.2 Đào tạo nhân viên về nghiệp vụ và chăm sóc khách hàng

- Đào tạo nhân viên chuyên sâu về nghiệp vụ ngoại thương cũng như học hỏi thêm nhiều kinh nghiệm nhằm nâng cao kiến thức của nhân viên, đáp ứng nhu cầu ngày càng phát triển của xã hội.
- Tạo điều kiện để nhân viên có thể tham gia các hội nghị, triển lãm cũng như ra nước ngoài học tập những kỹ thuật tiên tiến, những nghiệp vụ, sự phát triển của quốc tế áp dụng cho công ty để công ty ngày càng phát triển hội nhập cũng thế giới.
- Trong việc tuyển nhân viên thì công ty nên tuyển những người học Đại Học, Cao Đẳng Ngoại Thương, Kinh Tế,... Vì những trường này có kinh nghiệm trong việc giảng dạy chuyên môn đến ngành xuất nhập khẩu. công ty cần phải tuyển thông qua hình thức trên báo hay tại các công ty cung ứng lao động thì nguồn lao động có rất nhiều trong việc tuyển chọn phù hợp nhu cầu của mình. công ty cần đặt ra các tiêu chuẩn: Trình độ ngoại ngữ chuyên ngành, khả năng giao tiếp với khách hàng, chuyên môn trong nghiệp vụ giao nhận, nhay bén..
- Luôn luôn cho nhân viên cập nhật, đổi mới theo xu hướng thị trường ngày càng phát triển.
- Tạo điều kiện cho nhân viên học tập nghiệp vụ và hỗ trợ kinh phí để họ nâng cao

khả năng anh ngữ và một số ngoại ngữ khác như: Tiếng Hoa, Nhật, Pháp, Tây Ban Nha ..

- Đào tạo thêm về nghiệp vụ chăm sóc khách hàng để tạo thêm lòng tin nơi khách hàng và đặt biệt là dịch vụ chăm sóc sau giao dịch.

3.2.3. Khắc phục về mặt thông tin đến khách hàng

- C.ty cần khai thác nhiều hơn nữa các khách hàng trong và ngoài nước thông qua các phương tiện thông tin như internet vì hiện nay việc xuất nhập khẩu thông qua phương tiện này rất phát triển và khách hàng cũng đang dần quen thuộc với phương tiện này, cho nên công ty cần phải tạo một website cho công ty. Lập website nhằm để thông báo, thông tin của các loại mặt hàng của công ty. Những thông tin cần thiết để khách hàng có thể nắm bắt hết được những thông tin mà họ cần khi đến với công ty. Nhằm giảm thiểu tình trạng phải xây dựng những thông tin cần thiết rồi gửi cho khách hàng.
- Xây dựng Website cho công ty của mình 1 cách ấn tượng gây sự chú ý khiến khách hàng khi lướt qua cũng phải dừng lại tìm hiểu nhằm để tạo lòng tin cho khách hàng.
- Luôn luôn đổi mới website sao cho đạt hiệu quả cao nhất và phù hợp với nhu cầu thị hiếu của xã hội.
- Cần quảng bá rộng hơn nữa về công ty cũng như mặt hàng trên các công cụ thông tin đại chúng: báo chí, email,...
- Thường xuyên cập nhật những loại tiêu chuẩn mới của quốc tế đối với các mặt hàng của công ty nhằm để tạo ra những sản phẩm chất lượng đạt hiệu quả cao nhất và cũng nhằm tạo được niềm tin của công ty đến với khách hàng.
- Xây dựng một trang web đầy đủ thông tin, phục vụ tận tình, chuyên nghiệp nhằm đáp ứng kịp thời nhu cầu của khách hàng đang ngày càng gia tăng mạnh.
- Khi có một khách hàng mới muốn xem những thông tin cần thiết và kỹ càng hơn cần soạn thảo kỹ những chi tiết, thông tin cần thiết về mặt hàng và nếu đây là lần giao dịch đầu tiên thì để thể hiện sự nhiệt tình của công ty cần gặp mặt để trao đổi, thương lượng kỹ càng hơn về giá cả cũng như thông tin, tiêu chuẩn mà công ty đã có về mặt hàng được khách hàng quan tâm.

3.2.4. Khắc phục việc báo giá nhanh và kịp thời đến khách hàng

- Cập nhật thường xuyên giá của nguyên vật liệu, giá cả thị trường cũng như giá cả

của mặt hàng để có thể báo giá tốt nhất để đưa vào phương án kinh doanh đạt hiệu quả cao. Lưu ý cần phải tìm hiểu rõ về giá từ nhiều phía tránh tình trạng giá ảo sai hoặc tình trạng giá đã cũ chưa được cập nhật nhanh nhất sẽ mang lại nhiều thiệt hại cho công ty cũng như cho đối tác kinh doanh.

- Tùy theo giai đoạn mà báo giá. Giai đoạn đầu năm và cuối năm là giai đoạn mà hàng hóa xuất nhập khẩu nhiều nhất mà tình trạng xuất nhập khẩu giai đoạn này gặp nhiều biến động cũng như rất nhiều lỗi xảy ra hoặc việc book chỗ cho hàng cũng là một điều không dễ dàng ngoài ra hai giai đoạn này giá cho việc xuất nhập khẩu cũng rất mắc và thay đổi liên tục nên cần cập nhật liên tục, thường xuyên giá cả trong giai đoạn này.
- Cần xem xét việc báo giá cho các đối tác, nên tìm hiểu kỹ về đối tác. Nếu đối tác có thiện chí muốn ký kết hợp đồng cũng như muốn giao dịch với công ty mà không phải lừa đảo hoặc muốn thăm dò giá cả công ty cần chú ý trong lúc giao dịch. Hoặc chúng ta không hiểu rõ về phong tục tập quán quốc tế cũng ảnh hưởng không ít gây ra tranh cãi, tranh chấp trong lúc thương lượng về giá, các điều kiện khác,...

3.3.Kiến nghị khác

- Về trồng trọt, cần học tập thêm những kinh nghiệm, những kỹ năng, những tiến bộ của khoa học kỹ thuật nhằm áp dụng cho việc trồng trọt được phát triển hơn, giảm thiểu chi phí tối đa cho nhân công cũng như giảm thiểu các khoản chi phí không cần thiết khác.
- Cần ký kết hợp đồng theo từng thời điểm và thuê kho bãi theo mùa vụ nhằm tránh tình trạng để trống kho cũng như giảm thiểu nhiều chi phí phát sinh khác.
- Quy định cụ thể mức thưởng xứng đáng cho mỗi nhân viên khi họ tìm kiếm được khách hàng lớn cho công ty. Điều này khuyến khích tinh thần làm việc và phấn đấu của nhân viên, giúp công việc đạt hiệu quả cao hơn.
- Ngoài tiền lương cố định hàng tháng ra công ty nên quan tâm thực hiện các khoản như phúc lợi xã hội và tiền thưởng cũng như cho nhân viên đi du lịch nghỉ dưỡng hoặc tổ chức các hoạt động vui chơi cho cả công ty.
- Thiết kế phần mềm cho bộ phận chứng từ để khâu chuẩn bị chứng từ trở nên được nhanh chóng và tránh nhiều sai sót.
- Xây dựng những phương án, chiến lược nhằm mang đến các chính sách mang lại lợi ích cho khách hàng.

KẾT LUẬN

XEM 474 MẪU KẾT LUẬN

<https://baocaothuctap.net/tag/ket-luan-bao-cao-thuc-tap/>

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

KHO 392 TÀI LIỆU THAM KHẢO ĐA DỀ TÀI

<https://baocaothuctap.net/danh-muc-tai-lieu-tham-khao-bao-cao-thuc-tap/>