LỜI CẢM ƠN

Để hoàn thánh bài báo cáo tốt nghiệp này là kết quả của sự hướng dẫn tận tình của quý thầy cô Khoa Thương Mại Du Lịch – Trường Đại Học Công Nghiệp TP. HCM cùng với sự quân tâm chỉ bảo giúp đỡ nhiệt tình của Ban Giám Đốc, các cô chú, anh chị tại chi nhánh Công Ty TNHH Một Thành Viên Hà Thành.

Trong thời gian qua, ở trường tôi đã nhận được sự giúp đỡ dìu dắt của quý thầy cô Khoa Thương Mại Du Lịch. Thầy Cô đã đem đến cho tôi hành trang để bước vào cuộc sống. Ở công ty thực tập tôi có điều kiện được tiếp xúc với thực tế, trao dồi kinh nghiệm sống, kinh nghiệm làm việc cho bản thân, tất cả những điều ấy đều nhờ sự quan tâm từ ban lãnh đạo, cô chú và các anh chị ở chi nhánh công ty.

Qua đây, cho tôi xin gửi lời cảm ơn chân thành đến quý thầy cô Khoa Thương Mại – Trường Đại Học Công Nghiệp Tp. Hồ Chí Minh đặc biệt thầy Nguyễn Viết Bằng người đã hướng dẫn tôi hoàn thành bài báo cáo này, cùng với lòng biết ơn sâu sắc tới ban lãnh đạo, cô chú anh chị ở Chi Nhánh Công Ty TNHH Một Thành Viên Hà Thành.

Trong bài báo cáo, không thể không có sai sót, kính mong nhận được ý kiến đóng góp của quý thầy cô và quý công ty.

Xin chân thành cảm ơn!

PHIẾU ĐÁNH GIÁ CỦA ĐƠN VỊ THỰC TẬP

Họ và tên sinh viên: ……..….Lớp:…….. Mã số: ……

Tên đơn vị thực tập: ……

Thời gian thực tập: Từ …… …. đến …….

CÁC YẾU TỐ ĐÁNH GIÁ	**1** **cần cố gắng**	**2** **khá**	**3** **tốt**	**4** **rất tốt**	**0** **Không ĐG**
Chấp hành nội qui và kỷ luật của đơn vị					
Hoàn thành công việc đúng thời hạn					
Kiến thức và kỹ năng chuyên môn					
Kỹ năng làm việc nhóm					
TINH THẦN VÀ THÁI ĐỘ LÀM VIỆC	**1** **cần cố gắng**	**2** **khá**	**3** **tốt**	**4** **rất tốt**	**0** **Không ĐG**
Đối với khách hàng *(Lịch sự, niềm nở, ân cần, tận tâm.)*					
Đối với cấp trên *(Tôn trọng, chấp hành mệnh lệnh và phục tùng sự phân công…)*					
Đối với đồng nghiệp *(Tương trợ, hợp tác, vui vẻ, hòa nhã trong công việc…)*					
Đối với công việc *(tác phong chuyên nghiệp, lịch sự, nhã nhặn và biết cách giải quyết vấn đề...)*					
Đối với bản thân *(Ý thức giữ gìn an toàn, vệ sinh của cá nhân và nơi làm việc. Tự tin, cầu tiến học hỏi…)*					
ĐÁNH GIÁ CHUNG	**1**	**2**	**3**	**4**	**0**

Nhận xét thêm của đơn vị (nếu có):

……

……

……

……ngày……tháng……năm ……

XÁC NHẬN CUA ĐƠN VỊ

(Ký tên, đóng dấu)

NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN

MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU. 1

1) Mục đích của bài báo.....1

2) Đối tượng báo cáo..... 1

3) Phạm vi báo cáo..... 1

4) Phương pháp báo cáo..... 1

5) Kết cấu báo cáo..... 1

PHẦN 1. PHẦN1: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG CỦA CHI NHÁNH CÔNG TY TNHH MỘT THÀNH VIÊN HÀ THÀNH. 2

1.1. Giới thiệu khái quát về doanh nghiệp..... 2

1.1.1. Tên, trụ sở và lĩnh vực hoạt động kinh doanh..... 2

1.1.2. Quá trình hình thành và phát triển của công ty Hà Thành.....3

1.1.3. Chức năng và nhiệm vụ.....3

1.1.4. Đặc điểm cơ cấu tổ chức của công ty.....4

1.1.4.1. Sơ đồ bộ máy quản lý.....4

1.1.4.2. Chức năng nhiệm vụ của các phòng ban..... 5

1.2. Giới thiệu chung về Chi nhánh công ty Hà Thành tại TP.HCM.....7

1.2.1. Quá trình hình thành và phát triển chi nhánh công ty Hà Thành...7

1.2.2. Chức năng và nhiệm vụ của chi nhánh công ty Hà Thành.....7

1.2.4. Cơ sở vật chất, kỹ thuật, công nghệ..... 9

1.2.5. Cơ cấu tổ chức.....9

1.2.5.1. Sơ đồ bộ máy quản lý.....9

1.2.5.2. Chức năng nhiệm vụ các phòng ban..... 11

1.3. Thực trạng kinh doanh của công ty..... 11

1.3.1. Tổng quan về tình hình hoạt động kinh doanh của chi nhánh công ty TNHH MTV HÀ Thành..... 12

1.3.2. Kết quả hoạt động kinh doanh của công ty từ năm 2009- 2011..... 12

1.3.3. Tình hình kinh doanh những năm gần đây..... 15

1.3.3.1. Nhà cung cấp..... 18

1.3.3.2. Tình hình kinh doanh giao nhận hàng xuất nhập khẩu của chi nhánh Công ty Hà Thành..... 34

PHẦN 2. PHẦN2: MỘT SỐ NHẬN XÉT, ĐÁNH GIÁ CHUNG VÀ Ý KIẾN ĐỀ XUẤT ĐỐI VỚI CHI NHÁNH CÔNG TY HÀ THÀNH TRONG THỜI GIAN TỚI. 42

2.1. Tổng quan thị trường kinh tế Việt Nam 2011,dự đoán tình hình kinh tế 2012. 42

2.2. Đánh gia chung về chi nhánh công ty Hà Thành..... 42

2.2.1. Điểm mạnh..... 42

2.2.2. Điểm yếu..... 43

2.2.3. Cơ hội..... 44

2.2.4. Thách thức..... 45

2.3. Một số ý kiến và đề xuất nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động của chi nhánh công ty Hà Thành..... 46

2.3.1. Các yếu tố nguồn lực của công ty..... 46

2.3.1.1. Tình hình vốn sản xuất kinh doanh..... 46

2.3.1.2. Tình hình lao động..... 46

2.3.1.3. Cơ sở vật chất, kỹ thuật, công nghệ..... 46

2.3.1.4. Cơ cấu tổ chức..... 46

2.3.2. Tình hình hoạt động kinh doanh..... 47

2.3.2.1. Mặt hàng kinh doanh xuất nhập khẩu..... 47

2.3.2.2. Nhà cung cấp..... 47

2.3.2.3. Khách hàng..... 49

2.3.2.4. Đối thủ cạnh tranh..... 49

2.3.2.5. Thị trường xuất nhập khẩu.....50

PHẦN 3. NHỮNG KIẾN THỨC VÀ KINH NGHIỆM TIẾP THU ĐƯỢC TRONG THỜI GIAN THỰC TẬP TẠI CÔNG TY. 52

3.1. Những kiến thức và kinh nghiệm tiếp thu trong thời gian thực tập tốt nghiệp tại công ty.....52

3.2. Một số ý kiến đề xuất đối với các bạn sinh viên, khoa Thương mại – Du lịch và trường Đại học Công Nghiệp Tp Hồ Chí Minh.....52

3.2.1. Đối với trường Đại học Công Nghiệp Tp Hồ Chí Minh.....52

3.2.2. Đối với khoa Thương mại – Du lịch.....52

3.2.3. Đối với các bạn sinh viên.....52

TÀI LIỆU THAM KHẢO. 54

DANH SÁCH BẢNG BIỂU.

Bảng 1: Bảng1: Trình độ họ16nhân viên trong chi nhánh công ty Hà Thành.

Bảng 2: Bảng kết quả kinh doanh của Công ty(2009- 2011)

Bảng 3: cơ cấu sản phẩm nhập khẩu.

Bảng 4. Thị phần khách hàng trong nước :

Bảng 5 :Nhà nhập khẩu

Bảng 6: Tình hình kinh doanh giao nhận hàng FCL xuất khẩu

Bảng 7: Tình hình kinh doanh giao nhận hàng nhập khẩu

Bảng8: Thị trường nhập khẩu

DANH SÁCH HÌNH VẼ, ĐỒ THỊ.

Hình 1 - Biểu đồ kết quả hoạt động kinh doanh của công ty từ năm 2009 đến năm 2011.

Hình 2: Biểu đồ thể hiện cơ cấu sản phẩm xuất khẩu.(2011)

Hình 3:Biểu đồ thể hiện thị phần khách hàng trong nước :

Hình 4:Biểu đồ thể hiện doanh thu giao nhận hàng xuất khẩu

Hình 5: Biểu đồ thể hiện doanh thu giao nhận hàng nhập khẩu

Hình 6:Biểu đồ thể hiện tỉ trọng doanh thu chi nhánh công ty Hà Thành 2011

Hình 7: Biểu đồ cơ cấu thị trường xuất khẩu

Hình8 : Biểu đồ cơ cấu thị trường nhập khẩu của chi nhánh

LỜI MỞ ĐẦU.

Sau thời gian 4 tháng thực tập tại đây, em đã hoàn thành **"Báo cáo thực tập tốt nghiệp tại CHI NHÁNH CÔNG TY TNHH MỘT THÀNH VIÊN HÀ THÀNH"** với:

1) **Mục đích của bài báo cáo.**

Bài báo cáo được thực hiện với mục đích tìm hiểu về thực trạng hoạt động kinh doanh tại **CHI NHÁNH CÔNG TY TNHH MỘT THÀNH VIÊN HÀ THÀNH**, từ đó đưa ra nhận xét, đánh giá và đề xuất nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động tại công ty.

2) **Đối tượng báo cáo.**

Đối tượng của bài báo cáo là tình hình hoạt động của **CHI NHÁNH CÔNG TY TNHH MỘT THÀNH VIÊN HÀ THÀNH** qua các năm 2009-2011.

3) **Phạm vi báo cáo.**

Về không gian: Các hoạt động tại công ty **CHI NHÁNH CÔNG TY TNHH MỘT THÀNH VIÊN HÀ THÀNH .**

Về thời gian: từ năm 2009 đến 2011.

4) **Phương pháp báo cáo.**

Bài báo cáo sử dụng các phương pháp báo cáo như: phương pháp so sánh đánh giá hiệu quả kinh doanh của công ty qua các năm, phương pháp tổng hợp – phân tích, thống kê…

Bên cạnh đó, báo cáo cũng sử dụng phối hợp nhiều phương pháp, đó là phương pháp định tính và định lượng để thực hiện báo cáo, phương pháp thu thập dự liệu và thông tin từ sổ sách các phòng ban của công ty – đây là phần số liệu chủ yếu phục vụ cho việc làm báo cáo, xử lý các thông tin đã thu thập được bằng những kiến thức đã học.

5) **Kết cấu báo cáo.**

Với sự hướng dẫn tận tình của Thầy Nguyễn Viết Bằng, khoa Thương mại – Du lịch trường Đại Học Công nghiệp Tp. Hồ Chí Minh và các anh chị trong **CHI NHÁNH CÔNG TY TNHH MỘT THÀNH VIÊN HÀ THÀNH** đã tạo mọi điều kiện thuận lợi để em củng cố lại những kiến thức đã học và vận dụng vào thực tế. Qua thời gian thực tập em đã tìm hiểu về những hoạt động của công ty và hoàn thành bài báo cáo với nội dung gồm 3 phần:

+ Phần 1: Thực trạng hoạt động của chi nhánh công ty TNHH một thành viên Hà Thành.

+ Phần 2:Một số nhận xét và ý kiến đề xuất đối với chi nhánh công ty TNHH một thành viên Hà Thành.

+ **Phần 3:Những kiến thức và kinh nghiệm thu được trong quá trình thực tập.**

PHẦN 1. PHẦN1: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG CỦA CHI NHÁNH CÔNG TY TNHH MỘT THÀNH VIÊN HÀ THÀNH.

1.1. Giới thiệu khái quát về doanh nghiệp.

1.1.1. Tên, trụ sở và lĩnh vực hoạt động kinh doanh.

Tên: Công ty Hà Thành – Bộ Quốc Phòng.

Tên giao dịch quốc tế: HA THANH COMPANY

Trụ sở chính đặt tại: 99 Lê Duẩn, Quận Hoàn Kiếm, Hà Nội.

Điện thoại: 04 7320644

Fax: 047320646

Mã số thuế: 0100108529

Website: http://www.cktqp.gov.vn

Tổng số vốn ban đầu được cấp: 4.053.000.000 đồng.

Ngành nghề sản xuất kinh doanh:
Sản xuất kinh doanh hàng may, đồ gỗ, lâm sản, gốm sứ mỹ nghệ, các loại tinh dầu, bao bì, nhựa, thực phẩm, đại lý bán hàng.
Xuất nhập khẩu vật tư, thiết bị, nguyên liệu, hàng tiêu dùng phục vụ sản xuất của công ty.
Sản xuất sản phẩm cơ khí.
Sản phẩm truyền thống:
Sản xuất kinh doanh hàng may, đồ gỗ, lâm sản, gốm sứ mỹ nghệ, các loại tinh dầu, bao bì, nhựa, thực phẩm, đại lý bán hàng, xuất nhập khẩu.

Sản phẩm truyền thống:

Sản xuất kinh doanh hàng may, đồ gỗ, lâm sản, gốm sứ mỹ nghệ, các loại tinh dầu, bao bì, nhựa, thực phẩm, đại lý bán hàng, xuất nhập khẩu.

1.1.2. **Quá trình hình thành và phát triển của công ty Hà Thành.**

Lúc ban đầu khi vừa mới được thành lập công ty mang tên công ty Thăng Long chính thức thành lập theo quyết định 406/QĐQP ngày 07/05/1994, chịu sự điều hành trực tiếp của Bộ Tư Lệnh Quân Khu Thủ Đô (Bộ Quốc Phòng). Và căn cứ vào quyết định số : 245/2003-QĐ-BQP ngày 29/09/2003 của Bộ Trưởng Bộ Quốc Phòng về việc trao đổi tên công ty Thăng Long thành công ty Hà Thành thuộc Quân Khu Thủ Đô.

- Công ty Hà Thành được thành lập do sự sáp nhập của các doanh nghiệp:
  + CÔNG TY THĂNG LONG
  + CÔNG TY LONG GIANG
  + XÍ NGHIỆP 99
  + XÍ NGHIỆP GỐM SỨ MĨ NGHỆ
  + XÍ NGHIỆP CƠ KHÍ 81
  + XÍ NGHIỆP 56
- Với mong muốn mở rộng thị trường, tìm kiếm khách hàng kinh doanh mới, công ty đã mạnh dạn mở thêm 2 chi nhánh nữa là:
  + Chi nhánh tại Quảng Ninh: 45 Trần Hưng Đạo, TP Quảng Ninh.
    Thành lập ngày 01/01/1996

Công ty Hà Thành là một doanh nghiệp nhà nước có tư cách pháp nhân, thực hiện hạch toán độc lập, có tài khoản tại Ngân Hàng, có con dấu riêng và có giấy phép hoạt động kinh doanh chủ yếu ở lĩnh vực Xuất Nhập Khẩu.

1.1.3. **Chức năng và nhiệm vụ.**

- **Chức năng.**

Là doanh nghiệp quân đội làm kinh tế thời bình, tận dụng cơ sở sản xuất sẵn có để sản xuất kinh doanh, tạo công ăn việc làm đảm bảo đời sống cho cán bộ nhân viên quốc phòng, góp phần đem lại lợi ích cho toàn xã hội.

- **Nhiệm vụ.**

Hoạt động chính của công ty là kinh doanh mua bán , xuất nhập khẩu trong và ngoài nước.

Xuất khẩu: Các mặt hàng nông sản, kinh doanh may mặc, đồ gỗ, hàng mỹ nghệ, gốm sứ, hàng tiêu dùng, hàng nhựa, lắp ráp xe máy, đại lý bán hàng dịch vụ khách sạn và bán hàng tại khách sạn…

Nhập khẩu: Các loại xe máy móc phục vụ cho nông nghiệp, các loại công cụ phục vụ cho sản xuất, xây dựng, các loại xe máy, xe tải xe chuyên dụng…

Đến năm 1997, do nhu cầu mở rộng thị trường cùng với việc mở rộng quan hệ ngoại giaohợp tác trao đổi với các bạn hàng trong và ngoài nước cộng với chủ trương mở rộng quy mô hoạt động chuẩn bị một bước phát triển mới trong tương lai, công ty Hà Thành đã đăng ký mở rộng thêm một số ngành nghề kinh doanh sau:

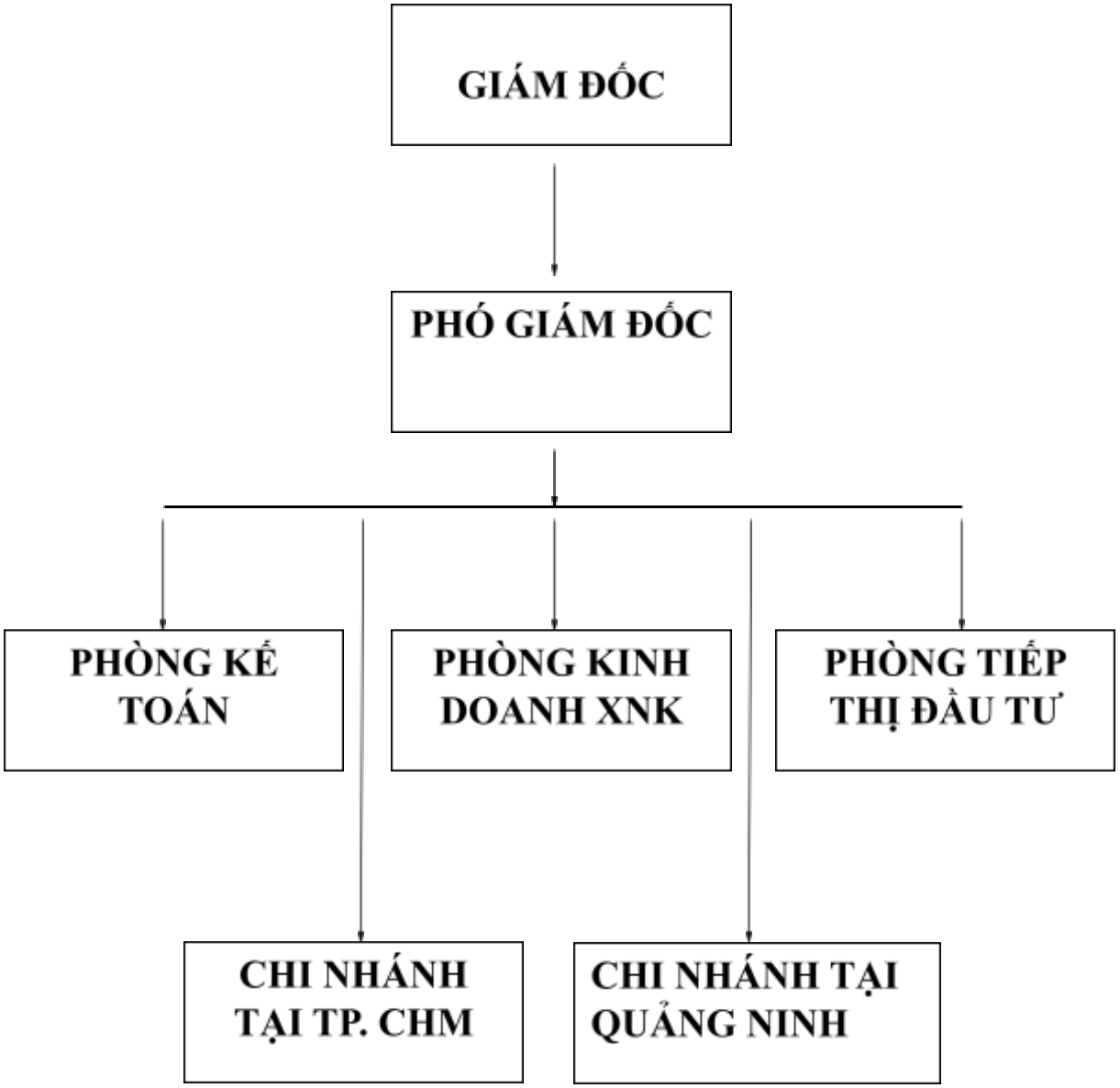
Theo giấy đăng ký mở rộng kinh doanh ngày mùng 7/1/1997 các mặt hàng được bổ sung như sau: vật liệu xây dựng, trang trí nội thất, thiết bị tin học, đồ điện.

Theo giấy mở rộng đăng ký kinh doanh ngày 15/05/1997 các mặt hàng được bổ sung như sau: vật liệu xây dựng, thiết bị văn phòng, nguyên vật liệu sản xuất, nệm Mouse, kinh doanh chất đốt.

1.1.4. **Đặc điểm cơ cấu tổ chức của công ty.**

1.1.4.1. Sơ đồ bộ máy quản lý.

Công ty Hà Thành chịu sự quản lý của Bộ Tư Lệnh Quân Khu Thủ Đô. Bộ máy tổ chức văn phòng của công ty có 60 nhân viên với 2 chi nhánh (Thành Phố Hồ Chí Minh và Quảng Ninh.)



1.1.4.2. Chức năng nhiệm vụ của các phòng ban.

- *Giám đốc:*

Là người lãnh đạo cao nhất của công ty, có quyền quyết định mọi hoạt động và có trách nhiệm trước nhà nước về kết quả hoạt động kinh doanh.Giám đốc là người giữ vai trò chỉ huy với chức trách quản lý, sử dụng toàn bộ vốn, đất đai, nhân lực và các nguồn lực của công ty

- *Phó Giám Đốc*

Trợ lý cho Giám Đốc trong việc điều hành tổ chức quản lý quá trình hoạt động của công ty , lập kế hoạch kinh doanh, phụ trách lĩnh vực công tác kinh doanh, hành chính, quản trị, đời sống. Điều phối lao động và duy trì kĩ thuật cho toàn công ty. Đồng thời tổ chức sắp xếp bố trí hợp lý lực lượng lao động. Đề suất và tham gia bồi dưỡng về năng lực cho nhân viên. Khi Giám Đốc vắng mặt , ủy quyền cho Phó Giám Đốc chỉ huy điều hành mọi hoạt động của công ty.

- *Phòng Kế toán:*

  - Có nhiệm vụ sử dụng và quản lý vốn một cách hiệu quả, cân đối nguồn vốn phù hợp với chế độ, nhu cầu hoạt động kinh doanh, sản xuất của công ty.
  - Tổ chức hạch toán công ty, theo dõi và thực hiện các chức năng thanh toán tài chính theo định kỳ.
  - Thực hiện công tác ghi chép sổ sách kế toán và báo cáo tài chính theo định kỳ.
  - Tổ chức kinh doanh và thu hồi công nợ kịp thời.
  - Chịu trách nhiệm báo cáo tình hình tài chính của công ty cho ban lãnh đạo hàng tháng và định kỳ.

- *Phòng Tiếp Thị Đầu Tư:*

  - Chuyên về khảo sát nghiên cứu thị trường có thể nắm bắt được những thay đổi trên thị trường về kinh doanh và đầu tư.
  - Cung cấp những thông tin cần thiết về thị trường cho các chi nhánh biết và đề ra các phương hướng chiến lược kinh doanh cho từng thời kì, từng giai đoạn cụ thể.

- *Các chi nhánh:*

  - *Thực hiện chức năng xuất nhập khẩu theo chức năng và quyền hạn được giao.*

1.2. Giới thiệu chung về Chi nhánh công ty Hà Thành tại TP.HCM.

1.2.1. Quá trình hình thành và phát triển chi nhánh công ty Hà Thành.

Sau một thời gian hoạt động do lượng giao dịch ngày càng tăng đặc biệt là các bạn hàng ở các tỉnh phía nam, tháng 1/2006 công ty Hà Thành đã quyết định kịp thời thành lập chi nhánh ở TP. HCM, đây là quyết định đúng đắn và kịp thời, vì trong tương lai TP HCM sẽ là một khu đô thị sầm uất, là cơ sở cho việc khai thác tiềm năng rộng lớn của thị trường phía nam.

Thông tin chi tiết về chi nhánh công ty Hà Thành:

- Tên giao dịch: Chi nhánh công ty Hà Thành (BQP) tại TP HCM
- Địa chỉ đăng ký kinh doanh : 237 Nguyễn Trãi – Q1, TP. HCM
- Nơi đăng ký kinh doanh: 168/63 D2 – P.25 – Q. Bình Thạnh, TP. HCM
- Điện thoại: 082944052
- Fax: 5122435
- Mã số thuế: 01001085229006
- Ngành nghề kinh doanh: chi nhánh công ty chuyên xuất nhập khẩu các mặt hàng: nông sản, thực phẩm, các mặt hàng tiêu dùng, vải sợi thủ công mỹ nghệ, máy móc nông ngư nghiệp, các loại xe chuyên dụng: xe ủi, xe nâng, ô tô các loại, xe máy, đồ nội thất,…

1.2.2. Chức năng và nhiệm vụ của chi nhánh công ty Hà Thành.

- **Chức năng.**

Xuất khẩu trực tiếp các mặt hàng nông sản , thực phẩm, các mặt hàng tiêudùng, vải sợi, thủ công mĩ nghệ…

Nhập khẩu các nguyên liệu sản xuất như: sơn sợi, máy móc nông ngư cơ, thuốc lá, các loại xe chuyên dụng như xe ủi, xe nâng, xe xúc, xe ô tô các loại, hàng tiêu dùng như: gạch, xeluloze…

Bên cạnh đó công ty còn tiến hành làm dịch vụ ủy thác xuất nhập khẩu cho các đơn vị khác.

- **Nhiệm vụ.**

Tự tạo vốn kinh doanh, sử dụng hiệu quả nguồn vốn được cấp

Thực hiện chỉ tiêu kế hoạch công ty mẹ đưa ra, tạo nguồn vốn kinh phí cho công ty và quân khu, tạo công ăn việc làm cho người lao động và góp một phần vào phúc lợi xã hội.

Thông qua xuất nhập khẩu để mở rộng hàng hóa cho các nước, mở rộng thị trường, góp phần thúc đẩy hoạt động xuất nhập khẩu của công ty ngày càng phát triển, hội nhập với nền kinh tế thế giới.

Để tăng thêm lợi nhuận, ngoài việc tích lũy vốn từ việc xuất nhập khẩu trực tiếp, chi nhánh còn thu thêm một khoản lợi nhuận từ việc hưởng phí ủy thác.

Bên cạnh đó, chi nhánh đã mở rộng quy mô hoạt động bằng việc thành lập được một cửa hàng Thăng Long, một trạm kinh doanh xuất nhập khẩu, giúp cho chi nhánh mở rộng việc kinh doanh và giao dịch với khách hàng.

1.2.3. **Các yếu tố nguồn lực của công ty.**

- **Tình hình vốn sản xuất kinh doanh.**

Tổng số vốn ban đầu cấp là : 50.000.000 triệu đồng vốn cố định, 200.000.000 đồng vốn lưu động (1/1996) , cho đến nay nguồn vốn kinh doanh đã không ngừng gia tăng và đạt được tổng vốn cố định : 300.000.000 đồng và 969.000.00 đồng vốn lưu động (1/2012).

Qua con số nguồn vốn kinh doanh thể hiện được công ty không ngừng mở rộng lĩnh vực kinh doanh và phát triển. Nhiều mặt hàng được bổ sung vào kinh doanh xuất nhập khẩu,gia tăng lợi nhuận mở rộng thị trường trong và ngài nước

- **Tình hình lao động.**

Chi nhánh công ty Hà Thành tại TP HCM có đa số nhân viên tốt nghiệp Đại Học, Cao Đẳng. Công ty khoảng 35 nhân viên rất năng động và nhiều kinh nghiệm, thích ứng nhanh với môi trường, có trình độ lao động và tay nghề cao, có tinh thần trách nhiệm cao, đáp ứng mọi yêu cầu của khách hàng

Bảng1: Trình độ học vấn của nhân viên trong chi nhánh công ty Hà Thành.

Trình độ học vấn	Số lượng	Công việc	Tỷ trọng (%)
Đại Học	20	Văn phòng	57.14
Cao Đẳng	13	Kĩ thuật	37.14
Trung Cấp	2	Kĩ thuật	5.72

(Nguồn: phòng kế toán 2011)

Qua số liệu bảng ta thấy số lượng nhân viên văn phòng chiếm đại đa số, tuy nhiên công việc của họ là làm văn phòng, yêu cầu trình độ học vấn và khả năng làm việc cao. Còn công việc liên quan tới kĩ thuật nguồn nhân lực chủ yếu là các nhân viên có trình độ Trung cấp và Cao Đẳng. Với nguồn nhân lực như vậy, đây là thế mạnh cho chi nhánh công ty ngày càng mở rộng và phát triển.

1.2.4. **Cơ sở vật chất, kỹ thuật, công nghệ.**

Nhiệm vụ chính của chi nhánh là xuất nhập khẩu, đo đó công việc văn phòng thủ tục hành chính là chủ yếu. Bên cạnh đó là các thủ tục Hải Quan Xuất Nhập Khẩu. Công ty cũng đáp ứng đầy đủ nhu cầu về trang thiết bị máy móc phục vụ cho từng phòng ban.

Đối với thiết bị văn phòng, công ty mua đầy đủ theo yêu cầu của công việc,

Do đó ở mỗi phòng ban, cho mỗi vị trí của nhân viên đều có điện thoại và máy tính để bàn riêng.Riêng phòng Giám Đốc và Phòng kinh doanh Xuất Nhập Khẩu được trang bị thêm máy in và máy Fax để phục vụ cho công việc được thuận tiện (nhận và gửi hồ sơ xuất nhập khẩu, làm thủ tục liên quan nghiệp vụ XNK…)

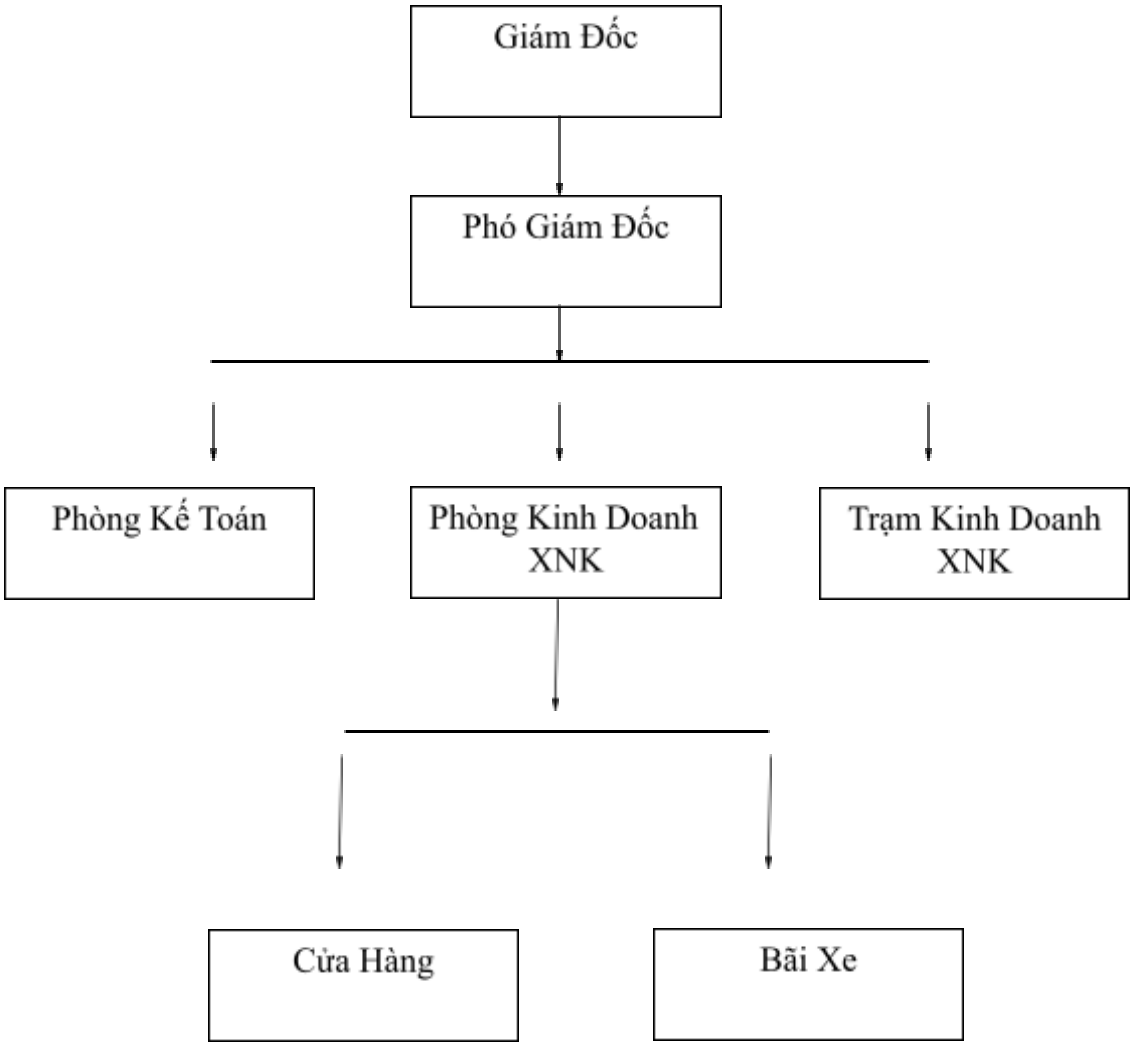
Thêm vào đó , tại trạm kinh doanh XNK, cửa hàng Thăng Long, và bãi xe được trang bị thiết bị camera, máy tính để phục vụ việc bán hàng và bảo quản hàng.

Cơ sở hạ tầng: đáp ứng đủ điều kiện cho nhân viên làm việc trong môi trường tốt nhất, an toàn thuận tiện.

1.2.5. **Cơ cấu tổ chức.**

Bộ phận nhân sự khá gọn nhẹ tổ chức quản lý theo kiểu trực tuyến. Giám Đốc là quản lý cao nhất và quyết định mọi hoạt động của công ty.

1.2.5.1. Sơ đồ bộ máy quản lý.



1.2.5.2. Chức năng nhiệm vụ các phòng ban.

- *Giám Đốc*

Đoàn Thanh Hải- Q. Giám Đốc chi nhánh công ty hà Thành tại TP. HCM. Điều hành mọi hoạt động của chi nhánh công ty.Do tính chất đặc thù của chi nhánh, Giám Đốc công ty mẹ ủy quyền cho Giám Đốc chi nhánh và các Phó Giám Đốc chi nhánh thay mặt Giám Đốc điều hành hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty

- *Phó Giám Đốc*

Nguyễn Đình Lợi- đề suất và thực hiện các phương án chiến lược kinh doanh do công ty đề ra, đồng thời điều hành mọi hoạt động của chi nhánh TP. HCM. Ngoài ra Phó Giám Đốc có thể trực tiếp đàm phán, ký kết hợp đồng của khách hàng, chịu trách nhiệm trước nhà nước Giám Đốc và Đảng Ủy công ty.

- *Phòng Tài Chính Kế Toán*

Có 5 người- trong đó có 1 Kế Toán trưởng , 1 Kế Toán Tiền Mặt, 1 Kế Toán Ngân Hàng, 2 Kế Toán Hàng Hóa chịu trách nhiệm về việc Tài Chính và hạch toán kinh tế cho chi nhánh cũng như những nhiệm vụ luân chuyển tuần hoàn vốn và đề suất các biện pháp giải quyết nhu cầu về vốn của đơn vị

- *Phòng Kinh doanh xuất nhập khẩu*

Gồm 7 người- 1 trưởng phòng và 6 nhân viên. Nhiệm vụ chính là thực hiện các nghiệp vụ giao nhận hàng hóa nxk, phân phối và bán hàng hóa tại các đầu mối.

- *Cửa hàng Thăng Long*

Gồm 5 người- 1 cửa hàng trưởng, 1 nhân viên kế toán theo dõi bán hàng và 3 nhân viên bán hàng. Công việc của cửa hàng là tiêu thụ các mặt hàng như: gạch, đá hoa cương, các thiết bị điện, hàng hóa tiêu dùng khác nhập khẩu từ nước ngoài và sản xuất trong nước, đồng thời bán kết hợp các mặt hàng kim khí điện máy.

 Bãi xe

Gồm 8 người- 2 bãi trưởng, 4 thợ sửa máy, 2 nhân viên bán hàng. Bãi xe là khu mặt bằng thuê dọc tuyến xa lộ hà nội, là nơi trực tiếp giao dịch các loại xe, máy móc thiết bị nhập khẩu.

1.3. **Thực trạng kinh doanh của công ty.**

1.3.1. **Tổng quan về tình hình hoạt động kinh doanh của chi nhánh công ty TNHH MTV HÀ Thành.**

Được ra đời vào những tháng cuối năm 1996 nhưng chính thức đi vào hoạt động năm 1997, hoạt động của chi nhánh diễn ra khá sôi nổi và hiệu quả. Chi nhánh tại TP. HCM áp dụng phương thức kinh doanh hỗn hợp có sự linh hoạt giữa kinh doanh xuất nhập khẩu trực tiếp và các hoạt động XNK ủy thác. Kim ngạch XNK trong vòng 2 năm 2010-2011 không ngừng gia tăng.

Trong hoạt động kinh doanh của chi nhánh công ty Hà Thành đã thực hiện việc giao dịch thông qua ngân hàng EXIMBANK để đảm bảo việc giao dịch được an toàn.

Do cơ cấu hiện nay vẫn nghiêng về XNK là chủ yếu nhưng không vì thế mà các hoạt động khác bị trì trệ. Trong những năm qua các hoạt động như vận tải vừa có mặt trong lĩnh vực sản xuất, vừa có mặt trong lĩnh vực kinh doanh của chi nhánh, sản xuất tại phân xưởng tại TP. HCM đang được đẩy manh.

Cơ cấu thị trường được mở rộng, ngày nay, các mặt hàng xuất nhập khẩu ngày càng gia tăng về số lượng và chất lượng, quy trình giao nhận hàng hóa được

đảm bảo. Đồng vốn được sử dụng linh hoạt trong những năm vừa qua thể hiện được chi nhánh đi vào hoạt động theo đúng phương hướng phát triển của công ty đề ra.

1.3.2. **Kết quả hoạt động kinh doanh của công ty từ năm 2009- 2011.**

Với sự nỗ lực của toàn thể chi nhánh công ty, kết quả đạt được trong 3 năm vừa qua như sau:

+ Doanh thu năm 2009 đạt 526927 triệu đồng

+ Doanh thu năm 2010 đạt 586493 triệu đồng

+ Doanh thu năm 2011 đạt 627185 triệu đồng

(Trích lược báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của chi nhánh công ty Hà Thành từ năm 2009 đến năm 2011)

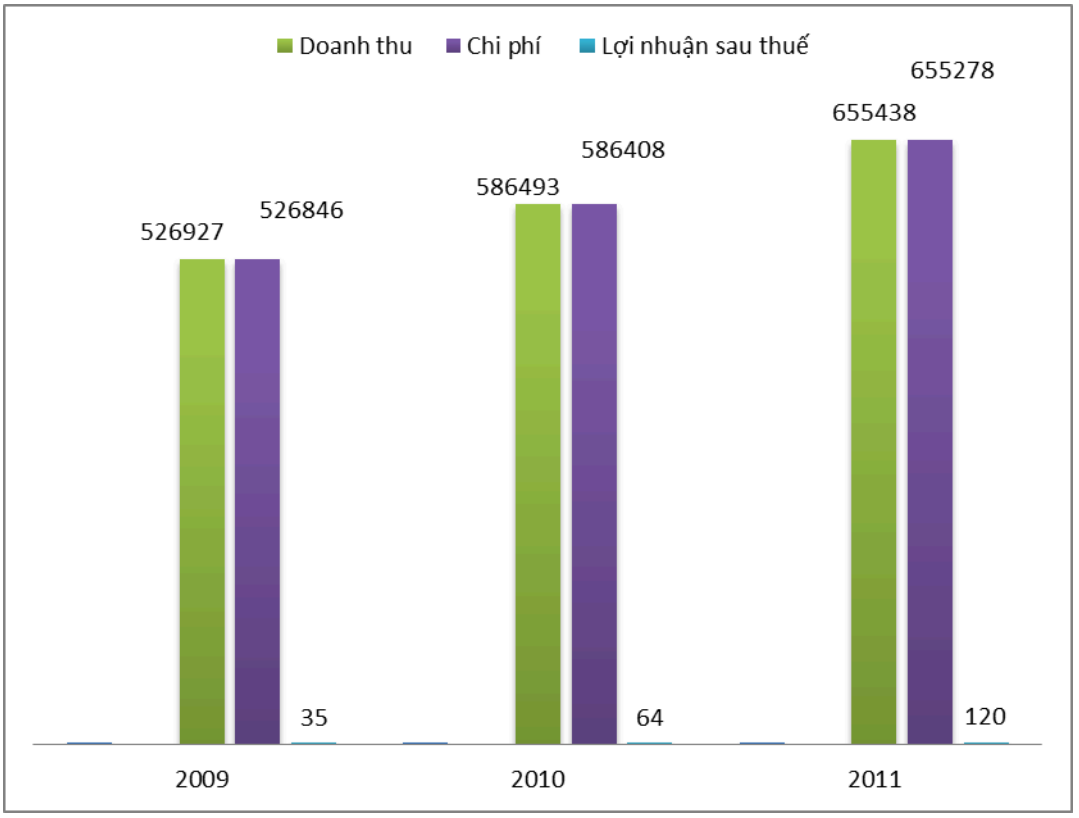
Bảng 2 : Bảng kết quả kinh doanh của Công ty(2009- 2011)

(Đơn vị : triêu đồng)

Năm / Chỉ tiêu	2009	2010	2011
Doanh thu	**526927**	**586493**	**655438**
Chi phí	**526846**	**586408**	**655278**
Lợi nhuận trước thuế	**46**	**85**	**160**
Lợi nhuận sau thuế	**35**	**64**	**120**

Nguồn: Phòng Kế toán

Hình 1 - Biểu đồ kết quả hoạt động kinh doanh của công ty từ năm 2009 đến năm 2011.



❖ Qua bảng số liệu ta thấy doanh thu hoạt động kinh doanh của công ty không ngừng tăng trưởng. Cụ thể :

Doanh thu năm 2010 so với năm 2009 tăng 11,3% tương ứng 59566 triệu đồng.

Doanh thu năm 2011 so với năm 2010 tăng 11,76% tương ứng 68945 triệu đồng.

So sánh tỷ lệ tăng doanh thu năm 2009 với năm 2010 ta nhận thấy tỷ lệ tăng doanh thu năm 2010 tăng nhanh hơn tỷ lệ tăng doanh thu năm 2009.

❖ Nguyên nhân làm cho tỷ lệ tăng doanh thu năm 2010cao hơn năm 2009 là do:

Nền kinh tế nước ta năm 2010 mới được phục hồi, tình hình kinh doanh xuất nhập khẩu của công ty vẫn hạn chế.

Các mặt hàng xuất nhập khẩu năm 2011 được mở rộng cả về quy mô lẫn số lượng.

Chính sách mở rộng thị trường, tìm kiếm thêm khách hàng của chi nhánh công ty yêu cầu việc buôn bán được mở rộng theo từng năm

❖ Về vấn đề chi phí cũng có xu hướng tăng theo từng năm.

Chi phí năm 2010 cao hơn so với năm 2009 là: 595562 triệu đồng.

Chi phí năm 2011 cao hơn so với năm 2009 là: 655278 triệu đồng.

 Nhìn chung tốc độ tăng chí phí bình quân tăng dần qua các năm.

Nguyên nhân là do năm 2009- 2011 công ty đã đầu tư một khoản chi phí lớn hoạt động nghiên cứu và mở rộng thị trường trong và ngoài nước nâng cao thị phần của công ty.

Mặt khác, tình hình lạm phát ngày càng gia tăng qua các năm, cụ thể: chỉ số lạm phát 3 năm liên tiếp 2009-2011 là 6,88%; 11,5%; 18,13%.

❖ Về lợi nhuận thì công ty tăng ở mức cao.

Năm 2010 so với 2009 tăng 29 triệu đồng chiếm tỷ lệ 82,85% .

Năm 2011 so với 2010 tăng 56 triệu đồng chiếm tỷ lệ 87,5%.

Dù rằng chịu nhiều tác động và ảnh hưởng kinh tế song công ty vẫn đảm bảo được lợi nhuận cho hoạt động của mình. Điều này chứng minh tầm nhìn, chiến lược và hoạch định mà Ban Lãnh đạo của công ty vạch ra là rất đúng đắn.

1.3.3. **Tình hình kinh doanh những năm gần đây.**

- **Mặt hàng xuất nhập khẩu.**
- **❖ Mặt hàng xuất khẩu.**

Chi nhánh công ty xuất khẩu chủ yếu 2 mặt hàng : đậu phộng (xuất khẩu trực tiếp) và vải (xuất khẩu ủy thác)

Đậu phộng là mặt hàng xuất khẩu thế mạnh của chi nhánh công ty. Với chất lượng cũng như giá cả cạnh tranh đây là mặt hàng xuất khẩu chủ lực của công ty. Công ty xuất khẩu đậu phộng với những đặc điểm sau:

❖ Hàng hóa:

Đậu phộng nhân Việt Nam

Giá FOB: Vui lòng liên hệ với chúng tôi để có giá tốt nhất

Cảng: Hồ Chí Minh

Số lượng đặt hàng tối thiểu: 19 tấn

Khả năng cung cấp:1000 tấn/ tháng

Hình thức thanh toán: L/C,T/T,D/P

❖ **Sơ lược:**

Loại:Đậu phộng

Hình thức trồng trọt: thông thường

Quy trình chế biến: còn nguyên chất

Trạng thái: khô

Phân loại: Super/I/II/III/IV

Màu sắc: màu tự nhiên

Đóng gói: bao PP hoặc bao đay

Giám định: Vinacontrol

Thương hiệu: THAPHIMEX

Xuất xứ: Việt Nam

❖ **Specifications:**

Mặt hàng: Đậu phộng nhân

Phân loại: Super/I/II/III/IV

Số lượng: 180-200/200-220/220-240 hạt/100 grams

Độ ẩm: 8.5% Tối đa

Tạp chất: 1% Tối đa

Hạt không hoàn chỉnh: 8% Tối đa

Năm thu hoạch: năm hiện tại

Chi tiết đóng gói: 12.5/25/50/60 Kg trong bao PP hoặc bao đay,17/19 trên 1 Container 20'

Chi tiết vận chuyển: 7-20 ngày

Mặt hàng vải là mặt hàng thế mạnh của Việt Nam, đây cũng là mặt hàng công ty nhận xuất khẩu ủy thác cho các công ty khác.

❖ **Mặt hàng nhập khẩu.**

Các mặt hàng công ty nhập khẩu :máy móc, đồ dùng nội thất, xe máy, sợi vải, bánh kẹo, gạch, keo dán, kem không sữa, dung cụ cầm tay...

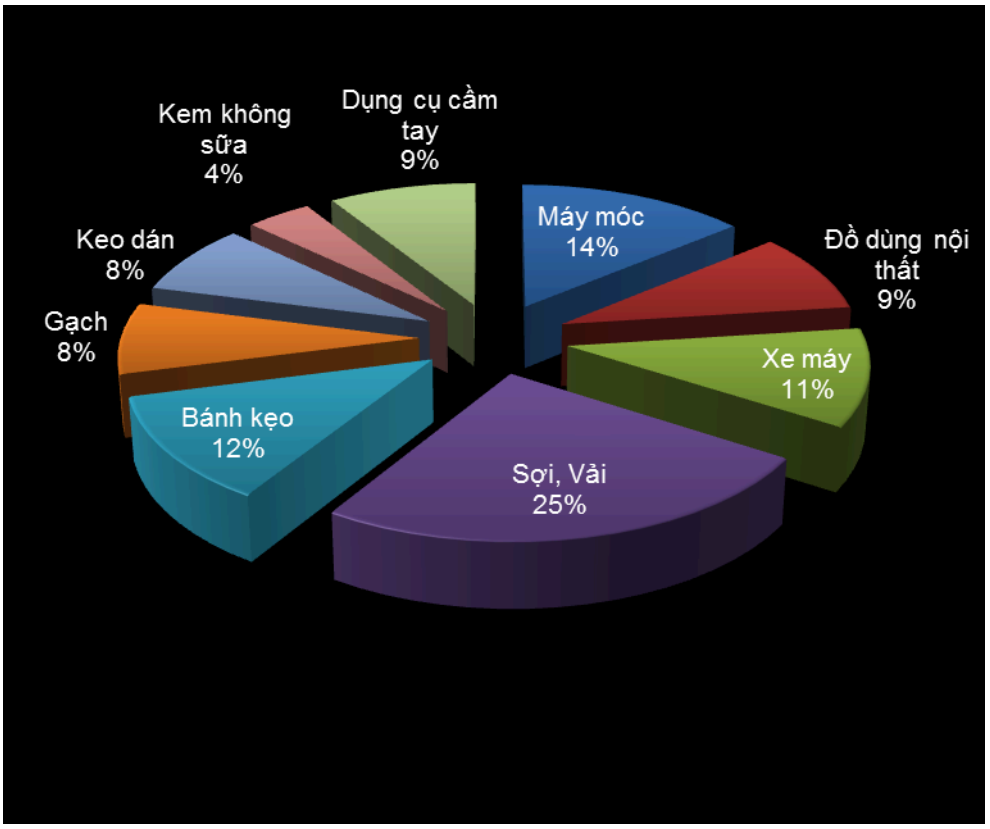
Bảng 3: Cơ cấu sản phẩm nhập khẩu (2011)

Thị trường / *Sản phẩm*	Đài Loan	*Trung Quốc*	*Nhật*	*Hàn Quốc*	*Thái Lan*	*Malaysia*	*Tây Ban Nha*	*Ý*	*Tổng cộng*
Máy móc	*8%*		*6%*						*14%*
Đồ dùng nội thất		*9%*							*9%*

Xe máy							*7%*	*4%*	*11%*
Sợi, Vải	*14%*			*11%*					*25%*
Bánh kẹo						*12%*			*12%*
Gạch							*8%*		*8%*
Keo dán					*8%*				*8%*
Kem không sữa					*4%*				*4%*
Dụng cụ cầm tay	*4%*	*5%*							*9%*

Nguồn: Phòng Kế toán

Hình 2: Biểu đồ thể hiện cơ cấu sản phẩm xuất khẩu.(2011)



 Qua biểu đồ ta có thể thấy được:

- Các sản phẩm được công ty nhập nhiều: vải sơi (25%), máy móc (14%),tiếp đó là bánh kẹo 12% và xe máy 11%. Các mặt hàng này đòi hỏi vốn rất cao và chi phí lớn, tuy nhiên đó là những mặt hàng thiết yếu phục vụ cho ngành công nghiệp dệt may, cơ khí, và tiêu dùng ở nước ta. Do đó, khi nhập hàng về dễ phân phối và không bị tồn kho nhiều. Các mặt hàng này mang lại lợi nhuận chủ yếu cho doanh nghiệp
- Hàng hóa vốn thấp như keo dán, gạch, kem không sữa thì nhập rất ít. Đây là các mặt hàng cạnh tranh trên thị trường cả về giá cả và chất lượng. Phần trăm lợi nhuận của các loại hàng hóa này cũng khá thấp.
- Mặt hàng nhập khẩu của chi nhánh chiếm trọng lượng không đồng đều và không đa dạng về sản phẩm. Hàng nhập khẩu không tập chung ngành nghề nào mà theo cầu của khách hàng nội địa.
- Thị trường và sản phẩm nhập khẩu trực tiếp chưa được khai thác về chiều sâu cũng như chiều rộng

1.3.3.1. Nhà cung cấp.

❖ **Nhà cung cấp hàng hóa cho các sản phẩm xuất khẩu:**

Mặt hàng vải xuất khẩu: các công ty kinh doanh và sản xuất sản phẩm may mặc

<u>Công Ty TNHH MTV Kim Xương Long</u>

Ngành nghề: **Vải Sợi - Sản Xuất & Kinh Doanh.**

Chuyên kinh doanh, mua bán các loại vải như: Vải jean, vải kaki, vải áo gió, vải sợi, v.v..

Với *"Mẫu mã đa dạng - Chất lượng hoàn hảo - Giá thành cạnh tranh"*- Kim Xương Long đảm bảo mang lại sự hài lòng tuyệt đối cho quý khách hàng.

Địa chỉ: 87/6 Hẻm 73 Đỗ Công Tường, P. Tân Quy, Q. Tân Phú, Tp. Hồ Chí Minh

Điện thoại: 08-38474951

Hotline: 0908709038

Thịnh Đạt Phong - Công Ty TNHH Công Nghiệp Thịnh Đạt Phong

Ngành nghề:Vải Sợi - Sản Xuất & Kinh Doanh

Địa chỉ: 154/43 Nguyễn Kim, P. 6, Q. 10, Tp. Hồ Chí Minh

Điện thoại:08-39572945

Minh Tùng Vi Na - Công Ty TNHH Sản Xuất Thương Mại Dịch Vụ Minh Tùng Vi Na

Ngành nghề: Vải Sợi - Sản Xuất & Kinh Doanh

Chuyên cung cấp các mặt hàng vải sợi , tư vấn thiết kế các mẫu đồng phục cơ quan, xí nghiệp, trường học...

Địa chỉ: 91A Dương Khuê, P. Hiệp Tân, Q. Tân Phú, *Tp. Hồ Chí Minh*

Điện thoại: 08-38606894

Hotline: 0909 113 309

Trân Danh - Công Ty TNHH Trân Danh

Ngành nghề: Vải Sợi - Sản Xuất & Kinh Doanh

Chuyên cung cấp vải DENIM, vải sợi cao cấp.

Địa điểm: Số 16 Đường 44, P. Tân Phong, Q. 7, *Tp. Hồ Chí Minh*

Số điện thoại: 08-54332927

Hotline:0909 325656

Nhà cung cấp cho hàng đậu phộng xuất khẩu: những công ty chuyên về sản xuất và kinh doanh mặt hàng nông sản, ngoài ra còn từ vùng chuyên canh trồng đậu phộng, từ các chợ nông sản nơi cung cấp đậu phộng với số lượng lớn và chất lượng:

Chợ nông sản Thủ Đức

Vùng chuyên canh sản xuất đậu phộng huyện Cầu Ngang, Duyên Hải, TP.Trà Vinh và một số tỉnh ở đồng bằng Sông Cửu Long.

❖ **Nhà cung ứng cho các sản phẩm nhập khẩu:**

Là các công ty đối tác nước ngoài chuyên sản xuất và kinh doanh các mặt hàng nhập khẩu do chi nhánh công ty kinh doanh: điển hình có các bạn hàng ở các nước:Đài Loan, Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, Thái Lan, Malaysia, Tây Ban Nha.

❖ **Doanh nghiệp nước ngoài cung cấp máy móc.**

1, Công ty: Oriental Victor Group

Sản phẩm: máy móc

Điện thoại:886 - 4 - 23506666

Fax:886 - 4 - 23503397

Địa chỉ:5F NO.108 SAI HSI ROAD TAICHUNG Taiwan

Quốc gia :Đài Loan

2, Công ty:Marusan Shoji Co., Ltd.

Sản phẩm: máy móc thiết bị

Điện thoại:(03)3271-1516

Fax:(03)3271-1577

Địa chỉ: 16-9 Nihonbashi 2-chom,Chuo-ku.Tokyo[103-0027]

Quốc gia:Nhật bản

❖ **Doanh nghiệp nước ngoài cung cấp mặt hàng đồ dùng nội thất:**

1, Công ty: Công Ty Tnhh Yiming

Điện thoại: 86-757-28836154, 28913732

Fax:86-757-28916096

Web:

Địa chỉ:Liangjiao Industrial Area,Shunde District,Foshan GuangdongChina[Zip/Postal Code:528315]

Quốc gia: Trung Quốc

Doanh nghiệp nước ngoài cung cấp mặt hàng vải sợi:

1, Công ty:Công Ty Tnhh Dệt Young Sun

Điện thoại:82 - 2 - 6630159,0160

Fax:82 - 2 - 6639603

Địa chỉ:202-15 Sangpyung-Dong Chinju-City Gyeongsangnam-do 660-340 Korea

Quốc gia: Hàn Quốc

2, Công ty: Tnhh Kuang Yung Enterprise

sản phẩm: sợi, vải.

Điện thoại:886 - 4 - 25691393

Fax:886 - 4 - 25691392

Web:http://www.kytextile.com.tw/

Địa chỉNo.165 Da-Lin Rd.Daya ShiangTaichung County 428 Taiwan

Quốc gia: Đài Loan

Doanh nghiệp nước ngoài cung cấp mặt hàng dụng cụ cầm tay

1, Công ty:Tnhh Shyang Yun

sản phẩm: dụng cụ cầm tay

Điện thoại:886-4-24610088

Fax:886-4-24615856

Địa chỉ:No. 15-6 Shi Pyng South Lane. 40750. Taichung.Taiwan

Quốc gia: Đài Loan

2, Công ty:Thiên Tân Kilews Tools & Thiết Bị Co, Ltd

Điện thoại:86-22-27836077

Fax:86-22-27836051

Web:http://www.kilews-tj.com/kilews/index123.asp

Địa chỉ:No. 12 Baojixidao,Tianjin,China[Zip/Postal Code:]

Quốc gia: Trung Quốc

Doanh nghiệp nước ngoài cung cấp mặt hàng bánh kẹo:

1, Công ty:Rich Enterprise

Điện thoại:60 - 12 - 3090601

Fax:60 - 3 - 79835273

Địa chỉOld Klang Road-Happy Garden Kuala Lumpur 58200

Quốc gia: Malaysia

Doanh nghiệp nước ngoài cung cấp xe máy

1, Công ty:Motorhispania, S.L.

Điện thoại:+34-954-47.56.87

Fax:+34-954-40.91.22

Web:http://www.motorhispania.es/

Địa chỉc/ Parsi 3-nº 10. 41016 SEVILLE-SPAIN

Quốc gia: Tây Ban Nha

Doanh nghiệp nước ngoài cung cấp mặt hàng keo dán:

1, Công ty:Numwattana (Thế Giới)

Điện thoại:+66875902873

Fax:+6628172300

Địa chỉ:104/1 3 4-6 Moo 19-Suksawat 64-Suksawat Rd.-Bangphung-Phrapradaeng-Samutprakarn-10130 Thailand

Quốc gia: Thái Lan

Doanh nghiệp nước ngoài cung cấp mặt hàng gạch:

1, Công ty:Todagres

Điện thoại:34-626-021002

Fax:34-964-534501

Địachi:CTRA.DEONDAKM.5-VILA-REAL-CASTELLON-Spain(Zip/Postal:12540)

Quốc gia: Tây Ban Nha

2, Công ty:Hispania Ceramica S.A.

Điện thoại:34-964-231658

Fax:34-964-964776540

Địa chỉ:Camino viejo Castellon- Onda S/n P.O Box 170

Quốc gia:Tây Ban Nha

- **Khách hàng.**
    - **Khách hành trong nước.**

Khách hàng trong nước mua hàng tại chi nhánh công ty chủ yếu là các mặt hàng nhập khẩu từ nước ngoài và một phần sản xuất trong nước. Mỗi khách hàng có nhu cầu hàng hóa khác nhau về hàng hóa. Ta có chia nhóm khách hàng thành 3 nhóm chính sau :

❖ Dân lao động phổ thông :

Khả năng chi trả thấp

Nhu cầu chất lượng sản phẩm ở mức độ trung bình.

Mua hàng số lượng nhỏ lẻ, chất lương không đồng đều.

Chủ yếu là nhân dân lao động ở TP.HCM

Mặt hàng họ muốn có đó là những sản phẩm : máy móc phục vụ nông, lâm ngư nghiệp, thiết bị điện,hàng hóa tiêu dùng.

Sản phẩm phù hợp là sản phẩm được sản xuất trong nước với chi phí thấp, giá cả phù hợp với túi tiền của người lao động.

Lợi nhuận thu được từ việc bán hàng cho dân lao động phổ thông thấp.

❖ Cá nhân và gia đình có thu nhập cao :

Họ chủ yếu là những cá nhân gia đình thuộc TP.HCM và các tỉnh lân cận.

Họ sẵn sàng chi trả sản phẩm họ muốn với mức giá cao

Yêu cầu chất lượng và mẫu mã sản phẩm cao

Mua hàng số liệu nhỏ lẻ, chất lượng thường là cao.

Họ thường mua những mặt hàng ở chi nhánh: Xe máy, gạch, đá hoa cương được nhập khẩu từ nước ngoài với mẫu mã đẹp và chất lượng đảm bảo phục vụ cho nhu cầu đi lại và xây dựng nhà cửa của họ.

Lợi nhuận thu được từ viêc bán hàng cho nhóm khách hàng này ở mức độ trung bình.

❖ Doanh nghiệp, xí nghiệp kinh doanh, sản xuất :

Nhóm khách hàng này bao gồm tất cả công ty, xí nghiệp ở mọi miền trên đất nước Việt Nam.

Mua hàng hóa với số lượng lớn, chất lượng đồng đều.

Nhu cầu về hàng hóa đa dạng (nhiều loại mặt hàng)

Tùy theo loại hình doanh nghiệp, lĩnh vực sản xuất,kinh doanh mà doanh nghiệp (xí nghiệp) có thể mua những mặt hàng khác nhau.

+ Doanh nghiệp thuộc ngành may mặc : mua các loại máy móc phụ vụ sản xuất công nghiệp, các thiết bị điện, vải, sợi...

+ Doanh nghiệp thuộc ngành xây dựng : mua các loại gạch, đá hoa cương, đồ nội thất..

+ Doanh nghiệp kinh doanh sản xuất nông sản : mua thiết bị máy móc nông nghiệp.

+ Doanh nghiệp kinh doanh buôn bán thủy sản : mua các thiết bị máy móc phục vụ ngư nghiệp

+ Doanh nghiệp thuộc ngành cơ khí : mua những thiết bị kim khí điện máy

+ Doanh nghiệp kinh doanh bán lẻ : mua các mặt hàng tiêu dùng là chủ yếu.

Lợi nhuận thu được từ việc bán hàng cho nhóm khách hàng này cao.

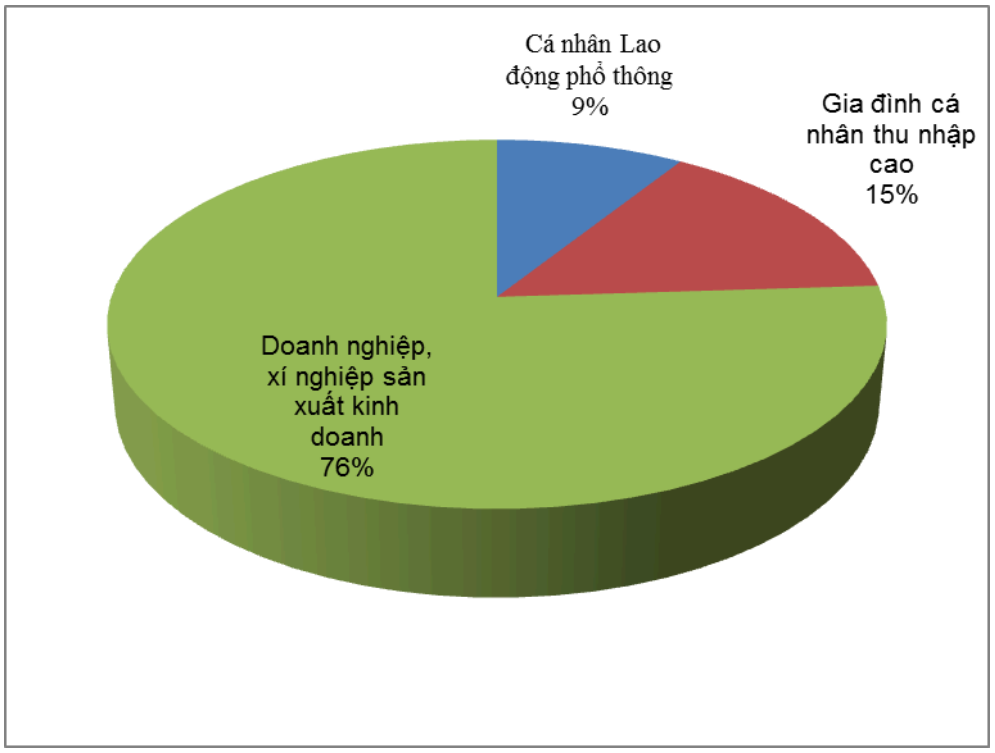
Bảng 4. Thị phần khách hàng trong nước

Khách hàng *Sản phẩm*	Lao động phổ thông	*Gia đình cá nhân thu nhập cao*	*Doanh nghiệp, xí nghiệp sản xuất kinh doanh*
Máy móc	*18%*	*11%*	*71%*
Đồ dùng nội thất	*2%*	*23%*	*75%*
Xe máy	*8%*	*25%*	*67%*
Sợi, Vải	*1%*	*2%*	*97%*
Bánh kẹo	*7%*	*10%*	*83%*
Gạch	*4%*	*37%*	*59%*
Keo dán	*2%*	*8%*	*90%*

Kem không sữa	*6%*	*17%*	*87%*
Dụng cụ cầm tay	*38%*	*7%*	*55%*
Tỉ trọng	*9%*	*15%*	*76%*

Nguồn: Phòng Kế toán 2011

Hình 3:Biểu đồ thể hiện thị phần khách hàng trong nước :



- Qua biểu đồ có thể thấy được các mặt hàng của công ty chủ yếu phân phối cho khách hàng doanh nghiệp, xí nghiệp là chủ yếu (76%), tiếp đó là cá nhân, hộ gia đình với thu nhập cao (15%) cuối cùng là dân lao động phổ thông (9%).

✔ Lợi nhuận thu chủ yếu được phần lớn từ việc bán hàng cho doanh nghiệp xí nghiệp sản xuất kinh doanh trong nước.

❖ **Khách hàng nước ngoài**

Công ty xuất khẩu trực tiếp sang thị trường Malaysia , xuất khẩu ủy thác qua 3 thị trường : Campuchia, Malaysia, Myanmar. Do đó, khách hàng nước ngoài của chi nhành công ty tập chung ở nước : Campuchia, Malaysia, Myanmar.

Bảng 5 :Nhà nhập khẩu

Thị trường / Sản phẩm	Campuchia	Malaysia	Myanmar
Vải (xk ủy thác)	27%	19%	23%
Đậu phộng (xk trựctiếp)		31%	

Nguồn: Phòng Kế toán 2011

- ❖ Khách hàng là các doanh nghiệp ở CamPuChia :

✔ Mặt hàng họ mua chỉ có vải do công ty xuất khẩu ủy thác.

✔ Số lượng mua chiếm tỉ lệ tương đối chiếm 23%

✔ Danh sách các doanh nghiệp ở CamPuChia nhập khẩu vải :



+ Công ty :M&V INT'L MANUFACTURING LTD.
  Sản phẩm kinh doanh: quần áo trẻ em
  Tel:+ 852 3549 3300
  ADDRESS: RM 2601-6, 26/F, Billion Plaza,8 Cheung Yue St.,Cheung Sha Wan, Kowloon
+ Công ty: SANTEX INDUSTRIAL (CAMBODIA) LIMITED
  Sản phẩm kinh doanh: ba lô, cặp vải
  Tel : 012 810 529

ADDRESS: National Road 4,Phum Trapeang Chhoeu Neang, Khum Poeuk, Srok Angsnoul, Kandal Province

+ Công ty: JIN CHAN (CAMBODIA) CLOTHING CO.,LTD.
  Sản phẩm kinh doanh: áo khoác, mũ nón
  Tel : (855) 23 368 438
  ADDRESS: No.18 Rue 528, Sangkat Beoungkok, Khan Toulkok, Phnom Penh, Cambodia

❖ Khách hàng là các doanh nghiệp ở Myanmar:

✔ Mua vải của chi nhánh.

✔ Khối lượng giao dịch ở mức trung bình (23%) trong tổng số các mặt hàng xuất khẩu của chi nhánh.

✔ Danh sách các khách hàng ở Myanmar :

Công ty: Aung Si Garment (Success Drum Garment)
Sản phẩm kinh doanh: quần áo thời trang công sở
Tel : (95-1) 517 656, 401 992
Fax: (95-1) 524 295
ADDRESS: 1/D, Padonmar St., IndustrialZone, (Nga) Ward,NOKA.

+ Công ty: Charminh Garmenta manufacturing Co.,Ltd
  Sản phẩm kinh doanh: quần áo nam giới
  Tel : (95-1) 684126,684229
  ADDRESS: 82, Twin Thin Tike Wun U Tun Nyo St.,
  IndustrialZone(1),HLTA

+ Công ty : Lucky flowers
  Sản phẩm kinh doanh: áo sơ mi, áo vet Nam
  Tel : (95-1 543675

ADDRESS: 707, 708(Rm 101), 1st Flr, Kamahtan St., Myittar Nyunt Ward,TMW.

❖ Khách hàng là các doanh nghiệp ở Malaysia.

+ Công ty:Empire Golden Nine Enterprise
Sản phẩm kinh doanh: các loại đầm phụ nữ
Điện thoại: +60126916622
Fax: +603-51624124
Web: http://www.uniformspecialist.blogspot.com/
Địa chỉ:No 8A Jalan PJS 10/32, Bandar Sri Subang,46000 Petalin Jaya,Selangor Darul Ehsan

+ Công ty:Burhani Thương Mại
Sản phẩm kinh doanh: hàng may mặc trẻ em
Điện thoại:60 - 3 – 26983562
Fax:60 - 3 - 26933326
Địa chỉ:61 Jalan Tuanku Abdul Rahman,Kuala Lumpur 50100

+ Công ty: Image Glow Merchandising (M) Sdn Bhd
Sản phẩm kinh doanh: quần jean, quần tây, áo sơ mi.
Điện thoại: 60 - 07 - 4326660
Fax:60 - 07 - 4326662
Web: http://www.image-glow.com/
Địa chỉ:WISMA IGM, 43-1C JALAN PENJAJA 3,BATU PAHAT JOHOR 83000

- **Đối thủ cạnh tranh.**

Công ty kinh doanh mặt hàng tổng hợp, vì thế mà số lượng đối thủ cạnh tranh về các mặt hàng rất lớn. Hơn nữa khi tham gia vào thị trường kinh tế thế giới, Việt Nam là thành viên tổ chức WTO. Các doanh nghiệp phải đối đầu với cả đối thủ cạnh tranh trong và ngoài nước trong hoạt động sản xuất kinh doanh xuất nhập khẩu.

❖ **Đối thủ cạnh tranh trong nước.**

Ngành kinh doanh xuất nhập khẩu là một trong những ngành kinh tế chủ đạo của nền kinh tế nước ta. Theo con số của tổng cục thống kê từ năm 2005 – 2010 trị giá xuất nhập khẩu có xu hướng tăng dần :xuất khẩu tăng từ 4265 triệu USD (2005) lên đến 7460 triệu USD năm 2010, nhập khẩu tăng từ 4450 triệu USD (2005) lên đến 9921triệu USD năm 2010. Qua đó ta có thể thấy được lĩnh vực kinh doanh xuất nhập khẩu ngày càng được mở rộng và phát triển. Những công ty kinh doanh xuất nhập khẩu được thành lập ngày càng nhiều, đối thủ cạnh tranh của công ty dần xuất hiện với số lượng lớn. Một số đôi thủ cạnh tranh lớn của công ty về lĩnh vực kinh doanh xuất nhập khẩu có thể kể đến như : Công ty cổ phần xuất nhập khẩu Petrolimex**,** Tổng công ty sản xuất đầu tư dịch vụ xuất nhập khẩu Bình Định **(PiSiCo),**Công ty Xuất nhập khẩu Intimex… Đây là 3 công ty lớn chiếm thị phần khá lớn ở thị trường Việt Nam.

❖ **Công ty cổ phần xuất nhập khẩu Petrolimex**

✔ **Những nét chính về công ty:**

- Công ty Cổ phần Xuất nhập khẩu Petrolimex (PITCO) là thành viên của Tổng Công ty xăng Dầu Việt Nam(PETROLIMEX). Từ khi được thành lập năm 1999 đến nay, PITCO phát triển nhanh chóng, trở thành một trong những doanh nghiệp có kim ngạch xuất khẩu lớn của Bộ Công thương, khẳng định vị thế và thương hiệu, giữ vững sự tín nhiệm của các đối tác trong và ngoài nước.
- Văn Phòng Chính:
  Công ty Cổ phần Xuất nhập khẩu Petrolimex
  Địa chỉ: 54-56 Bùi Hữu Nghĩa, phường 5, Quận 5, Tp Hồ Chí Minh
  ĐT : (08) 383 83 400
  Fax : (08) 383 83 500
  Email : pitco@pitco.com.vn

✔ **Ngành nghề kinh doanh:**

Kinh doanh, xuất nhập khẩu hàng hóa nông lâm thủy hải sản, hàng thủ công mỹ nghệ, hàng tiêu dùng, máy móc thiết bị ngành công nghiệp, nông nghiệp, phương tiện vận tải, vật tư, nguyên liệu phục vụ sản xuất, tiêu dùng.

Mua bán, sản xuất, gia công, chế biến, xuất nhập khẩu khoáng sản hàng hóa, kim loại màu. Kinh doanh tạm nhập, tái xuất chuyển khẩu xăng dầu, các sản phẩm hóa dầu.

Kinh doanh vận tải xăng dầu; đại lý kinh doanh xăng dầu.

Dịch vụ giao nhận; đại lý, sản xuất, gia công, chế biến hàng hóa xuất nhập khẩu.

Kinh doanh, đầu tư cơ sở hạ tầng, kinh doanh nhà.

Sản xuất, mua bán các loại thẻ từ, thẻ vi mạch, thẻ điện thoại.

Sản xuất, mua bán sơn và nguyên liệu, sản phẩm ngành sản xuất sơn.

✔ **Thành tích - Giải thưởng**

Huân chương lao động hạng III;

Được Thủ tướng Chính phủ tặng bằng khen do có thành tích xuất sắc từ năm 2001 - 2005;

Liên tục 05 năm (2000-2004) Công ty được Bộ Thương Mại tặng bằng khen về việc hoàn thành kế hoạch kinh doanh và tăng trưởng xuất nhập khẩu;

Được Bộ Công Thương bình chọn là doanh nghiệp xuất khẩu uy tín 05 năm liền (2004-2008);

Công ty được Bộ Thương Mại tặng Cờ thi đua xuất sắc năm 2006;

Công ty được tặng Bằng khen của Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn do có thành tích xuất sắc đóng góp vào sự phát triển của ngành hàng hồ tiêu năm 2007, 2008;

Doanh nghiệp tiêu biểu của 11 lĩnh vực Thương mại Dịch vụ - TOP TRADE SERVICES 2007 do Bộ Công Thương bình chọn;

Sao vàng đất Việt 2008-2009 (Top 100);

Top 500 doanh nghiệp lớn nhất Việt Nam;

Được Trung tâm thông tin tín dụng - Ngân hàng Nhà Nước xếp hạng tín dụng AAA;

Được nhận giải thưởng "2006 BUSINESS EXCELLENCE AWARDS" do Ủy ban Quốc gia về hợp tác Kinh tế Quốc tế phối hợp với 53 Thương vụ Việt Nam tại các nước, vùng lãnh thổ tổ chức xét chọn và trao tặng;

Đạt thương hiệu "Việt Nam tốt nhất" trong lĩnh vực xuất nhập khẩu năm 2007 do báo điện tử Việt Nam Net phối hợp cùng đài truyền hình Việt Nam tổ chức;

Là thành viên kim cương của Cổng Thương mại điện tử quốc gia (ECVN); được Hải quan TP.HCM chọn là 1 trong những đơn vị đầu tiên được thông quan điện tử;

Được trao Cúp vàng và Giải thưởng Doanh nhân tiêu biểu ASEAN năm 2007;

Giải thưởng "Doanh nghiệp thanh toán xuất nhập khẩu tốt nhất năm 2007" do Ngân hàng Ngoại Thương Việt Nam trao tặng;

Top 100 Thương Hiệu Mạnh Xuất Nhập Khẩu Uy Tín Và Hiệu Quả 2008;

Cúp vàng – Giải thưởng "Thương hiệu chứng khoán uy tín" và "Công ty Cổ phần hàng đầu Việt Nam 2008, 2009".

⇨ **Đánh giá :**

Công ty Cổ phần Xuất nhập khẩu Petrolimex (PITCO) là đối thủ cạnh chính về các mặt hàng: tiêu dùng, máy móc nhập khẩu, nông lâm thủy sản.

❖ **Tổng công ty sản xuất đầu tư dịch vụ xuất nhập khẩu Bình Định (PiSiCo).**

✔ **Những nét chính về công ty:**

Chủ Tịch Hội Đồng Thành Viên: Ông Nguyễn An Điềm

Tổng Giám Đốc: Ông Lê Văn Hồng

Địa chỉ: 99 Tây Sơn, Tp. Quy Nhơn, tỉnh Bình Định.

Điện thoại: 056.3947066 Fax: 056.3947029

Mã số Doanh nghiệp: 4100258987

Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu hàng hoá tại Việt Nam: 43520

Năm thành lập: 1985

Vốn điều lệ: 221,343 tỷ đồng

Nhân viên: 5.000 nhân viên

✔ **Ngành nghề kinh doanh:**

Trồng và khai thác rừng; Tư vấn thiết kế công trình lâm sinh; Kinh doanh nguyên liệu giấy; Khai thác, chế biến và mua bán hàng nông, lâm, thủy sản;

Sản xuất và mua bán hàng công nghiệp thực phẩm, thức ăn chăn nuôi, may mặc, giày da;

Thăm dò, khai thác, chế biến mua bán tài nguyên khoáng sản các loại;

Mua bán máy móc, thiết bị, vật tư, nguyên phụ liệu cho ngành nông, lâm, thủy sản và vật liệu xây dựng;

Mua bán máy móc, phương tiện vận tải, phân bón, thuốc bảo vệ thực vật, xăng dầu;

Kinh doanh truyền hình cáp và vật tư, thiết bị viễn thông;

Kinh doanh dịch vụ Cảng biển;

Kinh doanh khách sạn và dịch vụ ăn uống;

Dịch vụ cho thuê kho, bãi, giao nhận và bảo quản hàng hóa; Sản xuất các loại bao bì, sản phẩm tiêu dùng từ chất dẻo;

Đầu tư hạ tầng; Xây dựng công trình dân dụng, công nghiệp, cơ sở hạ tầng và kinh doanh bất động sản;

Đầu tư tài chính vào các Doanh nghiệp.

✔ **Thành tích - Giải thưởng**

Huân chương lao động hạng I cho tập thể Tổng Công ty đã có thành tích xuất sắc trong hoạt động sản xuất kinh doanh từ năm 2000 đến năm 2004.

Huân chương lao động hạng II cho tập thể Tổng Công ty năm 1996.

Huân chương lao động hạng III cho 2 cá nhân là: lãnh đạo Tổng Công ty qua các thời kỳ 1996 và 2000.

Chính phủ, Bộ NNo & PT Nông Thôn, Bộ Thương Mại, Bộ Tài chính, Tổng cục thuế, UBND tỉnh Bình Định, Tổng Liên đoàn Lao động, Liên đoàn lao động tỉnh Bình Định ngành tặng cờ thi đua và nhiều danh hiệu thi đua khác cho tập thể, cá nhân, cán bộ Tổng Công ty qua các thời kỳ.

⇨ **Đánh giá :**

Tổng công ty sản xuất đầu tư dịch vụ xuất nhập khẩu Bình Định (PiSiCo) là đối thủ cạnh tranh mạnh về các mặt hàng: nông, lâm , thủy sản và các loại máy móc phụ vụ ngành này. Ngoài ra còn có sản phẩm ngành may mặc, giày da, đây là những sản phẩm thế mạnh của công ty này.

✔ **Công ty Cổ phần Tập đoàn Intimex**

- **Những nét chính về công ty:**

Tên gọi trước đây là Công ty Cổ phần XNK Intimex chính thức đi vào hoạt động từ ngày 01 tháng 07 năm 2006. Intimex Hochiminh được hình thành trên cơ sở cổ phần hóa Chi nhánh Công ty XNK Intimex tại TPHCM được thành lập năm 1995 và trực thuộc Bộ Công Thương.

Tổng tài sản của Intimex Hochiminh đã lên đến trên 2.200 tỷ đồng, đó chính là cơ sở quan trọng cho sự phát triển mới của Công ty trong giai đoạn tiếp theo.

Trụ sở chính: 61 Nguyễn Văn Giai, Đakao, Quận 1, TP.Hồ Chí Minh.
Điện thoại : 38201754 - 38201998 - 38203033 - Fax: 08. 38201997.
Website: www.intimexhcm.com
E-mail : intimexhcm@intimexhcm.com

- **Ngành nghề kinh doanh:**

Xuất khẩu: hàng nông sản, thủ công mỹ nghệ, gạo, hồ tiêu, cơm dừa, hạt tiêu

Nhập khẩu: máy móc thiết bị, đồ điện gia dụng.

✔ **Thành tích - Giải thưởng**

ϖ **Năm 2006**

- Bằng khen Doanh nghiệp xuất khẩu uy tín do Bộ Thương mại trao tặng.
- Bằng khen Doanh nghiệp đã có thành tích xuất sắc trong tổ chức xuất khẩu Hồ tiêu 2006 do Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn cấp.
- Bằng khen Doanh nghiệp có kim ngạch xuất khẩu xuất sắc 2006 do Ủy ban Quốc gia & Hợp tác Kinh tế và Báo Thương mại cấp.

ϖ **Năm 2007**

- Bằng khen Doanh nghiệp xuất khẩu uy tín do Bộ Công Thương bầu chọn.
- Bằng khen Doanh nghiệp đã có thành tích hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ công tác năm 2007 do Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tặng.
- Giải thưởng Thương mại dịch vụ Việt Nam – Top Trade Services 2007 do Bộ Công Thương, Báo Công Thương trao tặng.

ϖ **Năm 2008**

- Giải thưởng Top 15 Doanh nghiệp Thương mại Dịch vụ xuất sắc năm 2008 do Bộ Công Thương, Báo Công Thương tổ chức.
- Là doanh nghiệp tư nhân lớn thứ 05 ở Việt Nam năm 2008 theo bảng xếp hạng VNR 500 do Báo Vietnamnet và Vietnam Report công bố.
- Giải thưởng "Doanh nghiệp phát triển bền vững năm 2008 do Bộ Công Thương, Học viện Chính trị - Hành chính Quốc gia Hồ Chí Minh trao tặng.
- Bằng khen Doanh nghiệp xuất khẩu uy tín do Bộ Công Thương trao tặng.
- Bằng khen Doanh nghiệp có thành tích xuất sắc trong công tác kinh doanh, xuất khẩu và hoạt động phát triển ngành hàng Hồ tiêu năm 2008 do Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn trao tặng.

- Bằng khen Doanh nghiệp có thành tích xuất sắc trong việc thực hiện nhiệm vụ kế hoạch năm 2008 do Bộ Công Thương trao tặng.

ϖNăm 2009

- Chứng nhận Top Doanh nghiệp tiêu biểu 3 năm liên tiếp đoạt giải thưởng Thương mại Dịch vụ Việt Nam (2007-2008-2009) do Bộ Công Thương, Báo Công Thương trao tặng.
- Bằng khen Doanh nghiệp xuất khẩu uy tín do Bộ Công Thương trao tặng.
- Là doanh nghiệp tư nhân lớn thứ 10 ở Việt Nam năm 2009 theo bảng xếp hạng VNR 500 do Báo Vietnamnet và Vietnam Report công bố.
- Bằng khen Doanh nghiệp có thành xuất sắc trong công tác kinh doanh, xuất khẩu và hoạt động phát triển ngành hàng Hồ tiêu năm 2009 do Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn trao tặng.

- Năm 2010

- Chứng nhận Top 10 Doanh nghiệp Thương mại Dịch vụ xuất sắc 2010 do Bộ Công Thương tổ chức.
- Bằng khen Doanh nghiệp xuất khẩu uy tín do Bộ Công Thương trao tặng.
- Bằng khen Doanh nghiệp có thành xuất sắc trong công tác kinh doanh, xuất khẩu và hoạt động phát triển ngành hàng Hồ tiêu năm 2010 do Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn trao tặng.
- Là doanh nghiệp tư nhân lớn thứ 13 ở Việt Nam năm 2010 theo bảng xếp hạng VNR 500 do Báo Vietnamnet và Vietnam Report công bố.

ϖ Năm 2011

- Bằng khen do có thành tích trong công tác đẩy mạnh xuất khẩu, hạn chế nhập siêu, kiểm soát nhập khẩu năm 2011 do Bộ Công Thương trao tặng.
- Bằng khen do Thủ tướng Chính phủ trao tặng cho ông Đỗ Hà Nam – Chủ tịch HĐQT kiêm Tổng Giám đốc Công ty.
- **Huân chương Lao động Hạng ba** do Chủ tịch nước trao tặng cho tập thể Công ty Cổ phần Tập đoàn Intimex và cá nhân ông Đỗ Hà Nam, Chủ tịch HĐQT kiêm Tổng Giám đốc Công ty.

- Công ty Cổ phần Tập đoàn Intimex nhận Cờ truyền thống của UBND TPHCM và cá nhân ông Đỗ Hà Nam, Chủ tịch HĐQT kiêm Tổng Giám đốc Công ty, được nhận Huy hiệu công dân tiêu biểu của TPHCM.

⇨ **Đánh giá :**

Công ty Cổ phần Tập đoàn Intimex là một đối thủ cạnh tranh mạnh về sản phẩm về nông sản và đồ điện gia dụng, với lịch sử hình thành lâu đời và những thành tích đạt được trong thời gian qua chi nhánh công ty cần xem xét đánh giá đúng đối thủ cạnh tranh của mình ở vị trí nào và đưa ra chính sách về giá cả và dịch vụ cho phù hợp với thị trường.

❖ **Đối thủ cạnh tranh nước ngoài.**

Việt Nam gia nhập tổ chức thương mại thế giới góp phần thúc đẩy các doanh nghiệp Việt Nam vươn ra xe thị trường thế giới. Tuy nhiên vấn đề gặp phải là sự gia tăng cạnh tranh trên trường quốc tế.Trên thị trường quốc tế, những công ty xuất khẩu mặt hàng về đậu phộng (nông sản) và vải (sản phẩm may mặc) rất nhiều. Và những công ty ở những thị trường : Thái Lan, Trung Quốc, Đài Loan, đặc biệt là những công ty ở thị trường mà chi nhánh xuất khẩu qua : Malaysia, Campuchia và Myanmar là những đối thủ cạnh tranh trực tiếp với công ty.

✔ Công ty xuất nhập khẩu hàng may mặc và sản phẩm nông sản ở Trung Quốc :

Lợi thế :

Giá nhân công và nguyên vật liệu rẻ.

Về sản phẩm may mặc: Đa dạng mẫu mã, mỗi món hàng đều có hoạ tiết trang trí làm bằng tay tỉ mỉ, chất liệu và hoa văn vải lạ, không đụng hàng thị trường. đem lại sự khác biệt biệt hóa về sản phẩm. Tạo ưu thế cạnh tranh.

Về mặt hàng nông sản: yếu tố giá cả cạnh tranh,khó có thị trường nào giá rẻ hơn ở thị trường này.

Nhược điểm:

Người tiêu dùng trên thế giới khi dùng sản phẩm hàng trung quốc lo ngại về vấn đề an toàn sức khỏe. Yêu cầu chặt chẽ về nguồn gốc sản phẩm khi mua hàng ở thị trường này.

Một vài doanh nghiệp ở Trung Quốc có uy tín và chiếm được thị phần lớn ở các nước Malaysia, Myanmar và Campuchia:

Công ty:Hongye Co., Ltd.

Điện thoại:86 - 020 - 36403995

Fax:86 - 020 - 36403995

Địa chỉ:Room 602,Buildiing no 6,Lane 9 South Street,ChenTianCun,baiyun District,GuangZhou city,guangdong Guangzhou Guangdong 510420 China.

Sản phẩm kinh doanh: may mặc quần áo thời trang.

Công ty:Shandong Sinh Hóa Co, Ltd

Điện thoại:+86 156 0633 0617

Fax:+86 633 5889929

Địa chỉ:NO.52 YANHE ROAD.WULIAN COUNTY, SHANDONG, CHINA

Sản phẩm kinh doanh: mặt hàng nông sản

✔ **Các công ty ở các thị trường nội địa:**

- **Ưu thế:**
  + các sản phẩm sản xuất trong nước giảm bớt được chi phí nhập khẩu
  + có sự trợ giúp từ nhà nước.
- **Bất lợi:**
  + sản phẩm với chất lượng không đồng đều.
  + chi phí nhân công cao.
- **1 vài công ty kinh doanh các mặt hàng xuất nhập khẩu của công ty tại các thị trường nội địa.**

  ✔ Thị trường Malaysia.

+ Công ty:Công Ty Cổ Phần Kinh Doanh Tyc

Điện thoại:6-019-8440488

Fax:6-086-330035

Địa chỉ:JLN MASJID,BINTULU,SARAWA,(Zip/Postal:97008)

sản phẩm kinh doanh: phụ kiện và sản phẩm may mặc

+ Công ty:Nagajati Thực Phẩm Sdn Bhd

Điện thoại:60-03-60916827

Fax:60-03-60916829

Địa chỉ:Lot 3881,Jalan Raya, Sungei Choh Industrial Area, 48000 Rawang, Selangor Darul Ehsan.

Sản phẩm kinh doanh: các loại đậu

✔ Thị trường Myanmar

+ Công ty Aung Si may

Địa chỉ: 1 / D, Padonmar St, IndustrialZone, (Nga) Phường, NOKA

Sản phẩm kinh doanh: hàng May công nghiệp

SDT: 690003,095008520

Email:mathuzarhan@gmail.com

+ công ty TNHH Myawaddy.

Loại hình doanh nghiệp: Công ty Thương mại

Sản phẩm / Dịch vụ : gạo trắng, toàn bộ toor, matpe đen, đậu xanh, đường, ngô vàng , đậu phộng.

Địa chỉ: No.189/181 Mahabandoola street.

Website công ty: www.myawaddytrade.com

✔ **Thị trường Campuchia**

+ Công ty Thương mại Alantic.

Loại hình doanh nghiệp. Công ty thương mại

Sản phẩm kinh doanh: các mặt hàng nông sản: Gạo , đậu xanh, ngô, đậu phộng…

Địa chỉ: 6A distreet, Phnom Phenh, CamPuChia.

Điện thoại : 855-11-909558

+ Công ty Lucky Star.

Loại hình kinh doanh: Kinh doanh xuất nhập khẩu.

Sản phẩm kinh doanh: phụ kiện, quần áo thời trang.

Địa chỉ: 128 blvd monivong, dong anoung, phnom Phenh, Cambodia.

Điện thoại: 855-9835-9864

1.3.3.2. Tình hình kinh doanh giao nhận hàng xuất nhập khẩu của chi nhánh Công ty Hà Thành.

- **Tình hình kinh doanh giao nhận hàng xuất khẩu của chi nhánh Công ty Hà Thành.**

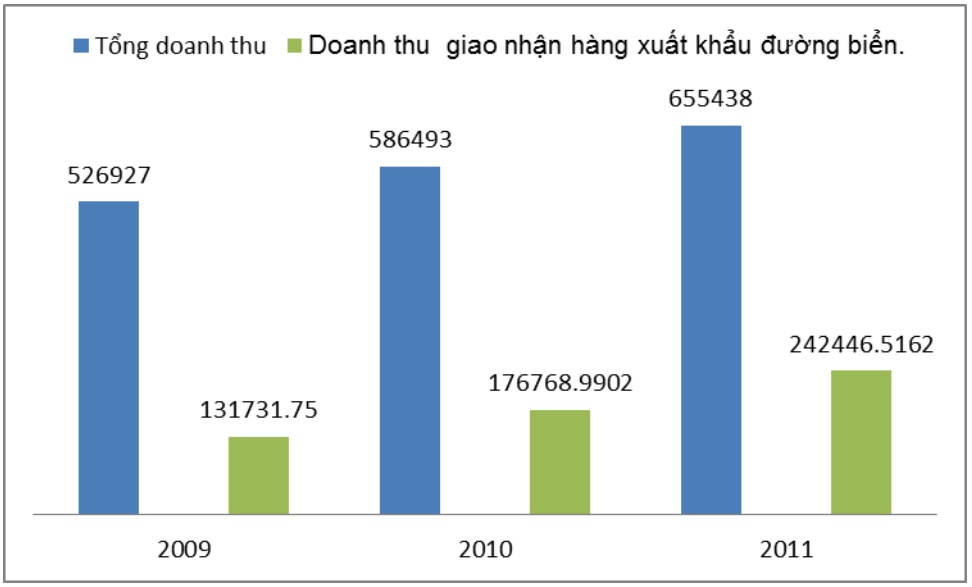
Bảng 6: Tình hình kinh doanh giao nhận hàng FCL xuất khẩu

Chỉ tiêu	Năm		
	2009	2010	2011

Tổng doanh thu	526927	586493	655438
Doanh thu giao nhận hàng xuất khẩu đường biển.	131731,75	176768,99	242446,516
Tỷ trọng doanh thu hàng xuất khẩu bằng đường biển trên tổng doanh thu.	25%	30,14%	36,99%

Nguồn: Bộ phận kinh doanh 2011

Hình 4:Biểu đồ thể hiện doanh thu giao nhận hàng xuất khẩu.



- Qua số liệu bảng và biểu đồ trên ta thấy doanh thu giao nhận hàng hóa xuất khẩu đường biển tăng theo từng năm theo doanh thu và chiếm tỉ trọng ngày càng tăng.
- Tỉ trọng doanh thu hàng xuất khẩu gia tăng theo từng năm : năm 2010 tăng 4,86% so với năm 2009. Năm 2011 tăng 6,85% so với năm 2010. Do đó, có

thể đưa ra nhận xét số lượng giao dịch mặt hàng xuất khẩu ngày càng gia tăng về số lượng kèm theo đó là thị trường xuất khẩu ngày càng được mở rộng.

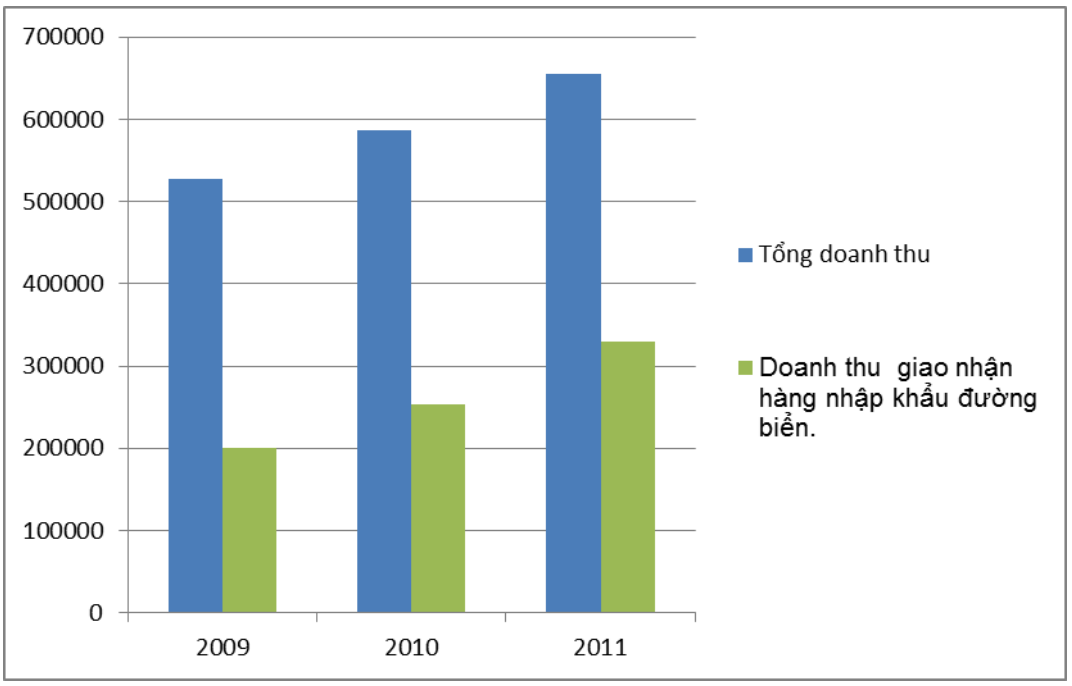
- **Tình hình kinh doanh giao nhận hàng nhập khẩu của chi nhánh Công ty Hà Thành.**

Bảng 7: Tình hình kinh doanh giao nhận hàng nhập khẩu

Chỉ tiêu	**Năm**		
	2009	**2010**	**2011**
Tổng doanh thu	526927	586493	655438
Doanh thu giao nhận hàng nhập khẩu đường biển.	200864,57	253658,223	329554,226
Tỷ trọng doanh thu hàng nhập khẩu bằng đường biển trên tổng doanh thu.	38,12%	43,25%	50,28%

Nguồn:Bộ phận kinh doanh

Hình 5:Biểu đồ thể hiện doanh thu giao nhận hàng nhập khẩu



 Qua bảng số liệu và biểu đồ ta có thể thấy:

✔ Doanh thu giao nhận hàng hóa nhập khẩu ở con số lớn.

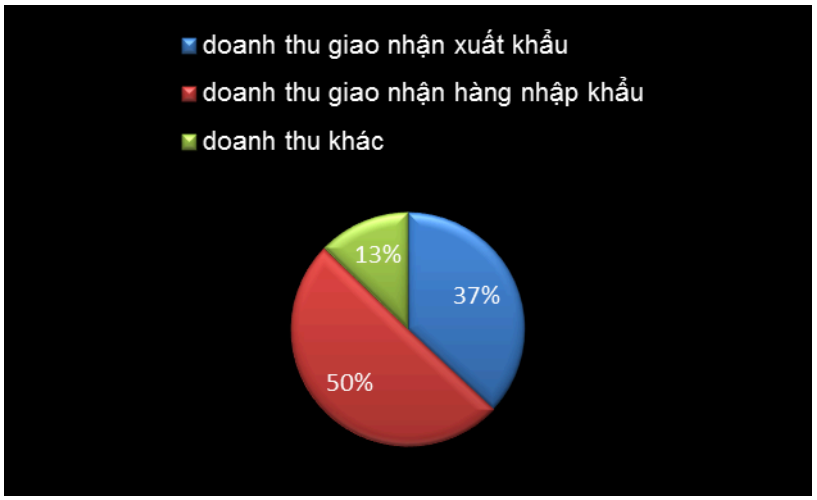
✔ Có sự gia tăng doanh thu theo các năm: tăng 52,79 triệu từ năm 2009-2010, tương ứng gia tăng về tỉ trọng 5,13 %, năm 2010-2011 tăng 75,89 triệu tương ứng gia tăng 7,03%.

✔ Sự gia tăng ở con số nhỏ hơn 10%(không cao) thể hiện thị trường nhập khẩu dao dộng ở mức nhỏ.tương đối ổn định.

✔ Dự đoán năm 2012 sự gia tăng cao vì thị trường mở rộng theo đà những năm trước đó.

⇨ Qua 2 bảng số liệu cung cấp trên ta có thể đưa ra biểu đồ thể hiện doanh thu của chung toàn công ty sau:

Hình 6:Biểu đồ thể hiện tỉ trọng doanh thu chi nhánh công ty Hà Thành 2011



Nhận xét:

✔ Tỷ trọng của hoạt động giao nhận hàng FCL xuất - nhập khẩu bằng đường biển chiếm con số khá cao trong tổng doanh thu.

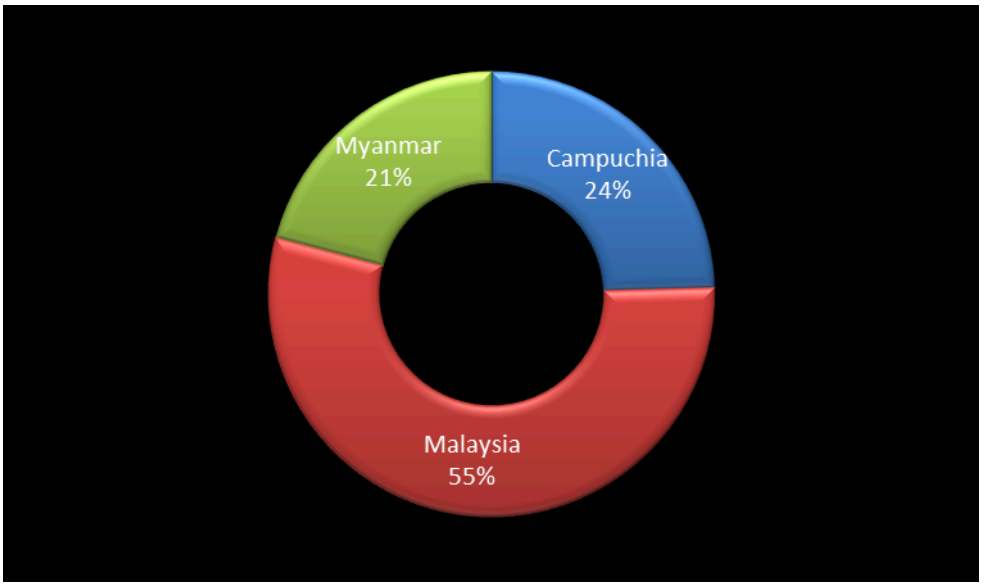
+ Doanh thu hàng nhập khẩu chiếm đa số trong tổng doanh thu (50%) tiếp theo đó là hàng xuất khẩu (37%) tiếp đó là các hoạt động khác chiếm rất nhỏ trong tổng doanh thu (13%).

+ Cán cân xuất nhập khẩu bị thâm hụt

1.3.4. **Cơ cấu thị trường xuất nhập khẩu.**

1.3.4.1. Cơ cấu thị trường xuất khẩu.

Hình 7. Biểu đồ cơ cấu thị trường xuất khẩu.



Qua biểu đồ ta thấy:

- ✔ Thị trường giao dịch xuất nhập khẩu bị giới hạn với 3 thị trường chính: Malaysia, Campuchia và Myanmar
- ✔ Thị trường chi nhánh chọn hợp tác là Malaysia, với tỉ trọng giao dịch tương đối lớn 54%
- ✔ Thị trường Campuchia và Myanmar tỉ trọng giao dịch ở con số trung bình lần lượt là 21% và 25%.
- ✔ Thị trường lớn như Mỹ, Nhật, Trung Quốc …còn bỏ ngỏ.

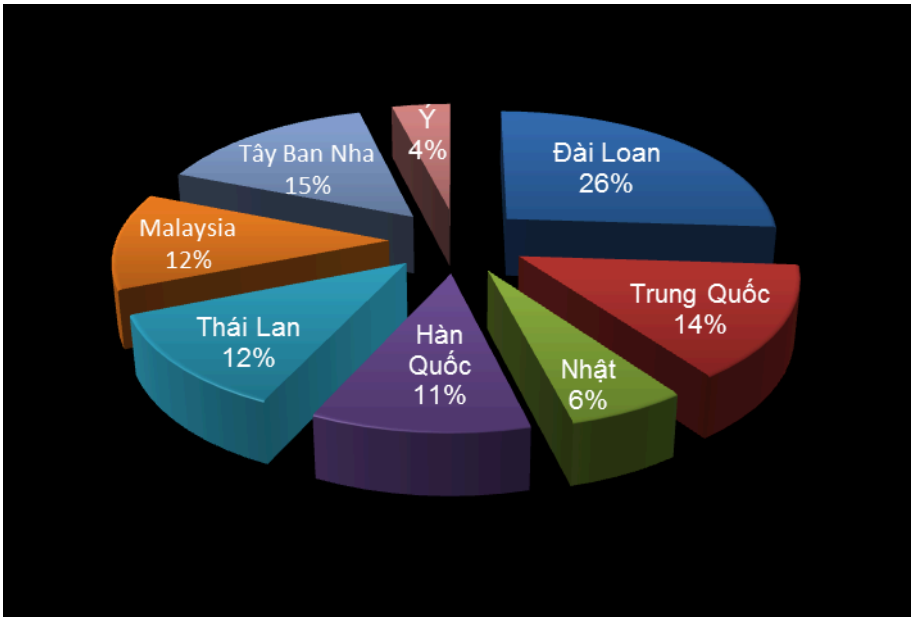
1.3.4.2. Cơ cấu thị trường nhập khẩu.

Bảng8: Thị trường nhập khẩu:

Thị trường	Đài Loan	*Trung Quốc*	*Nhật*	*Hàn Quốc*	*Thái Lan*	*Malaysia*	*Tây Ban Nha*	*Ý*
Máy móc	*8%*		*6%*					
Đồ dùng nội thất		*9%*						
Xe máy							*7%*	4%
Sợi, Vải	*14%*			*11%*				
Bánh kẹo						*12%*		
Gạch							*8%*	
Keo dán					*8%*			
Kem không sữa					*4%*			
Dụng cụ cầm tay	*4%*	*5%*						
Tổng	26%	14%	6%	11%	12%	12%	15%	4%

Nguồn Phòng Kế toán

Hình8 : Biểu đồ cơ cấu thị trường nhập khẩu của chi nhánh



 Qua biểu đồ ta nhận thấy:

✔ Thị trường nhập khẩu đa dạng, chi nhánh giao dịch với nhiều nước trên thế giới với nhiều loại mặt hàng.

✔ Thị trường Đài Loan tỉ trọng giao dịch chiếm số lượng lớn 26%. Đây là thị trường mà chi nhánh giao dịch từ lâu.với chi phí giao dịch ở mức độ trung bình

✔ Các thị trường có khối lượng giao dịch trung bình:Tây Ban Nha (15%) , Trung Quốc (14%), tiếp theo là Malaysia, Thái Lan (12%) và Hàn Quốc (11%).

✔ Thị trường có tỉ trọng giao dịch ít là Nhật Bản (6%) và Ý (4%). Tuy nhiên ở thị trường này tỉ trọng giao dịch ít nhưng chi phí và vốn cho lô hàng nhập khẩu ở các thị trường này tương đối cao, bởi chất lượng hàng hóa ở 2 thị trường này rất tốt.

1.4. **Phương hướng hoạt động kinh doanh của công ty trong thời gian tới.**

Trong tình hình kinh tế thế giới đang dần dần có những biến đổi khởi sắc tốt hơn trong thời gian khủng hoảng vừa qua. Là một công ty xuất nhập khẩu hàng hóa tổng hợp, ban lãnh đạo công ty đã đề ra các phương án sau:

- Tiếp tục triển khai mở rộng hoạt động xuất nhập khẩu: củng cố mối quan hệ với các đối tác đã thiết lập làm ăn lâu dài với công ty, tìm kiếm thêm thị trường xuất khẩu tiềm năng.
- Nâng cao hiệu quả kinh doanh tại thị trường trong nước bằng việc củng cố chất lượng bán háng và dịch vụ cho khách hàng tại các điểm: trạm kinh doanh xuất nhập khẩu, cửa hàng Thăng Long và Bãi xe của chi nhánh công ty.
- Tìm kiếm các nguồn nhập khẩu nguyên liệu có giá cả thấp hơn nhưng vẫn đảm bảo chất lượng để giảm chi phí nguyên vật liệu.
- Tiết kiệm năng lượng từ các văn phòng chính để giảm chi phí cho công ty.

PHẦN 2. PHẦN2: MỘT SỐ NHẬN XÉT, ĐÁNH GIÁ CHUNG VÀ Ý KIẾN ĐỀ XUẤT ĐỐI VỚI CHI NHÁNH CÔNG TY HÀ THÀNH TRONG THỜI GIAN TỚI.

2.1. Tổng quan thị trường kinh tế Việt Nam 2011,dự đoán tình hình kinh tế 2012.

- Tình hình kinh tế 2011.

Năm 2011 tình hình kinh tế- xã hội nước ta phát triển trong bối cảnh có nhiều khó khăn, thách thức. Đầu năm, giá các hàng hóa và vật tư chủ yếu trên thị trường thế giới biến động theo chiều hướng tăng. Một số nền kinh tế lớn mặc dù vừa phục hồi sau khủng hoảng tài chính toàn cầu nhưng vẫn đang tiềm ẩn nhiều yếu tố rủi ro và bất ổn. Tình trạng vỡ nợ công ở Hy Lạp và một số nước khu vực đồng Euro, bất ổn ở Bắc Phi, Trung Đông đã tác động trực tiếp đến tình hình kinh tế-xã hội Việt Nam ở các mức độ khác nhau. Ở trong nước, lạm phát tăng cao, thời tiết diễn biến phức tạp, một số vấn đề xã hội còn nhiều bất cập....

- Dự đoán năm 212:

Năm 2012, dự báo tình hình kinh tế-xã hội nước ta phát triển trong bối cảnh khó khăn và thuận lợi đan xen nhau.

- Về khó khăn: Kinh tế thế giới và khu vực vẫn phục hồi chậm, nhất là các nước EU, Mỹ, Trung Quốc.. là những thị trường lớn của nước ta. Khu vực Trung Đông, Bắc Phi vẫn chưa ổn định nên khả năng ổn định thị trường xuất khẩu hàng hóa và lao động nước ta tiếp tục gặp khó khăn. Ở trong nước, thiên tai, dịch bệnh, ô nhiễm môi trường vẫn tiềm ẩn nhiều yếu tố bất lợi. Giá cả thị trường năm 2011 cao, tỷ giá ngoại tệ, vàng vẫn biến động và phụ thuộc lớn vào thị trường thé giới, thị trường bất động sản vẫn trầm lắng, chứng khoán giảm.
- Về thuận lợi: Sự hồi phục của nền kinh tế có nhiều tiềm năng ở khu vực Đông Nam Á và Đông Á như Hàn Quốc, Nhật Bản sẽ tác động tích cực đến kinh tế- xã hội Việt Nam. Thị trường xuất khẩu đã mở rộng trong những năm gần đây nên khả năng đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ của nước ta là rất khả quan. Vốn FDI

thực hiện, ODA, và kiều hối năm 2011 khá lớn. (trên 26 tỷ USD). Ở trong nước, nguồn lực năm 2011 tạo ra về vốn, cơ sở hạ tầng, nhân lực và kinh nghiệm tích luỹ của 25 năm đổi mới là những yếu tố thuận lợi, tạo đà cho tăng trưởng kinh tế năm 2012.

1.

2.2. **Đánh gia chung về chi nhánh công ty Hà Thành.**

2.2.1. **Điểm mạnh.**

✔ *Sự lãnh đạo đúng đắn.*

Với kim chỉ nam là "Đầu tư đa dạng, phát triển bền vững", chi nhánh công ty Hà Thành tại TP. HCM đã quy tụ được Ban Lãnh đạo có bề dày kinh nghiệm trong các lĩnh vực có nhiều tiềm năng phát triển, kết hợp với đội ngũ nhân viên trẻ, năng động và chuyên nghiệp tạo lên thế mạnh nòng cốt của công ty để thực hiện tốt các mục tiêu đề ra.

Hơn nữa, chi nhánh lựa chọn phát triển những sản phẩm thiết yếu đưa vào xuất nhập khẩu tạo sự cạnh tranh ở thị trường trong nước cũng như nước ngoài.

✔ *Thiết lập mối quan hệ tốt với các nhà cung cấp*

Qua quá trình phát triển, bên cạnh việc thiết lập được một hệ thống đối tác nước ngoài đến từ các doanh nghiệp lớn Đài Loan, Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, Thái Lan, Malaysia, Tây Ban Nha., có thế mạnh trong các lĩnh vực:xuất nhập khẩu hàng máy móc, tiêu dùng, xe máy, nội thất, nông sản, may mặc đó là những sản phẩm chủ lực xuất nhập khẩu của công ty … Chi nhánh công ty còn thiết lập được mối quan hệ tin cậy với các đối tác trong nước là các Tổ chức tài chính, các Quỹ đầu tư và các Ngân hàng thương mại cùng đồng hành trên con đường phát triển.

✔ *Tạo cơ sở niềm tin cho khách hàng trong nước.*

Trong suốt quá trình 15 năm hoạt động, từ năm 1997 cho đến nay,thị trường trong và ngoài nước không ngừng gia tăng. Đối với thị trường trong nước công ty chiếm được thị phần khá cao và là nguồn cung cấp hàng hóa không thể thiếu đối với các doanh lớn kinh doanh trong ngành: may mặc, xây dựng và tiêu dùng.

✔ *Kinh nghiệm xuất nhập khẩu:*

Kể từ khi đi vào hoạt động, với 15 năm kinh nghiệm trong ngành kinh doanh xuất nhập khẩu. Hàng hóa xuất nhập khẩu luôn đảm bảo về chất lượng, cũng như số lượng. Quan trọng nhất thời gian giao hàng và nhận hàng luôn kịp thời. Tạo niềm tin cho khách hàng là tiền đề cho sự phát triển lâu dài và bền vững của doanh nghiệp

✔ *Đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp và có bề dày kinh nghiệm.*

Với đội ngũ nhân viên có kinh nghiệm nhiều năm trong ngành xuất nhập khẩu, là nền tảng cho công ty mở rộng và phát triển trong thời gian tới.

2.2.2. **Điểm yếu.**

✔ Thương hiệu của công ty chưa được biết đến nhiều

Ở các thị trường mà doanh nghiệp xuất khẩu hàng hóa, có rất nhiều đối thủ cạnh tranh với những thương hiệu mạnh đến từ Trung Quốc, Ấn Độ, Đài Loan… Việc tạo dựng thương hiệu ở các thị trường xuất khẩu rất khó khăn. Việc tạo dựng được hình ảnh tốt đẹp thì doanh nghiệp không những chỉ cạnh tranh với các thương hiệu mạnh đến từ nước ngoài mà ngay cả những thương hiệu lớn trong nước việc cạnh tranh vô cùng khốc liệt.

✔ Nguồn vốn cho mở rộng và phát triển thị trường còn hạn hẹp.

Là 1 doanh nghiệp nhà nước, nguồn vốn cung cấp cho việc nghiên cứu và mở rộng thị trường của công ty còn rất eo hẹp. Việc nghiên cứu và mở rộng thị trường cũng như sản phẩm mới xuất khẩu còn chưa được quan tâm đúng mức.

✔ Sản phẩm và thị trường xuất khẩu bị giới hạn.

Sản phẩm của công ty đem xuất khẩu chỉ có 2 loại sản phẩm: đậu phộng và vải. Cùng với đó thị trường xuất khẩu bị giới hạn trong 3 thị trường : Malaysia, Myanmar và CamPuchia. Nhiều thị trường lớn bị bỏ ngỏ: Mỹ, Nhật, Hàn Quốc… một phần là sản phẩm còn chưa đáp ứng được nhu cầu và một phần doanh nghiệp vẫn chưa kết nối được với đối tác tiềm năng.

2.2.3. **Cơ hội.**

✔ *Mở rộng thị trường xuất nhập khẩu.*

Việt Nam gia nhập tổ chức thương mại thế giới, các thành viên WTO sẽ phải bãi bỏ hạn ngạch đối với hàng dệt may và nông sản Việt Nam. Điều này tạo cơ sở thuận lợi cho doanh nghiệp đẩy mạnh xuất khẩu những mặt hàng lợi thế của mình sang các thị trường lớn. Đặc biệt là thị trường Mỹ , Nhật, EU và một số thị trường khác: Đài Loan, Hàn Quốc và các nước Asean. Bên cạnh đó, doanh nghiệp trong nước có cơ hội được hợp tác làm ăn với các đối tác lớn về tiềm năng khai thác những mặt hàng nhập khẩu.

✔ *Giảm chi phí xuất khẩu, tăng khả năng cạnh tranh cho mặt hàng xuất khẩu*

Việc phân bổ hạn ngạch theo Hiệp định ATC đã làm tăng chi phí xuất khẩu cho doanh nghiệp. Chi phí này chiếm một tỷ trọng đáng kể trong tổng chi phí xuất khẩu và đối với Việt nam, chi phí do hạn ngạch sinh ra đối với mặt hàng dệt xuất khẩu sang US/Canada chiếm 6.9% tổng chi phí, đối với mặt hàng may mặc vào 2 thị trường này là 7.1% và chi phí do hạn ngạch sinh ra khi xuất khẩu sang EU đã là 7.5% đối với mặt hàng dệt và 7.2% đối với mặt hàng may mặc. Như vậy, với việc Việt Nam là thành viên WTO, bỏ hạn ngạch đối với một số ngành ở Việt Nam: mặt hàng dệt may xuất khẩu, nông sản… sẽ. Do đó có điều kiện giảm giá xuất khẩu do không phải mất chi phí do việc cấp hạn ngạch gây ra.

✔ *Thuận lợi thủ tục xuất nhập khẩu, tăng kim ngạch xuất nhập khẩu.*

Cải cách trong thủ tục hải quan: khai báo hải quan điện tử, xóa bỏ hạn ngạch, mức thuế xuất nhập khẩu giảm giúp doanh nghiệp mạnh dạn hơn vào đầu tư xuất

nhập khẩu. Các mặt hàng xuất nhập khẩu được tăng cả về số lượng cũng như chất lượng hàng hóa, từ đó đẩy mạnh kim ngạch xuất nhập khẩu của doanh nghiệp.

2.2.4. **Thách thức.**

Bên cạnh cơ hội dành cho doanh nghiệp thì cũng có rất nhiều thách thức được đặt ra trong bối cảnh kinh tế hiện tại:

✔ *Nguy cơ bị áp dụng các biện pháp tự vệ.*

Với việc xâm nhập vào thị trường lớn rất khó khăn, đối với những sản phẩm doanh nghiệp xuất khẩu, dễ bị thị trường áp dụng các biện pháp tự vệ để bảo về ngành sản xuất trong nước: chống bán phá giá hay yêu cầu về chất lượng, nguồn gốc … Những biện pháp này sẽ làm giảm số lượng xuất khẩu của doanh nghiệp.

✔ *Nguy cơ cạnh tranh ngày càng cao*

Tham gia thị trường thế giớidoanh nghiệp phải đối mặt với nhiều đối thủ cạnh tranh hơn, đối với các mặt hàng mà doanh nghiệp kinh doanh xuất nhập khẩu, trong đó có may mặc và nông sản thì những đối thủ cạnh tranh như Trung Quốc và Ấn Độ là những đối thủ cạnh nhất về cả giá cả cũng như chất lượng sản phẩm. Nếu không có chính sách giá cả, chất lượng hợp lý thì doanh nghiệp rất dễ bị loại khỏi thị trường.

Bên cạnh đó, ở các thị trường xuất nhập khẩu, với các biện pháp tự vệ được áp dụng, doanh nghiệp muốn xâm nhập thì sẽ phải cạnh tranh gay gắt với các doanh nghiệp ở thị trường xuất khẩu nhắm tới.

Ở thị trường trong nước, những công ty xuất nhập khẩu ngày càng nhiều, sự cạnh tranh trở nên ngày càng khốc liệt hơn, công ty cần đưa ra những sách lược đúng đắn để có thể tồn tại được ở cả thị trường trong và ngoài nước.

✔ Yêu cầu về chất lượng sản phẩm ngày càng cao

Khi tham gia vào thị trường thế giới, chất lượng sản phẩm luôn ở vị trí hàng đầu, các sản phẩm Việt Nam khi tham gia vào thị trường thế giới thường bị ép giá cả về chất lượng, và nguồn gốc xuất sứ. Việc muốn cải thiện về doanh thu cũng như

kim ngạch xuất nhập khẩu cần thiết phải chú ý và đặt lên hàng đầu về chất lượng sản phẩm. Có vậy, sản phẩm mới có đủ khả năng cạnh tranh trên trường quốc tế được.

2.3. Một số ý kiến và đề xuất nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động của chi nhánh công ty Hà Thành.

2.3.1. Các yếu tố nguồn lực của công ty.

2.3.1.1. Tình hình vốn sản xuất kinh doanh.

- Yếu tố vốn của doanh nghiệp nhà nước cho việc sản xuất kinh doanh còn hạn chế, tuy nhiên doanh nghiệp cần tăng mức vốn sản xuất sản kinh doanh để có thể nâng cao hiệu quả về chất lượng, dịch vụ của sản phẩm. Để sản phẩm có được chất lượng tốt nhất. Bên cạnh đó, việc mở rộng quy mô sản xuất kinh doanh thì yếu tố vồn là yếu tố quan trọng hàng đầu. Doanh nghiệp nên xem xét và phân bổ thêm vào nguồn vốn sản xuất kinh doanh để đạt hiệu quả nhất.

2.3.1.2. Tình hình lao động.

- Đào tạo bồi dưỡng nâng cao năng lực làm việc cho nhân viên:
  + nghiệp vụ giao nhận hàng hóa xuất nhập khẩu với những nhân viên mới
  + Đưa nhân viên học các khoa kĩ năng mềm, nâng cao chất lượng phục vụ cho khách hàng tại các địa điểm kinh doanh các mặt hàng xuất nhập khẩu.
  + Nâng cao tay nghề sửa chữa cho các nhân viên tại các trạm bán máy móc trang thiết bị, xe máy…tạo điều kiện cho họ phát triển
- Có thêm chế độ khen thưởng cho các đơn vị, cá nhân hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao.

2.3.1.3. Cơ sở vật chất, kỹ thuật, công nghệ.

- Kiểm tra và bảo dưỡng các loại máy móc theo định kỳ, sửa chữa và thay thế kịp thời.
- Tại các địa điểm kinh doanh, cần sắp xếp và trang trí gian hàng để có thể tạo được sự quan tâm chú ý của khách hàng.

- Hỗ trợ thêm hệ thống máy tính tại các điểm kinh doanh cho việc quản lý và bán hàng.

2.3.1.4. Cơ cấu tổ chức.

- Hỗ trợ cho các nhân viên trong công ty trong việc trau dồi ngoại ngữ để thuận lợi trong việc giao dịch với đối tác nước ngoài. Đồng thời giúp ích cho việc tìm kiếm được những thông tin hữu ích liên quan tới viêc xuất nhập khẩu.
- Các phòng ban, địa điểm kinh doanh thường phản hồi và đưa ra những ý kiến giúp phát triển phòng ban nói riêng và chi nhánh công ty nói chung.
- Tổ chức những buổi họp theo định kì nhằm đánh giá hoạt động, giải đáp thắc mắc của các phòng ban để có hướng giải quyết thích hợp.

2.3.2. **Tình hình hoạt động kinh doanh.**

2.3.2.1. Mặt hàng kinh doanh xuất nhập khẩu.

- **Mặt hàng xuất khẩu.**

- Nâng cao chất lượng của 2 mặt hàng xuất khẩu chính của doanh nghiệp: đậu phộng và vải.
- Tiêu chuẩn hóa 2 mặt hàng xuất khẩu chủ đạo của công ty theo tiêu chuẩn quốc tế để sản phẩm của công ty đưa đi xuất khẩu có thể xâm nhập vào các thị trường lớn và khó tính như : Mỹ và EU.
- Dựa trên các đối tác làm ăn quốc tê, kiều bào trên thế giới để thể mở rộng và đưa thêm sản phẩm đi xuất khẩu: các mặt hàng nông sản, hàng may mặc… đó là những sản phẩm mà nước ta có nhiều lợi thế cạnh tranh khi gia nhập WTO.

- **Mặt hàng nhập khẩu.**

❖ *Nhận thấy các mặt hàng nhập khẩu không đồng đều về cơ cấu, sản phẩm không có sự đa dạng. Với nhu cầu ở thị trường hiện tại công ty*

nên có sự thay đổi về cơ cấu sản phẩm nhập khẩu và chiến lược cho sản phẩm xuất khẩu:

- Giảm tỉ trọng nhập khẩu các mặt hàng có chi phí về vốn lớn nhưng lợi nhuận đem lại không cao, hoặc thời gian bán hết mặt hàng đó kéo dài dẫn đến ứ đọng vốn: đồ nội thất, máy móc.
- Nâng cao tỉ trọng các mặt hàng có chi phí vốn ít hơn nhưng đem lại lợi nhuận cao hoặc là các mặt hàng dễ tiêu thụ tại thị trường Việt Nam: gạch, bánh kẹo.
- Mở rộng thêm mặt hàng nhập khẩu, là các mặt hàng mà xu hướng thị trường hướng tới. Tùy thời điểm cụ thể mà có thể nhập mặt hàng nào.
- Các mặt hàng nhập khẩu nên mua từ các nhà cung cấp uy tín và có thương hiệu,chất lượng đảm bảo. Do đó mà tăng khả năng cạnh tranh cho sản phẩm nhập khẩu của công ty.

2.3.2.2. Nhà cung cấp.

- **Nhà cung cấp cho sản phẩm xuất khẩu.**

- Cần đưa ra những tiêu chuẩn để lựa chọn nhà cung cấp tốt nhất: giá cả, chất lượng,thời gian giao giao hàng, chất lượng dịch vụ…
- Lựa chọn những nhà cung cấp đảm bảo sản phẩm phải đủ tiêu chuẩn quốc tế để khi đưa ra thị trường thế giới dễ được chấp nhận.
- Thiết lập tạo mối quan hệ lâu dài, tạo niềm tin với những nhà cung cấp đạt đủ tiêu chuẩn, song song với việc tìm kiếm những nhà cung cấp mới đáp nhu cầu tốt hơn.
- Tạo được mối quan hệ với nhiều đối tác cung cấp để luôn chủ động trong công tác xuất khẩu khi cần có hàng.

- **Nhà cung cấp cho sản phẩm nhập khẩu.**

Mỗi một mặt hàng nhập khẩu của công ty thì luôn có nhiều đối tác cung cấp, việc lựa chọn đối tác cung cấp sẽ là nhân tố quyết định đến lợi nhuận mà doanh nghiệp có được. Vì thế khi lựa chọn nhà cung cấp cho sản phẩm nhập khẩu cần chú ý:

- So sánh giá cả, chất lượng của nhiều nhà cung cấp, tiếp đến thời hạn giao hàng đưa ra quyết định lựa chọn nhà cung cấp thích hợp nhất.
- Dựa vào nhu cầu và thị hiếu của người tiêu dùng trong nước để có thể lựa chọn nhà cung cấp phù hợp:

  Vd: Về loại mặt hàng máy móc, người tiêu dùng Việt Nam ưa chuộng sản phẩm của Nhật và Đài Loan. Vì tâm niệm đó là các sản phẩm với chất lượng tốt.Tuy nhiên mức giá của thị trường Nhật cao hơn mặc dầu chất lượng có thể ngang nhau. Do đó,quyết định mua hàng máy móc ở 2 thị trường Nhật và Đài Loan chứ không phải thị trường khác, nhưng tỉ trọng máy móc mua ở thị trường Nhật ít hơn ở thị trường Đài Loan.
- Luôn cập nhật thông tin về đối tác để có thể tìm được những thông tin hữu ích cho doanh nghiệp trong việc đàm phán với các nhà cung cấp.
- Duy trì và thiết lập các nhà cung cấp tiềm năng. Tạo cơ sở niềm tin là nền tảng cho việc làm ăn lâu dài giữa 2 doanh nghiệp.
- Luôn có nhiều sự lựa chọn giữa các cung cấp, tùy theo nhu cầu thị trường hiện tại mà lựa chọn. Cùng với đó giữ được thế chủ động trong việc nhập khẩu hàng hóa mà không bị phụ thuộc vào bất cứ nhà cung cấp nào.

2.3.2.3. Khách hàng.

- **Khách hàng trong nước.**

- Nghiên cứu, khảo sát nhu cầu của khách hàng trong nước, để đưa ra sản phẩm phụ hợp với nhu cầu của người tiêu dùng: mẫu mã, chất lượng,giá cả, dịch vụ hậu mãi.
- Khách hàng lớn: kèm theo mức giá ưu đãi hoặc có những dịch vụ sau khi bán hàng,làm tăng mức thỏa mãn về sản phẩm của doanh nghiệp.
- Lựa chọn từng phân khúc đề ra kế hoạch bán hàng cho khách hàng ở từng phân khúc khác nhau: về giá, về chất lượng

  Vd: phân phúc khách hàng lớn sẽ có chiến lược bán hàng khác với phân khúc khách hàng là cá nhân: về số lượng lớn hơn sẽ được hưởng mức giá ưu đãi hơn hoặc tỉ lệ chiết khấu nhất định.

- Duy trì tốt mối quan hệ với khách hàng quen thuộc, tìm kiềm những khách hàng tiềm năng thông qua việc quảng bá hình ảnh của công ty.

- **Khách hàng nước ngoài.**

- Đáp ứng tốt nhất những nhu cầu mà khách hàng đặt ra, tạo cơ sở niềm tin và hình ảnh tốt đẹp về công ty.
- Các khách hàng ở các nước khác nhau sẽ có nhu cầu về sản phẩm khác nhau, công ty chú ý đến mẫu mã của sản phẩm sao cho phù hợp với từng khách hàng ở từng thị trường riêng biệt.
- Thông qua việc nghiên cứu thị trường, tìm kiếm những khách hàng mới tiềm năng.
- Thiết lập mối quan hệ với những khách hàng mới thông qua Kiều Bào hoặc người đại diện ở thị trường mà doanh nghiệp hướng tới.

2.3.2.4. Đối thủ cạnh tranh.

- **Đối thủ cạnh tranh trong nước.**

- Cần nghiên cứu về chiến lược Marketting của các đối thủ cạnh tranh trực tiếp ở thị trường trong nước cũng như thị trường quốc tế.
- Đưa ra những chiến lược phù hợp để có thể cạnh tranh với mặt hàng và dịch vụ của các đối thủ cạnh tranh.

  Ví dụ: công ty chấp nhận lợi nhuận thấp với mức giá thấp hơn để có thể cạnh tranh với mặt hàng của đối thủ cạnh tranh.
- Tránh xung đột trực tiếp với các đối thủ cạnh tranh mạnh vì tổn thất lớn thuộc về doanh nghiệp chúng ta.

- **Đối thủ cạnh tranh nước ngoài.**

- Tìm hiểu và nắm rõ thông tin về đối thủ cạnh tranh: chiến lược marketting, phát triển sản phẩm… từ đó thấy được điểm mạnh điểm yếu của đối thủ cạnh tranh.
- Tìm lợi thế của doanh nghiệp mình, đưa ra chiến lược Marketting phù hợp.

- Ngoài những đối thủ cạnh tranh trực tiếp, còn nhiều đối thủ cạnh tranh tiềm ẩn có thể dành thị phần của công ty trên thị trường xuất khẩu. Công ty cần lưu ý tới những đối thủ tiềm ẩn như vậy.

2.3.2.5. Thị trường xuất nhập khẩu.

- **Thị trường xuất khẩu.**

- Công ty nên mở rộng thị trường xuất khẩu tới những thị trường tiềm năng về sản phẩm may mặc và nông lâm thủy sản: Nhật, Mỹ, Úc...
- Chi thêm tiền đầu tư vào việc nghiên cứu thị trường, lựa chọn thị trường thích hợp để công ty có thể mở rộng thị trường trong thời gian tới.
- Xây dựng thương hiệu công ty ở các thị trường mà công ty đã xuất khẩu : Malaysia, Myanmar, Campuchia, đồng thời tạo dựng những hình ảnh ban đầu tốt đẹp tới các thị trường mà công ty muốn hướng tới.
- Đưa hình ảnh và thông tin về công ty tới nhiều khách hàng trên thế giới biết đến thông qua các trang web thương mại điện tử: google.com hoặc alibaba.com v.v…
- Bước đầu xâm nhập thị trường mới công ty cần chấp nhận mức lợi nhuận thấp để đạt được mục tiêu tạo dựng mối quan hệ làm ăn với đối tác.

- **Thị trường nhập khẩu.**

- Cần tìm được những mặt lợi ở từng thị trường để có thể xác định thị trường nào là thị trường tiềm năng cung cấp sản phẩm nhập khẩu.
- Cần nghiên cứu về mức giá cả, chất lượng, dịch vụ ở từng thị trường để có thể mua hàng với chi phí thấp nhất và chất lượng đảm bảo.
- Cần thay đổi cơ cấu thị trường nhập khẩu, nên mở rộng thị trường nhập khẩu, san sẻ thị phần ở các thị trường nhập khẩu lớn cho những thị trường mới hoặc thị trường có thị phần nhỏ hơn mà có thể cung cấp hàng hóa và dịch vụ chất lượng. Cụ thể có thể giảm bớt thị phần của thị trường Đài Loan, Trung Quốc.

PHẦN 3. NHỮNG KIẾN THỨC VÀ KINH NGHIỆM TIẾP THU ĐƯỢC TRONG THỜI GIAN THỰC TẬP TẠI CÔNG TY.

2.

3.1. Những kiến thức và kinh nghiệm tiếp thu trong thời gian thực tập tốt nghiệp tại công ty.

- Nắm bắt được quy trình thực tế giao nhận hàng hóa xuất nhập khẩu tại biển của công ty.
- Học hỏi được kinh nghiệm sống, cách giao tiếp trong công sở.
- Cách thức làm việc có kế hoạch, cụ thể từng ngày, từng tuần và từng quý.
- Làm việc theo lợi ích tập thể không chỉ vì lợi ích của bản thân.
- Trong thời gian này thực tập, em xác định mình phù hợp với công việc gì, và đề ra mục tiêu để phấn đấu trong tương lai. Đó là Sale.

3.2. Một số ý kiến đề xuất đối với các bạn sinh viên, khoa Thương mại – Du lịch và trường Đại học Công Nghiệp Tp Hồ Chí Minh.

3.2.1. Đối với trường Đại học Công Nghiệp Tp Hồ Chí Minh.

- Tổ chức nhiều hơn những hội chợ việc làm tại trường, liên kết các công ty với nhà trường để tiếp nhận sinh viên thực tập…
- Tổ chức những buổi hội thảo hướng nghiệp cho sinh viên để họ có một hướng đi đúng ngay từ khi bước chân vào nhà trường.
- Tạo những sân chơi mới giúp sinh viên năng động và cung cấp những kiến thức bổ ích làm hành trang trong cuộc sống.

3.2.2. Đối với khoa Thương mại – Du lịch.

- Liên kết với doanh nghiệp trong nước nhiều hơn nữa để có thể hỗ trợ tối đa địa điểm thực tập cho sinh viên.
- Tư vấn và đưa ra lời khuyên cho các sinh viên thực tập đúng ngành nghề.

3.2.3. Đối với các bạn sinh viên

- Xác định rõ mục tiêu đi thực tập: lấy kinh nghiệm, tìm kiếm cơ hội việc làm cho tương lai…

- Đề ra các việc cần phải làm và thực hiện chúng.
- Trong thời gian thực tập, các bạn sinh viên cần nỗ lực học hỏi từ các anh chị, các bạn đồng nghiệp tại công ty mình đang thực tập.
- Cố gắng thiết lập mối quan hệ với càng nhiều đồng nghiệp trong công ty càng tốt để công việc được thuận lợi hơn nếu các bạn được nhận vào làm nhân viên chính thức.
- Nếu có thể, các bạn nên đàm phán với công ty để trở thành nhân viên chính thức của công ty.
- Trong lúc thực tập công việc được giao tại công ty, các bạn cố gắng tìm hiểu tất cả những công việc khác trong công ty nhằm so sánh, tìm kiếm công việc mà mình yêu thích và có khả năng làm được.
- Phải hoạch định cho mình một chiến lược làm việc rõ ràng để không bị mất phương hướng nếu có bất kỳ trở ngại nào trong công việc

TÀI LIỆU THAM KHẢO.

- Báo cáo hoạt động kinh doanh năm 209-2011 của CHI NHÁNH CÔNG TY TNHH MỘT THÀNH VIÊN HÀ THÀNH
- Báo cáo tình hình nhân sự năm 2011 của CHI NHÁNH CÔNG TY TNHH MỘT THÀNH VIÊN HÀ THÀNH.
- Bài báo cáo mẫu sinh viên các trường: Cao đẳng tài chính Hải Quan, Đại Học Công Nghiệp TP. HCM, Đại Học Kinh Tế TP. HCM.
- Thông tin tên Web side: alibaba.com;vi.list-of-companies.org; www.gso.gov.vn/default.aspx?tabid=217...