

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Trong bối cảnh toàn cầu hóa ngày càng sâu rộng, các hoạt động kinh tế quốc tế đã trở thành động lực chính thúc đẩy tăng trưởng kinh tế của các quốc gia, trong đó Việt Nam không nằm ngoài xu hướng đó. Sự phát triển mạnh mẽ của thương mại quốc tế đã mở ra những cơ hội mới cho các doanh nghiệp tại Việt Nam có cơ hội vươn ra thị trường thế giới. Việc gia nhập WTO năm 2007 đã tạo đà cho sự bùng nổ của các hoạt động xuất nhập khẩu tại Việt Nam, góp phần thúc đẩy sự phát triển của nền kinh tế nói chung và hoạt động xuất nhập khẩu nói riêng. Rõ ràng, sự phát triển của hoạt động xuất nhập khẩu không chỉ đơn thuần là một hoạt động kinh tế đơn thuần mà còn là yếu tố then chốt để góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của nền kinh tế nội địa. Nhận thấy tầm quan trọng trong việc nâng cao hoạt động xuất nhập khẩu nêu trên, tôi quyết định chọn đề tài: "**GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG HOẠT ĐỘNG NHẬP KHẨU TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN ĐỒNG TÂM**" làm đề tài khóa luận tốt nghiệp.

2. Mục tiêu nghiên cứu

- Lý thuyết nền về hoạt động xuất nhập khẩu
- Phân tích, đánh giá thực trạng hoạt động nhập khẩu của Công ty cổ phần Đồng Tâm trong những năm gần đây. Việc phân tích dữ liệu chỉ ra những lợi thế đã có cũng như tạo tiền đề để đưa ra những giải pháp góp phần nâng cao chất lượng hoạt động nhập khẩu.

3. Phương pháp nghiên cứu

- Desk research: Thu thập, phân tích cũng như tổng hợp dữ liệu từ các báo cáo của doanh nghiệp

4. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của đề tài là các hoạt động nhập khẩu của Công ty cổ phần Đồng Tâm đối với các đối tác doanh nghiệp tại thị trường nước ngoài cũng

như các vấn đề khác ảnh hưởng đến hoạt động xuất nhập khẩu và hoạt động kinh doanh của công ty.

5. Phạm vi nghiên cứu

- Tình hình hoạt động nhập khẩu tại Công ty cổ phần Đồng Tâm. Các báo cáo về hoạt động kinh doanh, kết quả cơ cấu mặt hàng xuất khẩu, thị trường xuất khẩu chính và các tài liệu liên quan do doanh nghiệp cung cấp.

- Dữ liệu được thu thập dựa trên báo cáo tài chính 3 năm 2021 – 2023

6. Kết cấu của khóa luận

Bao gồm 3 chương:

- * Chương 1: Lý thuyết nền tảng của hoạt động xuất nhập khẩu.
- * Chương 2: Thực trạng tình hình hoạt động NK tại Công ty cổ phần Đồng Tâm.
- * Chương 3: Đề xuất giải pháp nâng cao chất lượng hoạt động NK tại công ty cổ phần Đồng Tâm

Chương 1. LÝ THUYẾT NỀN TẢNG CỦA HOẠT ĐỘNG XNK.

1. Tổng quan về hoạt động XNK:

1.1. Khái niệm:

1.1.1. Khái niệm nhập khẩu

Nhập khẩu là một hoạt động kinh tế mà tại đó doanh nghiệp hoặc khách hàng mua hàng hóa và dịch vụ từ một hoặc nhiều quốc gia khác và đưa vào lãnh thổ củamình. Khi một quốc gia nhập khẩu một sản phẩm nào đó, đồng nghĩa với việc họ đang mua sản phẩm đó từ một nhà sản xuất hoặc nhà cung cấp ở nước ngoài.

1.1.2. Khái niệm xuất khẩu

Đơn giản thì xuất khẩu là hoạt động kinh tế mà tại đó hàng hóa và dịch vụ của một quốc gia được sản xuất trong nước và bán cho các doanh nghiệp hoặc khách hàng ở nước ngoài. Hoạt động này giúp mang lại dòng tiền ngoại hối vào quốc gia đang bán hàng hóa và dịch vụ này, đóng góp vào sự phát triển kinh tế của quốc gia. Các doanh nghiệp xuất khẩu thường sẽ xuất khẩu hàng hóa hoặc dịch vụ trong các lĩnh vực mà họ có lợi thế cạnh tranh so với các công ty khác vì sản phẩm hoặc dịch vụ của họ vượt trội hơn. Họ cũng có thể xuất khẩu hàng hóa mà họ sản xuất tự nhiên mà các quốc gia khác thiếu dựa trên khí hậu và địa lý.

1.2. Vai trò của hoạt động XNK

Hoạt động xuất nhập khẩu đóng vai trò vô cùng quan trọng trong sự phát triển kinh tế của một quốc gia. Nó không chỉ đơn thuần là việc mua bán hàng hóa mà còn tác động sâu sắc đến nhiều khía cạnh khác nhau của đời sống xã hội, đóng vai trò thiết yếu trong việc tăng cường khả năng cạnh tranh và phát triển của doanh nghiệp nội địa trên thị trường quốc tế.

Với việc mức độ cạnh tranh trên thị trường ngày càng khốc liệt, việc mở rộng phạm vi tìm kiếm nhà cung cấp ra ngoài biên giới quốc gia cho phép doanh nghiệp khai thác những lợi thế về chi phí và chất lượng từ các thị trường khác nhau, từ đó nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ, đồng thời giảm bớt sự phụ thuộc vào các

nguồn cung cấp nội địa. Điều này không chỉ giúp doanh nghiệp duy trì sức cạnh tranh mà còn tạo ra sự khác biệt về giá trị trên thị trường toàn cầu.

Ngoài việc tối ưu hóa chi phí và chất lượng, thông qua hoạt động XNK, doanh nghiệp sẽ có cơ hội tiếp cận với các công nghệ kỹ thuật và nguồn nguyên liệu mà thị trường trong nước không thể cung cấp, qua đó có thể nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ bằng cách tích hợp các tiến bộ công nghệ từ các quốc gia khác.

Bên cạnh đó, hoạt động XNK cũng giúp doanh nghiệp đa dạng hóa nguồn cung ứng, từ đó giảm thiểu rủi ro gián đoạn chuỗi cung ứng do các biến động thị trường. Bằng cách có nhiều nhà cung cấp từ nhiều quốc gia, đảm bảo sản xuất ổn định, tránh tình trạng thừa hoặc thiếu hàng hóa trong hoạt động sản xuất trong trường hợp khi một trong các nguồn cung gặp vấn đề, điều này giúp doanh nghiệp linh hoạt hơn và có thể nhanh chóng thích ứng với những thay đổi không lường trước.

Ngoài ra, hoạt động XNK góp phần tạo việc làm cho người dân nội địa. Việc các doanh nghiệp mở rộng thị trường hoạt động kinh doanh có thể tạo ra nhiều cơ hội việc làm thông qua việc phát triển các mối quan hệ đối tác và hoạt động thương mại quốc tế. Từ sản xuất, thu mua, gia công, chế biến, vận chuyển đến bán lẻ, mỗi khâu trong chuỗi giá trị này đều góp phần giải quyết vấn đề việc làm, thúc đẩy phát triển kinh tế và cải thiện đời sống của người dân.

1.3. Các loại hình XNK

1.3.1. Một số loại hình nhập khẩu

Nhập khẩu theo hợp đồng gia công: Nhập khẩu theo hợp đồng gia công là một hình thức nhập khẩu đặc biệt, trong đó doanh nghiệp nhập khẩu nguyên liệu, vật tư từ nước ngoài để gia công sản phẩm tại quốc gia nhập khẩu, sau đó có thể xuất khẩu sản phẩm thành phẩm ra nước ngoài hoặc tiêu thụ nội địa.

Ưu điểm:

- Tiết kiệm chi phí: Doanh nghiệp chỉ cần trả tiền cho phần công việc gia công, không phải đầu tư vào máy móc, thiết bị cũng như không phải nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới.

- Chất lượng sản phẩm cao: Sản phẩm được gia công bởi các công ty có chuyên môn cao.
- Đa dạng hóa sản phẩm: Doanh nghiệp có thể sản xuất nhiều loại sản phẩm khác nhau mà không cần đầu tư lớn.
- Tiếp cận công nghệ hiện đại: Doanh nghiệp có cơ hội tiếp cận công nghệ sản xuất hiện đại của nước ngoài.
- Tăng cường năng lực sản xuất: Qua quá trình gia công, doanh nghiệp Việt Nam nâng cao năng lực sản xuất, chất lượng sản phẩm.

Nhược điểm:

- Phụ thuộc vào đối tác: Chất lượng sản phẩm phụ thuộc rất lớn vào năng lực của đối tác gia công.
- Khó kiểm soát chất lượng: Việc kiểm soát chất lượng sản phẩm trong quá trình gia công gặp nhiều khó khăn.
- Cạnh tranh gay gắt: Doanh nghiệp phải cạnh tranh với các doanh nghiệp khác để giành được hợp đồng gia công.

Nhập khẩu trực tiếp: là hình thức nhập khẩu hàng hóa mà doanh nghiệp mua hàng trực tiếp từ nhà sản xuất hoặc nhà cung cấp ở nước ngoài mà không thông qua bất kỳ một bên trung gian nào.

Ưu điểm:

- Kiểm soát tốt: Doanh nghiệp có quyền kiểm soát toàn bộ quá trình nhập khẩu, từ việc lựa chọn nhà cung cấp, đàm phán giá cả, đến việc vận chuyển và thông quan hàng hóa.
- Chi phí thấp: Loại bỏ các khâu trung gian giúp giảm chi phí, tăng lợi nhuận.
- Mối quan hệ trực tiếp với nhà cung cấp: Giúp xây dựng mối quan hệ bền vững với nhà cung cấp, đảm bảo nguồn hàng ổn định và có thể đàm phán được những điều kiện tốt hơn.

- Chất lượng sản phẩm đảm bảo: Có thể trực tiếp kiểm tra chất lượng sản phẩm trước khi giao hàng.

Nhược điểm:

- Yêu cầu nhiều kinh nghiệm: doanh nghiệp cần có kiến thức về thị trường quốc tế, thủ tục hải quan, vận chuyển, cũng như khả năng đàm phán tốt.
- Rủi ro cao: Chịu hoàn toàn tất cả các rủi ro có thể xảy ra trong quá trình nhập khẩu, như rủi ro về chất lượng sản phẩm, rủi ro vận chuyển, rủi ro về thanh toán...
- Chi phí ban đầu cao: Cần đầu tư nhiều thời gian và tài chính để xây dựng hệ thống nhập khẩu.

Nhập khẩu gián tiếp (qua trung gian):

Ưu điểm:

- Tiết kiệm thời gian và công sức: Doanh nghiệp không cần phải tự mình thực hiện các thủ tục hải quan, vận chuyển.
- Rủi ro thấp: Các rủi ro trong quá trình nhập khẩu được chuyển giao cho bên trung gian.
- Dễ dàng tiếp cận thị trường mới: Các công ty trung gian có sẵn mạng lưới rộng lớn, giúp doanh nghiệp dễ dàng tiếp cận các thị trường mới.

Nhược điểm:

- Chi phí cao: Phải trả thêm phí cho dịch vụ trung gian.
- Mất kiểm soát: Doanh nghiệp không có quyền kiểm soát trực tiếp quá trình nhập khẩu.
- Lợi nhuận thấp hơn: Phải chia sẻ lợi nhuận với bên trung gian.

Nhập khẩu theo hình thức mua lại doanh nghiệp:

Ưu điểm:

- Tiếp cận thị trường nhanh chóng: Doanh nghiệp có thể nhanh chóng tiếp cận thị trường mới và khách hàng hiện có của doanh nghiệp được mua lại.
- Sở hữu tài sản và thương hiệu: Doanh nghiệp sở hữu các tài sản, thương hiệu và công nghệ của doanh nghiệp được mua lại.

Nhược điểm:

- Chi phí cao: Việc mua lại một doanh nghiệp đòi hỏi một khoản vốn lớn.
- Rủi ro cao: Có thể xảy ra nhiều rủi ro liên quan đến việc hợp nhất hai doanh nghiệp.
- Quản lý khó khăn: Việc quản lý một doanh nghiệp mới mua lại có thể gặp nhiều khó khăn.

Nhập khẩu tái xuất: Nhập khẩu tái xuất là một hình thức thương mại quốc tế đặc biệt, trong đó hàng hóa được nhập vào một quốc gia với mục đích cụ thể là sẽ được xuất khẩu trở lại sau đó, mà không phải chịu các loại thuế nhập khẩu thông thường.

Ưu điểm:

- Tiết kiệm chi phí: Doanh nghiệp được miễn giảm các loại thuế nhập khẩu, giúp giảm đáng kể chi phí sản xuất kinh doanh.
- Nâng cao năng lực cạnh tranh: Giúp doanh nghiệp tiếp cận công nghệ mới, máy móc thiết bị hiện đại để nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ.
- Thúc đẩy xuất khẩu: Tạo điều kiện để doanh nghiệp xuất khẩu sản phẩm ra thị trường quốc tế, tăng kim ngạch xuất khẩu.
- Phát triển kinh tế: Góp phần phát triển các ngành công nghiệp, dịch vụ, tạo việc làm và thu hút đầu tư.
- Linh hoạt trong sản xuất kinh doanh: Doanh nghiệp có thể linh hoạt điều chỉnh sản xuất theo nhu cầu của thị trường.

Nhược điểm:

- **Rủi ro về chính sách:** Các chính sách về nhập khẩu, xuất khẩu có thể thay đổi, gây ảnh hưởng đến hoạt động của doanh nghiệp.
- **Rủi ro về thị trường:** Biến động của thị trường quốc tế có thể ảnh hưởng đến giá cả, cầu của sản phẩm.
- **Rủi ro về hải quan:** Việc khai báo hải quan không chính xác có thể dẫn đến các vấn đề pháp lý.
- **Rủi ro gian lận:** Một số doanh nghiệp có thể lợi dụng hình thức nhập khẩu tái xuất để trốn thuế, buôn lậu hàng hóa.
- **Yêu cầu thủ tục phức tạp:** Các thủ tục hải quan, thủ tục hành chính liên quan đến nhập khẩu tái xuất thường khá phức tạp và đòi hỏi nhiều giấy tờ.
- **Cạnh tranh gay gắt:** Doanh nghiệp phải cạnh tranh với các doanh nghiệp khác để giành được các cơ hội nhập khẩu tái xuất.

1.3.2. Một số loại hình xuất khẩu

Xuất khẩu trực tiếp: Xuất khẩu trực tiếp là hình thức xuất khẩu hàng hóa, dịch vụ từ một quốc gia này sang một quốc gia khác mà không thông qua bất kỳ trung gian nào. Doanh nghiệp sẽ tự mình thực hiện tất cả các khâu từ tìm kiếm khách hàng, đàm phán hợp đồng, đến vận chuyển và thanh toán.

Ưu điểm:

- **Chủ động:** Doanh nghiệp có quyền chủ động trong việc tìm kiếm khách hàng, đàm phán giá cả, điều kiện thanh toán, và các điều khoản khác trong hợp đồng.
- **Lợi nhuận cao:** Doanh nghiệp không phải chia sẻ lợi nhuận với bất kỳ bên trung gian nào, giúp tăng lợi nhuận.
- **Hiểu rõ thị trường:** Doanh nghiệp có cơ hội tìm hiểu sâu hơn về thị trường mục tiêu, nắm bắt được nhu cầu của khách hàng và các đối thủ cạnh tranh.
- **Xây dựng thương hiệu:** Xuất khẩu trực tiếp giúp doanh nghiệp xây dựng thương hiệu và hình ảnh sản phẩm một cách độc lập.

Hạn chế:

- Chi phí cao: Doanh nghiệp phải đầu tư nhiều chi phí vào các hoạt động như marketing, vận chuyển, thủ tục hải quan...
- Rủi ro cao: Doanh nghiệp phải đối mặt với nhiều rủi ro như rủi ro về chính trị, kinh tế, ngoại hối, và rủi ro khách hàng không thanh toán.
- Yêu cầu nguồn lực lớn: Xuất khẩu trực tiếp đòi hỏi doanh nghiệp có nguồn lực tài chính, nhân lực và kinh nghiệm quản lý tốt.
- Thủ tục hành chính phức tạp: Doanh nghiệp phải thực hiện nhiều thủ tục hành chính liên quan đến xuất nhập khẩu.

Xuất khẩu gián tiếp (qua trung gian): Xuất khẩu gián tiếp là hình thức xuất khẩu hàng hóa, dịch vụ thông qua một bên trung gian (bên thứ ba). Thay vì tự mình thực hiện tất cả các khâu, doanh nghiệp sẽ ủy thác cho các công ty thương mại, đại lý xuất khẩu hoặc các công ty quản lý xuất khẩu để thực hiện các hoạt động này.

Ưu điểm:

- Tiết kiệm chi phí và thời gian: Doanh nghiệp không phải đầu tư quá nhiều vào các hoạt động marketing, vận chuyển, thủ tục hải quan...
- Rủi ro thấp hơn: Các rủi ro liên quan đến xuất khẩu như rủi ro chính trị, kinh tế, ngoại hối được chia sẻ với bên trung gian.
- Tận dụng mạng lưới: Bên trung gian thường có sẵn mạng lưới khách hàng rộng lớn và kinh nghiệm trong lĩnh vực xuất khẩu.
- Tập trung vào sản xuất: Doanh nghiệp có thể tập trung vào hoạt động sản xuất kinh doanh cốt lõi của mình.

Hạn chế:

- Lợi nhuận thấp hơn: Doanh nghiệp phải chia sẻ lợi nhuận với bên trung gian.
- Mất kiểm soát: Doanh nghiệp không có nhiều quyền kiểm soát đối với quá trình xuất khẩu và tiếp thị sản phẩm.

- Phụ thuộc vào bên trung gian: Thành công của hoạt động xuất khẩu phụ thuộc rất lớn vào năng lực và sự uy tín của bên trung gian.
- Khó xây dựng thương hiệu: Việc xây dựng thương hiệu sản phẩm gặp nhiều khó khăn hơn so với xuất khẩu trực tiếp.

Xuất khẩu theo hình thức liên doanh: Xuất khẩu theo hình thức liên doanh là một hình thức hợp tác kinh tế giữa hai hoặc nhiều doanh nghiệp, trong đó các bên cùng góp vốn, cùng quản lý và chia sẻ lợi nhuận từ hoạt động sản xuất kinh doanh, đặc biệt tập trung vào hoạt động xuất khẩu sản phẩm. Hình thức này thường được thực hiện giữa doanh nghiệp trong nước và doanh nghiệp nước ngoài.

Ưu điểm:

- Tận dụng thế mạnh của cả hai bên: Doanh nghiệp trong nước có thể tận dụng công nghệ, thương hiệu, thị trường của đối tác nước ngoài, còn doanh nghiệp nước ngoài có thể tận dụng nguồn lao động giá rẻ, chính sách ưu đãi của nước sở tại.
- Giảm rủi ro: Rủi ro trong kinh doanh được chia sẻ giữa các bên tham gia liên doanh.
- Tiếp cận thị trường dễ dàng hơn: Doanh nghiệp có thể dễ dàng thâm nhập vào thị trường của đối tác nước ngoài nhờ vào mạng lưới quan hệ và hiểu biết thị trường của họ.
- Nâng cao năng lực cạnh tranh: Thông qua hợp tác, doanh nghiệp có thể nâng cao năng lực sản xuất, chất lượng sản phẩm và khả năng cạnh tranh trên thị trường quốc tế.

Hạn chế:

- Mâu thuẫn lợi ích: Có thể xảy ra mâu thuẫn lợi ích giữa các bên tham gia liên doanh, đặc biệt là khi có sự khác biệt về văn hóa, kinh nghiệm quản lý.
- Quyết định chậm trễ: Quyết định thường phải được sự đồng thuận của tất cả các bên tham gia, dẫn đến quá trình ra quyết định có thể chậm trễ.

- Mất kiểm soát: Doanh nghiệp có thể mất một phần quyền kiểm soát đối với hoạt động kinh doanh của mình.
- Phụ thuộc vào đối tác: Thành công của liên doanh phụ thuộc rất lớn vào sự hợp tác và uy tín của đối tác.

1.4. Quy trình XNK

1.4.1. Quy trình nhập khẩu

Xác định nhu cầu, tìm kiếm và đánh giá nhà cung cấp:

- Xác định nhu cầu: Khi doanh nghiệp bắt đầu quá trình tìm kiếm và lựa chọn nhà cung cấp, điều quan trọng là phải xác định và đảm bảo rằng các nhà cung cấp tiềm năng có thể đáp ứng được loại hàng hóa, số lượng, chất lượng mà doanh nghiệp cần nhập khẩu.
- Tìm kiếm nhà cung cấp: Tìm kiếm các nhà cung cấp uy tín thông qua giới thiệu hoặc thông qua các kênh như chương trình quảng cáo, hội chợ, triển lãm, internet, ..
- Đánh giá, thực kiểm và xác nhận nhà cung cấp: Doanh nghiệp cần xác minh các yếu tố quan trọng như năng lực sản xuất, chất lượng sản phẩm, giá cả, uy tín của nhà cung cấp. Đánh giá này thường dựa trên sản lượng sản xuất, giấy chứng nhận về chất lượng sản phẩm, cũng như quy mô và cơ sở sản xuất của nhà cung cấp. Bên cạnh đó, doanh nghiệp nên thực hiện bước kiểm tra thực tế để xác nhận thông tin từ nhà cung cấp và hiểu rõ hơn về quy trình sản xuất, điều kiện bảo quản và chất lượng sản phẩm. Việc đánh giá giúp doanh nghiệp loại bỏ các nhà cung cấp không đáp ứng đủ tiêu chuẩn và chỉ chọn những đối tác có khả năng đáp ứng yêu cầu, đảm bảo rằng nhà cung cấp thực sự có khả năng đáp ứng các yêu cầu về số lượng và chất lượng hàng hóa nhập khẩu.

Phê duyệt và báo giá: Bộ phận quản lý mua sắm của doanh nghiệp sẽ có trách nhiệm phê duyệt nhà cung cấp dựa trên thông tin so sánh báo giá của các đơn vị cung ứng và các điều kiện mua hàng. Việc phê duyệt cần dựa trên sự so sánh rõ

ràng giữa báo giá mới và cũ, cùng các điều kiện tương ứng với từng nhà cung cấp. Sau khi phê duyệt, báo giá chính thức sẽ được gửi đến nhà cung cấp để hoàn tất quy trình mua hàng. Điều này đảm bảo rằng doanh nghiệp có thể ký kết hợp đồng với nhà cung cấp một cách hợp lý và hiệu quả.

Đàm phán, mua hàng và ký kết hợp đồng: Doanh nghiệp bắt đầu đàm phán rõ hơn về giá, các điều khoản về vận chuyển, chi phí hay trách nhiệm giữa nhà cung cấp và người mua cũng cần được đàm phán một cách rõ ràng. Sau khi đôi bên đi đến thỏa thuận, tiến hành thực hiện thanh toán, hoàn tất các thủ tục và tiến đến ký kết hợp đồng. Hợp đồng thương mại mỗi bên sẽ giữ một tài liệu về hợp đồng có giá trị pháp lý như nhau.

Chuẩn bị các giấy tờ:

- Hóa đơn thương mại: Chi tiết về hàng hóa, giá cả, số lượng.
- Vận đơn: Chứng nhận vận chuyển hàng hóa.
- Phiếu đóng gói: Chi tiết về cách đóng gói hàng hóa.
- Giấy chứng nhận xuất xứ: Chứng minh nguồn gốc xuất xứ của hàng hóa.
- Các giấy tờ khác: Giấy phép nhập khẩu (nếu có), chứng nhận chất lượng, kiểm dịch...

Vận chuyển hàng hóa:

- Chọn hình thức vận chuyển: Đường biển, đường hàng không, đường bộ hoặc đường sắt.
- Bảo hiểm hàng hóa: Mua bảo hiểm để bảo vệ hàng hóa trong quá trình vận chuyển.

Thực hiện các thủ tục hải quan:

- Khai báo hải quan: Khai báo đầy đủ thông tin về hàng hóa, giá trị, số lượng...
- Kiểm tra hàng hóa: Cơ quan hải quan tiến hành kiểm tra hàng hóa để đối chiếu với thông tin khai báo.

- Nộp thuế: Nộp các loại thuế như thuế nhập khẩu, thuế giá trị gia tăng...
- Thông quan: Nhận quyết định thông quan và lấy hàng.

Kiểm tra, nghiệm thu hàng hóa khi nhận và vận chuyển hàng về kho:

Tùy theo loại hàng hóa hoặc dịch vụ, việc nghiệm thu có thể được thực hiện theo các hình thức khác nhau. Quá trình nghiệm thu cần phải tuân thủ chặt chẽ các điều kiện và tiêu chuẩn đã được nêu rõ trong hợp đồng mua bán. Mọi bước nghiệm thu đều phải được ghi lại một cách chi tiết trong biên bản kiểm tra chất lượng, áp dụng cho mọi loại sản phẩm, 12 nguyên vật liệu, hoặc thiết bị máy móc khi nhập kho. Điều này đảm bảo rằng tất cả các bên đều có sự thống nhất và minh bạch về tình trạng của hàng hóa. Nếu phát hiện bất kỳ yếu tố không phù hợp nào trong quá trình kiểm tra và nghiệm thu, cần phải thực hiện các biện pháp xử lý theo đúng quy trình. Trường hợp nếu không có vấn đề bất thường phát sinh, doanh nghiệp sử dụng phương tiện vận tải phù hợp để vận chuyển hàng về kho.

1.4.2. Quy trình xuất khẩu

Tương tự nhập khẩu, quy trình xuất khẩu hàng hóa nội địa là một quá trình phức tạp, đòi hỏi sự chuẩn bị kỹ lưỡng, cần phải có những phân tích, đánh giá về thị trường được xuất khẩu và tuân thủ các quy định của cả pháp luật nội địa lẫn nước xuất khẩu:

Tìm kiếm nhà nhập khẩu: Tìm kiếm đối tác nhập khẩu tiềm năng thông qua các kênh khác nhau.

Xin giấy phép xuất khẩu: Kiểm tra danh mục hàng hóa xem sản phẩm cần xuất khẩu có thuộc danh mục hàng hóa cần giấy phép xuất khẩu hay không. nếu có thì doanh nghiệp cần chuẩn bị đầy đủ hồ sơ theo yêu cầu của cơ quan có thẩm quyền sau đó nộp và chờ kết quả. Trường hợp mặt hàng xuất khẩu không cần giấy phép thì bỏ qua bước này

Đàm phán và ký kết hợp đồng: Tương tự như hoạt động nhập khẩu, các doanh nghiệp bắt đầu đàm phán rõ hơn về giá, các điều khoản về vận chuyển, chi phí hay trách nhiệm giữa đôi bên đối với lô hàng cũng cần được đàm phán một cách rõ ràng.

Sau khi đôi bên đi đến thỏa thuận, tiến hành thực hiện thanh toán, hoàn tất các thủ tục và tiến đến ký kết hợp đồng. Hợp đồng thương mại mỗi bên sẽ giữ một tài liệu về hợp đồng có giá trị pháp lý như nhau.

Chuẩn bị hàng hóa:

- Kiểm tra chất lượng: Kiểm tra kỹ chất lượng hàng hóa để đảm bảo đáp ứng các yêu cầu trong hợp đồng.
- Đóng gói: Đóng gói hàng hóa cẩn thận, đảm bảo hàng hóa không bị hư hỏng trong quá trình vận chuyển.
- Làm nhãn mác: Dán nhãn mác đầy đủ thông tin về sản phẩm, nhà sản xuất, nước xuất xứ...

Vận chuyển: Lựa chọn hình thức vận chuyển phù hợp (đường biển, đường hàng không, đường bộ) tùy thuộc vào đặc tính của hàng hóa, thời gian giao hàng, chi phí vận chuyển và yêu cầu của đối tác cũng như mua bảo hiểm để bảo vệ hàng hóa trong quá trình vận chuyển.

Thủ tục hải quan:

- Khai báo hải quan: Khai báo đầy đủ thông tin về hàng hóa, giá trị, số lượng...
- Kiểm tra hàng hóa: Cơ quan hải quan tiến hành kiểm tra hàng hóa để đối chiếu với thông tin khai báo.
- Nộp thuế: Nộp các loại thuế như thuế xuất khẩu, thuế giá trị gia tăng...
- Thông quan: Nhận quyết định thông quan và lấy hàng.

Thanh toán:

Thực hiện thanh toán: Thực hiện thanh toán theo đúng điều khoản đã ghi trong hợp đồng.

Giao hàng cho phương tiện vận chuyển: Sau khi thông quan, doanh nghiệp tiến hành giao hàng cho đơn vị vận chuyển

Gửi chứng từ cho người mua: Gửi các chứng từ như vận đơn, hóa đơn thương mại, chứng nhận xuất xứ... cho người mua để làm thủ tục nhập khẩu hàng hóa.

1.5. Các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động XNK

1.5.1. Yếu tố vĩ mô:

Yếu tố kinh tế vĩ mô

- Tỷ giá hối đoái: Biến động tỷ giá ảnh hưởng trực tiếp đến giá trị của các khoản thanh toán, gây ra rủi ro ngoại hối cho các doanh nghiệp.
- Lạm phát: Mức độ lạm phát cao gây bất ổn kinh tế, ảnh hưởng đến sức mua và làm tăng chi phí giao dịch.
- Cân cân thanh toán: Tình hình cân cân thanh toán của một quốc gia ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận ngoại tệ và sức cạnh tranh của hàng hóa, dịch vụ.

Yếu tố chính trị

- Ổn định chính trị: Môi trường chính trị ổn định tạo điều kiện thuận lợi cho các hoạt động thương mại và đầu tư.
- Quan hệ ngoại giao: Quan hệ ngoại giao tốt đẹp giữa các quốc gia tạo điều kiện thuận lợi cho việc ký kết các hiệp định thương mại, đầu tư.
- Chính sách ngoại thương: Các rào cản thương mại, thuế quan, hạn ngạch ảnh hưởng đến dòng chảy hàng hóa và dịch vụ.
- Mối quan hệ quốc tế: Các căng thẳng địa chính trị, xung đột có thể làm gián đoạn các hoạt động thương mại quốc tế.

Yếu tố pháp lý

- Hệ thống pháp luật: Khung pháp lý về ngoại hối, thương mại quốc tế, bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ ảnh hưởng đến sự an toàn và hiệu quả của các giao dịch.
- Hiệp định thương mại: Các hiệp định thương mại tự do tạo ra các ưu đãi về thuế quan và phi thuế quan, nhưng cũng đặt ra các yêu cầu về xuất xứ hàng hóa.

Yếu tố công nghệ

- Phát triển công nghệ: Sự ra đời của các công nghệ mới tạo ra các phương thức thanh toán mới, an toàn và hiệu quả hơn.
- An ninh mạng: Các cuộc tấn công mạng, rò rỉ dữ liệu gây ra mối đe dọa lớn đến an toàn thông tin trong các giao dịch thanh toán.
- Hạ tầng kỹ thuật: Chất lượng hạ tầng viễn thông, internet ảnh hưởng đến tốc độ và độ ổn định của các giao dịch thanh toán.

Yếu tố văn hóa – xã hội

- Độ tin cậy vào các hệ thống thanh toán: Mức độ tin cậy của người dân và doanh nghiệp vào các hệ thống thanh toán ảnh hưởng đến việc chấp nhận và sử dụng các dịch vụ này.

Yếu tố thiên tai và dịch bệnh

- Thiên tai: Các sự kiện thiên tai như động đất, sóng thần, lũ lụt có thể làm gián đoạn các hoạt động kinh tế và gây khó khăn cho các giao dịch thanh toán.
- Dịch bệnh: Các đại dịch như COVID-19 làm thay đổi hành vi tiêu dùng, thúc đẩy các hình thức thanh toán không tiếp xúc.

1.5.2. Yếu tố vi mô:

Yếu tố khách hàng: Khách hàng là các cá nhân, doanh nghiệp tiêu thụ các sản phẩm hoặc dịch vụ mà doanh nghiệp nhập khẩu từ thị trường quốc tế và xuất khẩu từ thị trường nội địa. Đây là yếu tố quan trọng hàng đầu, vì không có khách hàng thì doanh nghiệp không thể tồn tại. Khách hàng là nhân tố quyết định các tiêu chuẩn về sản phẩm mà doanh nghiệp xuất khẩu hoặc nhập khẩu, từ chất lượng đến tính năng. Giá cả của sản phẩm được thu mua cũng phải được xác định dựa trên sự chấp nhận của khách hàng, theo nguyên tắc cung và cầu trên thị trường. Doanh nghiệp cần phải thỏa mãn nhu cầu của khách hàng bằng cách lựa chọn những sản phẩm phù hợp nhất từ nhà cung cấp nội địa và quốc tế, đảm bảo rằng sản phẩm đó đáp ứng các yêu cầu và mong muốn của thị trường mục tiêu.

Các đơn vị cung ứng: Để thực hiện hoạt động XNK diễn ra hiệu quả, doanh nghiệp cần tìm kiếm và lựa chọn các đơn vị cung ứng uy tín trên toàn cầu. Đối với hoạt động nhập khẩu, việc lựa chọn các nhà cung cấp quốc tế là vô cùng quan trọng.

Doanh nghiệp cần đảm bảo rằng hàng hóa nhập khẩu đáp ứng được các tiêu chuẩn về chất lượng và thời gian giao hàng. Bất kỳ sai sót nào về chất lượng sản phẩm hoặc sự chậm trễ trong quá trình vận chuyển đều có thể gây ra gián đoạn trong hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh và hiệu quả kinh doanh.

TÓM TẮT CHƯƠNG 1

Chương 1 cung cấp các thông tin cơ bản như khái niệm về hoạt động XNK, các đặc điểm, vai trò, loại hình XNK cũng như các quy trình thực hiện và các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động XNK mà các nhà xuất nhập khẩu phải chịu khi thực hiện thanh toán.

Chương 2. THỰC TRẠNG TÌNH HÌNH HOẠT ĐỘNG NK TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN ĐỒNG TÂM.

2.1 Giới thiệu tổng quan về Công ty cổ phần Đồng Tâm (Đồng Tâm group)

2.1.1 Giới thiệu về công ty

- Tên gọi công ty : CÔNG TY CỔ PHẦN ĐỒNG TÂM
- Tên tiếng Anh : DONGTAM GROUP
- Tên viết tắt : DTG
- Vốn điều lệ : 680.704.850.000 VNĐ
- Các lĩnh vực hoạt động kinh doanh chính:
 - Sản xuất và kinh doanh các sản phẩm vật liệu xây dựng và trang trí nội thất;
 - Kinh doanh bất động sản; Đầu tư liên doanh, liên kết; Hoạt động tư vấn quản lý.
- Trụ sở chính : Số 7, Khu phố 6, Thị trấn Bến Lức, Huyện Bến Lức, Tỉnh Long An
- Điện thoại : (+84) 72 3872233 * Fax: (+84) 72 3872122
- VPĐD : 236A Nguyễn Văn Luông, Phường 11, Quận 6, TP.HCM
- Điện thoại : (+84) 8 38756536 * Fax: (+84) 8 38761405
- Hotline : (+84) 8 5426 6868 – 5426 7979
- Email : dongtam@dongtam.com.vn
- Website : www.dongtam.com.vn
- Logo:



Hình 1 Logo Đồng Tâm

(Nguồn: Công ty Cổ phần Đồng Tâm)

2.1.2 Sự hình thành

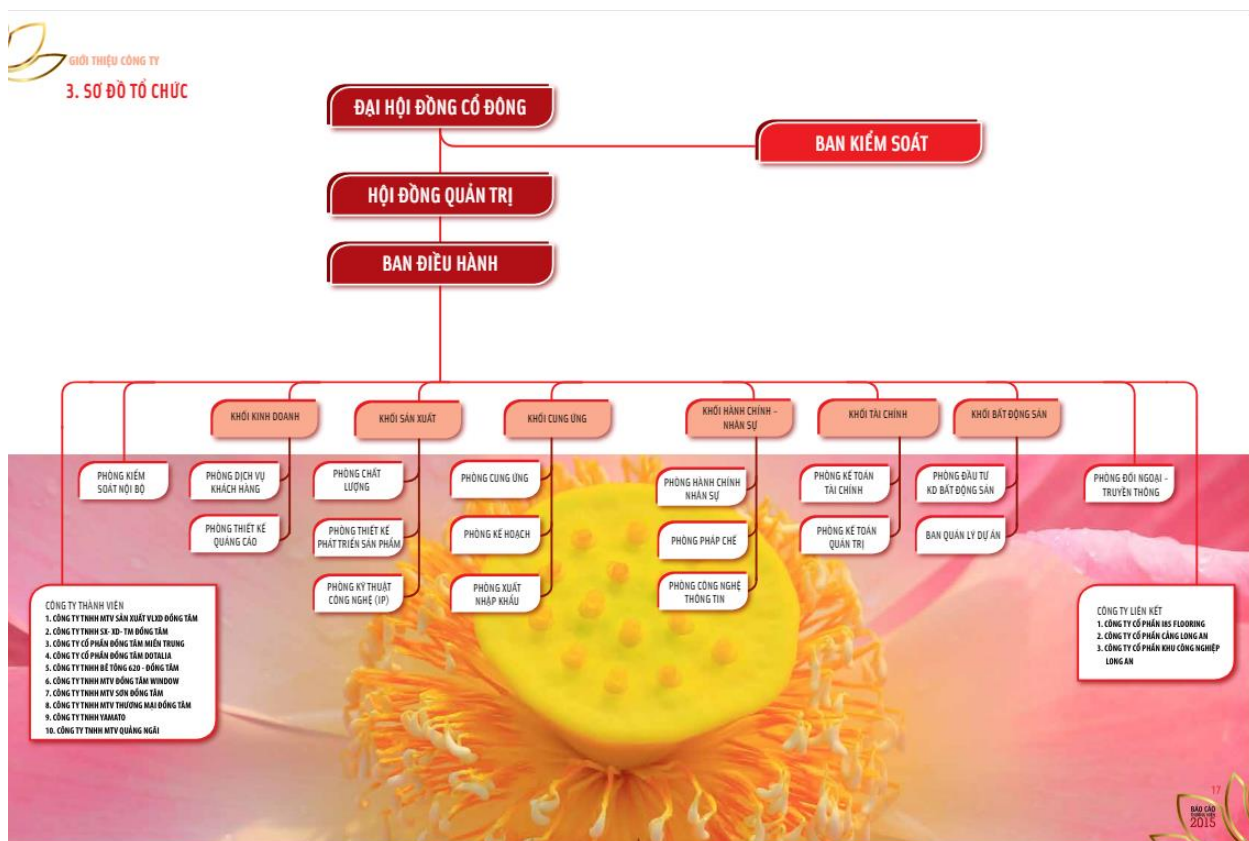
Công ty cổ phần Đồng Tâm, hay còn có tên gọi khác là DongTam group, được thành lập vào ngày 25 tháng 6 năm 1969 là một trong những doanh nghiệp hàng đầu Việt Nam về sản xuất và kinh doanh các sản phẩm vật liệu xây dựng, trang trí nội - ngoại thất. Bên cạnh đó, Đồng Tâm còn mở rộng lĩnh vực đầu tư kinh doanh bất động sản, phát triển khu công nghiệp, khu dân cư, xây dựng nhà, kinh doanh đầu tư cảng biển quốc tế, giáo dục ... Với 53 năm hình thành và phát triển, đến nay, Đồng Tâm Group với 17 công ty thành viên và liên kết; Trong đó hệ thống phân phối rộng khắp với 28 chi nhánh (59 showroom và kho hàng) và trên 2.500 cửa hàng cộng tác, nhà phân phối trải dài khắp cả nước. Sản phẩm Đồng Tâm cũng đã xuất khẩu đến 30 quốc gia trên khắp năm châu trên thế giới.

Với sứ mệnh “Đem đến những tiện ích, hiện đại, sang trọng và thẩm mỹ cho cộng đồng, xã hội” và khát vọng – hoài bão “trở thành một trong những công ty hàng đầu trong khu vực châu Á và là đối tác được biết đến bởi thị trường trong nước và nước ngoài”, Đồng Tâm Group là điểm đến hấp dẫn cho những ứng viên trẻ, đầy nhiệt huyết, năng động, đam mê nghề nghiệp, chấp nhận thử thách trong công việc, mong muốn hợp tác lâu dài và phát triển bản thân.

2.1.3 Tâm nhìn, sứ mệnh và giá trị cốt lõi

- 5 giá trị cốt lõi của Đồng tâm là: TÂM - KIÊN - KHIÊM - ĐAM MÊ - HY SINH
- Tâm nhìn: phát triển bền vững, mang lại hiệu quả tối đa cho nhà đầu tư và điều kiện sống tốt nhất cho con người
- Sứ mệnh: Đem đến những tiện ích, hiện đại sang trọng và thẩm mỹ cho cộng đồng, xã hội

2.1.4 Cơ cấu sơ đồ tổ chức của công ty cổ phần Đồng Tâm



sơ đồ 2.1 Cơ cấu tổ chức của công ty cổ phần Đồng Tâm

(Nguồn: Đồng Tâm)

- **Đại hội đồng cổ đông, Hội đồng quản trị và Giám đốc** :
- Xây dựng tầm nhìn, sứ mệnh, giá trị cốt lõi, mục tiêu dài hạn.
- Chịu trách nhiệm lập kế hoạch và định hướng chiến lược chung cho công ty.
- Điều hành các Phòng/Ban Công ty để xây dựng mục tiêu, chỉ tiêu cho từng bộ phận đảm bảo hoàn thành mục tiêu chung của Công ty.
- Thông qua định hướng phát triển của công ty;
- Quyết định loại cổ phần và tổng số cổ phần của từng loại được quyền chào bán; quyết định mức cổ tức hằng năm của từng loại cổ phần;
- Bầu, miễn nhiệm, bãi nhiệm thành viên Hội đồng quản trị, Kiểm soát viên;

- Quyết định đầu tư hoặc bán số tài sản có giá trị từ 35% tổng giá trị tài sản trở lên được ghi trong báo cáo tài chính gần nhất của công ty, trừ trường hợp Điều lệ công ty quy định một tỷ lệ hoặc một giá trị khác;
- Quyết định sửa đổi, bổ sung Điều lệ công ty;
- Thông qua báo cáo tài chính hằng năm;
- Quyết định mua lại trên 10% tổng số cổ phần đã bán của mỗi loại;
- Xem xét, xử lý vi phạm của thành viên Hội đồng quản trị, Kiểm soát viên gây thiệt hại cho công ty và cổ đông công ty; Phòng Kế Toán:
- Thực hiện chức năng hạch toán toàn bộ hoạt động kinh doanh của công ty. Quản lý nguồn vốn và tài sản của công ty, hướng dẫn chế độ thực hiện biên bản chứng từ hạch toán, thống kê.
- **Phòng quản lý – nhân sự:**
- Phụ trách các bộ phận: hành chính văn thư, pháp lý có trách nhiệm:
- Tham mưu cho giám đốc về bộ máy tổ chức quản lý công ty có hiệu quả trong từng thời kỳ, đánh giá chất lượng cán bộ, chỉ đạo xây dựng và xét duyệt định mức lao động cho các phòng ban và chi nhánh.
- Lập kế hoạch và tuyển dụng nhân sự.
- Thực hiện chế độ chính sách đối với nhân viên, quản lý các công việc pháp chế, tuyên truyền quảng cáo và thi đua thực hành công tác hành chính văn thư, lưu trữ các công tác quản trị công ty, đảm bảo các điều kiện làm việc để bộ máy của công ty làm việc được tốt hơn. Chịu trách nhiệm trước Giám Đốc về công tác tổ chức hành chính và lao động tiền lương.
- Tham mưu cho Giám Đốc công ty thực hiện các hợp đồng kinh tế phù hợp với chức năng của công ty.
- Phụ trách pháp lý và được ủy quyền trước pháp luật trong việc tố tụng, kiện cáo cũng như giải quyết các tranh chấp liên quan đến việc mua - bán hàng và nợ khó đòi.
- **Phòng đầu tư KD bất động sản:**
- Tìm kiếm khách hàng, Nhà đầu tư có nhu cầu về để thuê đất, nhà xưởng trong KCN

- Mang doanh thu về cho công ty thông qua các hoạt động mua bán, trao đổi bất động sản

2.1.5 Kết quả hoạt động kinh doanh của công ty từ 2021 đến 2023

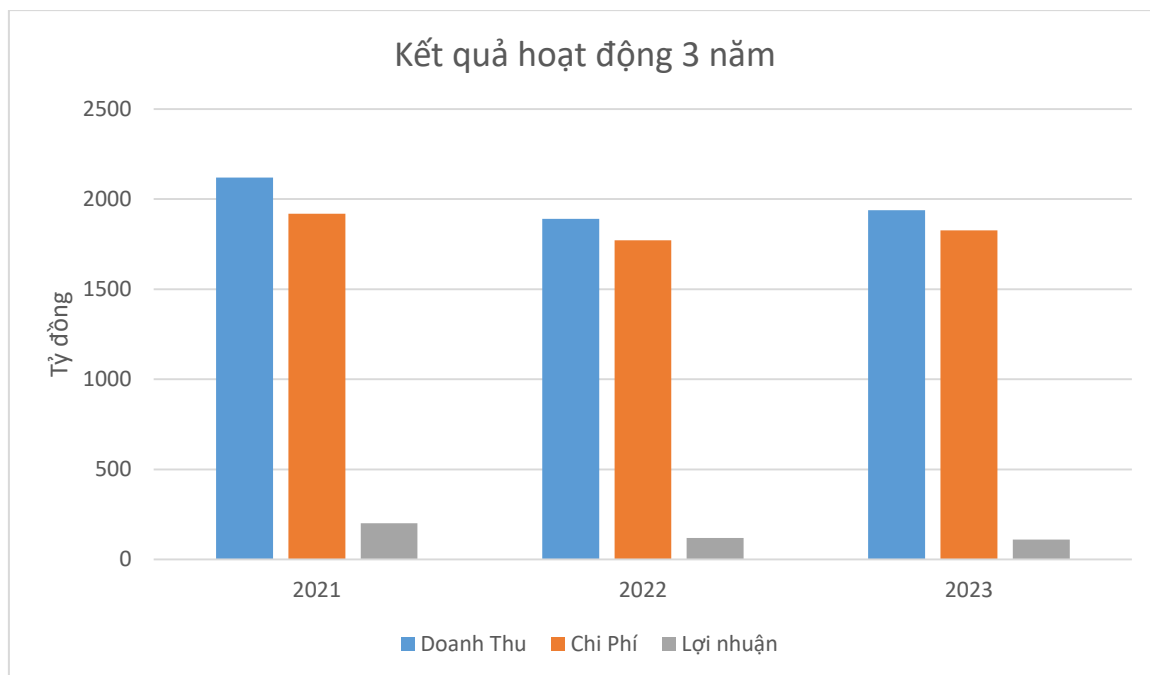
GDP Việt Nam năm 2021 tăng 2,58% là mức thấp nhất trong 10 năm trở lại đây do dịch Covid-19 ảnh hưởng nghiêm trọng tới mọi lĩnh vực của nền kinh tế, đặc biệt là trong quý 3/2021 nhiều địa phương kinh tế trọng điểm phải thực hiện giãn cách xã hội kéo dài để phòng chống dịch bệnh. Chuỗi cung ứng toàn cầu và trong nước bị đứt gãy dẫn đến các chi phí vận tải, sản xuất, thương mại tăng cao. Bên cạnh đó, theo số liệu của Tổng cục Thống kê, tốc độ tăng trưởng của thị trường chỉ đạt 0,63% vào năm 2021, là rất thấp so với mức tăng bình quân 7,2% trong 10 năm qua, dẫn đến nhu cầu của thị trường bất động sản và xuất nhập khẩu giảm mạnh, ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp trong lĩnh vực nêu trên. Không những thế, sau đại dịch covid, nền kinh tế toàn cầu lâm vào tình trạng khủng hoảng, khiến cho quá trình phục hồi của doanh nghiệp gặp nhiều khó khăn. Tuy nhiên, nhờ việc linh hoạt điều chỉnh chiến lược chống dịch cũng như hỗ trợ doanh nghiệp ứng phó với tình trạng khủng hoảng toàn cầu của Chính phủ đã giúp nền kinh tế bước đầu được phục hồi và có tăng trưởng. Dù gặp nhiều khó khăn và thách thức, song kết thúc năm 2023, Đồng Tâm Group cũng đã đạt được một số kết quả đáng khích lệ như sau:

Đơn vị: tỷ VND

Bảng 2.1.kết quả SXKD của công ty từ 2021 đến 2023

Nội dung	2021	2022	2023
Doanh thu	2120	1890	1938
Chi phí	1919	1771	1827
Lợi nhuận	201	119	111

(Nguồn: phòng kế toán công ty cổ phần Đồng Tâm)



Biểu đồ 2.1 Kết quả hoạt động kinh doanh từ 2021 -2023 của Đồng Tâm

(Nguồn: phòng kế toán công ty cổ phần Đồng Tâm)

Năm	2022-2021		2023-2022		2023-2021	
	Tỷ VND	%	Tỷ VND	%	Tỷ VND	%
Doanh thu	-230	-10,85	48	2,54	-182	-8,6
Chi phí	-148	-7,71	56	3,16	-92	-4,8
Lợi nhuận	-82	-40,8	-8	-6,72	-90	-44,8

Đơn vị: tỷ VND

Bảng 2.2 Tốc độ tăng trưởng từ 2021 – 2023

(Nguồn: phòng kế toán công ty cổ phần Đồng Tâm)

Qua bảng phân tích trên ta thấy, trong 2 giai đoạn năm 2021 - 2022 và 2022 - 2023 tình hình hoạt động của công ty nhìn chung tương đối biến động, cụ thể như sau:

Giai đoạn từ năm 2021 đến 2022: đây là giai đoạn mà đa số các doanh nghiệp nói chung đều trong giai đoạn hậu đại dịch Covid-19.

- Doanh thu từ hoạt động cung cấp dịch vụ của công ty từ 2120 tỷ VNĐ ở năm 2021, đến năm 2022 đạt 1890 tỷ VNĐ, giảm 230 tỷ VNĐ tương đương giảm 10,85 %. Vì tình hình dịch bệnh ảnh hưởng sau đại dịch cũng như khủng hoảng kinh tế nên một số đơn hàng không thể giải quyết đúng hạn, khiến cho doanh thu của doanh nghiệp bị ảnh hưởng nghiêm trọng.
- Chi phí ở năm 2022 giảm từ 1919 tỷ VNĐ xuống còn 1771 tỷ VNĐ, tương đương giảm 148 tỷ VNĐ hay 7,71 % so với năm 2021. Vì tình hình kinh tế toàn cầu đang trong giai đoạn khủng hoảng với nhiều diễn biến phức tạp nên công ty đã cho cắt giảm nhiều chi phí để duy trì hoạt động.
- Về lợi nhuận sau thuế của công ty cũng bị tác động đáng kể, giảm từ 201 tỷ VNĐ ở năm 2021 xuống còn 119 tỷ VNĐ ở năm 2022, tương đương giảm 82 tỷ VNĐ hay giảm 40,8 %

Đến giai đoạn 2 là từ năm 2022 đến 2023, đây là giai đoạn mà doanh nghiệp đang dần có dấu hiệu phục hồi nhưng tình hình kinh tế toàn cầu vẫn còn tương đối đáng lo ngại

- Doanh thu từ hoạt động cung cấp dịch vụ của công ty từ 1890 tỷ VNĐ ở năm 2022, đến năm 2023 đạt 1938 tỷ VNĐ, tăng 4,8 tỷ VNĐ tương đương 2,54 %.
- Chi phí ở năm 2023 tăng từ 1771 tỷ VNĐ lên 1827 tỷ VNĐ, tương đương tăng 56 tỷ VNĐ hay 3,16 % so với năm 2022.
- Về lợi nhuận sau thuế của công ty giảm từ 119 tỷ VNĐ ở năm 2022 xuống còn 111 tỷ VNĐ ở năm 2023, tương đương giảm 8 tỷ VNĐ hay giảm 6,72 %. Nguyên nhân cho việc lợi nhuận sau thuế của công ty vẫn không có dấu hiệu tăng trưởng là vì nhiều nguồn thu của công ty vẫn chưa được khôi phục do khủng hoảng kinh tế toàn cầu ập đến và các chi phí sinh hoạt tại công ty đã được khôi phục trở lại sau đại dịch.

2.1.6 Sơ đồ quy trình nhập khẩu tại Công ty cổ phần Đồng Tâm



sơ đồ 2.2 quy trình nhập khẩu tại Công ty

(Nguồn: Phòng Tài Chính Đồng Tâm)

2.1.7 Cơ cấu hàng hóa và dịch vụ công ty cung cấp

Công Ty cổ phần Đồng Tâm cung cấp các sản phẩm và dịch vụ như sau:

Nhập khẩu gia công các mặt hàng:



Hình 2 Gạch kính



Hình 3 Gạch Ceramic – Porcelain



Hình 4 Gạch Bông



Hình 5 Thiết bị vệ sinh

Các mặt hàng xuất khẩu nội địa lẫn quốc tế:

- Cửa Đồng Tâm
- Sơn nước
- Bê tông
- Ngói màu
- Keo dán gạch
- Chất chống thấm

Các hoạt động dịch vụ liên quan đến:

- Kinh doanh bất động sản

- Đầu tư liên doanh, liên kết
- Hoạt động tư vấn quản lý
- Cho thuê tàu thuyền, bến cảng



Hình 6 Văn phòng cảng quốc tế Long An – Công ty Cổ phần Đồng Tâm

2.1.8 Sơ lược thông tin về doanh nghiệp đối tác chính của mặt hàng gạch kính tại Đồng Tâm

- Tên gọi công ty : PT Mulia Industrindo Tbk
- Ngày thành lập: 05/11/1986
- Các lĩnh vực hoạt động kinh doanh chính: Sản xuất và kinh doanh các sản phẩm liên quan đến kính như gạch kính, kính nội, thùng chứa bằng thủy tinh, vật dụng gia đình bằng thủy tinh và các loại kính an toàn sử dụng trong lắp ráp phương tiện giao thông.
- Trụ sở chính : Atrium Mulia, 2nd Floor, Jl. H.R. Rasuna Said Kav. B 10-11, Jakarta Selatan 12910, Indonesia

- Logo:



Hình 7 : logo của doanh nghiệp đối tác

2.2 Tổng quan về thị trường gạch kính tại Việt Nam

Thị trường gạch kính tại Việt Nam hiện nay tuy có dấu hiệu chững lại, song dần đang có những chuyển biến tích cực, với nhu cầu ngày càng tăng. Các sản phẩm gạch kính hiện nay không chỉ được đầu tư mạnh mẽ về chất lượng mà còn đa dạng hóa về mẫu mã để đáp ứng nhu cầu đa dạng của người tiêu dùng. Mặc dù ngành công nghiệp gạch kính chỉ mới phát triển mạnh tại Việt Nam vài năm trở lại đây, nhưng tốc độ tăng trưởng là rất đáng kể. Khách hàng ngày càng chú trọng vào việc tìm kiếm những loại gạch kính thiết kế độc đáo, chất lượng cao, giá thành rẻ và phù hợp với khẩu vị nội thất của họ. Đáp ứng xu hướng toàn cầu hóa, các doanh nghiệp trong ngành cũng đã bắt đầu tiếp cận, nhập khẩu các sản phẩm mới và sử dụng các loại nguyên liệu cao cấp từ các quốc gia khác nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm và thu hút khách hàng. Sự đa dạng trong sản phẩm không chỉ tạo ra nhiều lựa chọn cho người tiêu dùng mà còn thúc đẩy các doanh nghiệp tăng cường tìm kiếm nguồn cung ứng nguyên liệu, mở rộng hoạt động nhập khẩu các loại mặt hàng gạch kính từ khắp nơi trên thế giới. Các doanh nghiệp không ngừng mở rộng mối quan hệ đối tác với các nhà sản xuất và nhà cung cấp quốc tế, tạo điều kiện thuận lợi cho việc tiếp

cần những nguyên liệu và công nghệ sản xuất hiện đại. Hoạt động nhập khẩu gạch kính trong ba năm gần đây cho thấy sự gia tăng rõ rệt, phản ánh sự phát triển nhanh chóng của thị trường và tiềm năng kinh doanh trong ngành này tại Việt Nam.

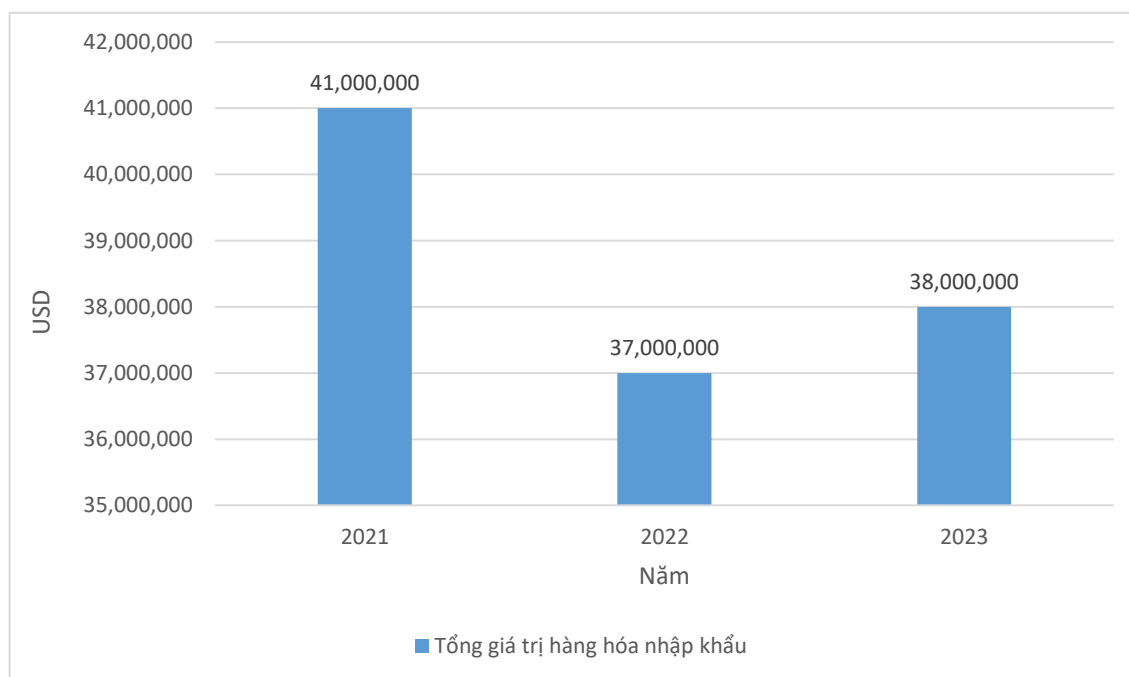
Đơn vị: triệu USD

Bảng 2.3 Cơ cấu nhập khẩu gạch kính

Năm	Loại hàng nhập khẩu		Quốc gia cung cấp			Tổng giá trị hàng hóa
	Gạch kính	Nguyên vật liệu thô	Indonesia	Vương quốc Anh	Cộng hòa Séc	
2021	30.000	11.000	55%	25%	20%	41.000
2022	22.000	15.000	57%	24%	19%	37.000
2023	24.000	14.000	58%	22%	20%	38.000

Nguồn: Tổng cục Thống kê Việt Nam

Đơn vị: USD



Nguồn: Tổng cục Thống kê Việt Nam

Biểu đồ 2.2 Kim ngạch nhập khẩu gạch kính 3 năm 2021 – 2023 của Việt Nam

Nhận Xét:

Năm 2021 tổng kim ngạch nhập khẩu gạch kính ước tính khoảng 41 triệu USD. Đây là con số vô cùng ấn tượng, phản ánh nhu cầu của thị trường Việt Nam đối với các sản phẩm gạch kính nhập khẩu. Sự tăng trưởng này được thúc đẩy bởi nhiều yếu tố, một trong số đó là nhu cầu ngày càng tăng về cải thiện không gian sống và làm việc, cũng như sự ưa chuộng các sản phẩm có chất lượng và thiết kế hiện đại.

Năm 2022, tổng kim ngạch nhập khẩu có sự suy giảm đáng kể, chỉ đạt 37 triệu USD, giảm khoảng 10% so với năm 2021. Sự suy giảm này phần nhiều là do tác động từ đại dịch Covid 19 - biến chủng Omicron xuất hiện khiến cho nhu cầu tiêu dùng giảm mạnh trên mọi lĩnh vực tại Việt Nam.

Năm 2023, tổng kim ngạch nhập khẩu gạch kính có phần tăng nhẹ, đạt khoảng 38 triệu USD, tương ứng với mức tăng trưởng 2,3% so với năm 2022. Mức tăng trưởng nhẹ này cho thấy sự hồi phục của thị trường gạch kính nhập khẩu tại Việt Nam. Sự gia tăng này có thể được lý giải bởi sự phục hồi kinh tế sau khi biến chủng omicron dần suy yếu, cùng với việc mở rộng các dự án xây dựng, đặc biệt là các dự án nhà ở, văn phòng, và khách sạn. Sự phát triển của ngành du lịch và sự gia tăng số lượng căn hộ cao cấp, văn phòng cho thuê cũng đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy nhu cầu nhập khẩu các loại mặt hàng xây dựng như gạch kính. Tuy nhiên, chiến sự giữa Nga và Ukraine khiến cho nhiều mặt hàng chịu ít nhiều ảnh hưởng từ chiến tranh, dẫn đến giá cả của nhiều mặt hàng, bao gồm cả gạch kính tăng mạnh

2.3 Thực trạng kết quả hoạt động kinh doanh tại Đồng Tâm

2.3.1 *Tình hình nhập khẩu của mặt hàng gạch kính tại Đồng Tâm:*

Với việc doanh nghiệp có bề dày lịch sử trong nhiều hoạt động kinh tế bao gồm cả XNK, cũng như nhận thức được xu hướng khách hàng hiện nay ngày càng chú trọng vào việc tìm kiếm những loại sản phẩm với thiết kế độc đáo, chất lượng cao, và mang phong cách hiện đại, phù hợp với phong cách nội thất của họ. Đồng Tâm đã là một trong các doanh nghiệp tiên phong trong việc tiếp cận, nhập khẩu mặt hàng gạch kính cũng như dần sản xuất các mặt hàng sản phẩm này sử dụng nguồn nguyên

liệu chính từ các quốc gia khác. Việc đa dạng hóa sản phẩm không chỉ giúp Đồng Tâm tạo ra nhiều lựa chọn hơn cho người tiêu dùng mà còn thúc đẩy doanh nghiệp tăng cường tìm kiếm nguồn cung ứng nguyên liệu, mở rộng hoạt động nhập khẩu các mặt hàng gạch kính đặc biệt từ khắp nơi trên thế giới.

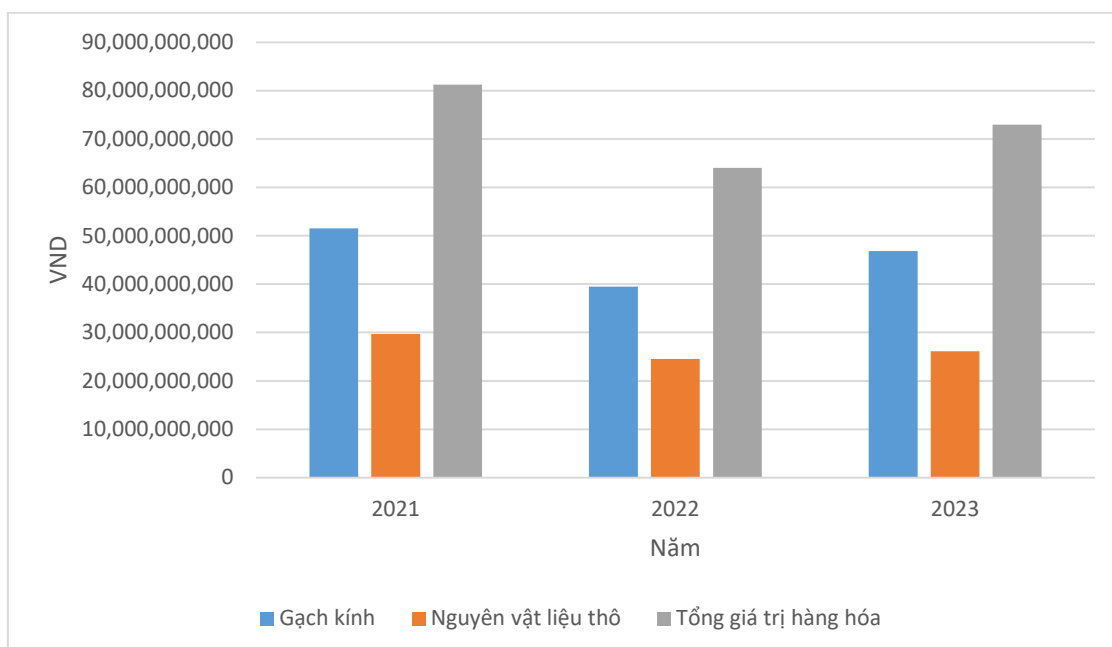
Đơn vị: tỷ VND

Bảng 2.4 Kết quả nhập khẩu của Đồng Tâm

Năm	Loại hàng nhập khẩu		Quốc gia cung cấp			Tổng giá trị hàng hóa
	Gạch kính	Nguyên vật liệu thô	Indonesia	Vương quốc Anh	Cộng hòa Séc	
2021	51.538	29.694	69,81%	23,18%	7,01%	81.232
2022	39.510	24.511	71,04%	21,98%	6,98%	64.021
2023	46.806	26.136	71,32%	21,76%	6,92%	72.942

Nguồn: Văn Phòng XNK Đồng Tâm – Cảng Long An

Đơn vị: VND



Biểu đồ 2.3 Giá trị nhập khẩu gạch kính và nguyên liệu sản xuất gạch kính của Đồng tâm

Nguồn: Văn Phòng XNK Đồng Tâm – Cảng Long An

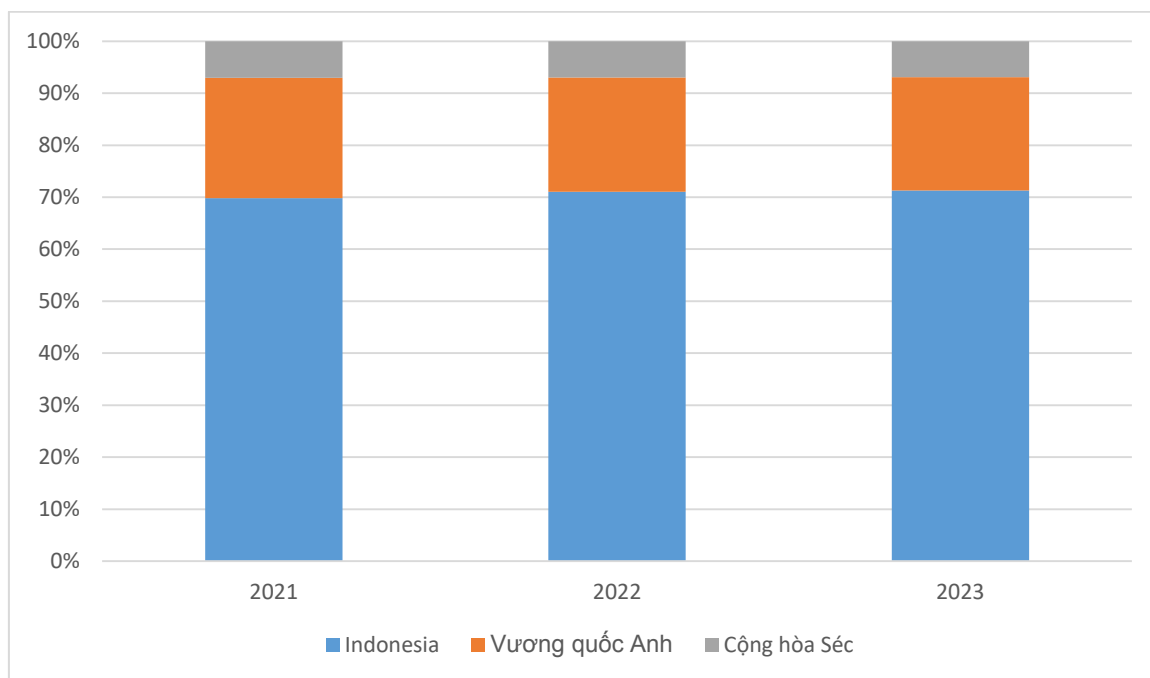
Nhận xét:

Năm 2021 Tổng kim ngạch nhập khẩu gạch kính của doanh nghiệp đạt 81,232 tỷ đồng, phản ánh rõ nhu cầu của thị trường Việt Nam đối với các sản phẩm gạch kính nhập khẩu. Việc doanh nghiệp đạt được con số vô cùng ấn tượng này ở chỉ mặt hàng gạch kính cùng nguyên liệu thô phục vụ việc sản xuất sản phẩm này cho thấy đây có thể là kết quả của việc công ty sớm nắm bắt được với các thay đổi trong xu hướng tiêu dùng và thị trường mở rộng mạng lưới khách hàng, tăng cường hiệu quả trong hoạt động nhập khẩu và phân phối.

Năm 2022, tổng kim ngạch nhập khẩu của doanh nghiệp chỉ đạt 64,021 tỷ đồng, có sự suy giảm nghiêm trọng, khoảng 17 tỉ hay giảm 21% so với năm 2021. Sự suy giảm này tương tự với toàn thị trường Việt Nam vào thời điểm, phần nhiều là do tác động từ đại dịch Covid 19 - biến chủng Omicron xuất hiện khiến cho nhu cầu tiêu dùng giảm mạnh trên mọi lĩnh vực tại Việt Nam và Đông Tâm cũng không là ngoại lệ.

Năm 2023, tổng kim ngạch nhập khẩu gạch kính so với năm 2022 có phần phục hồi, đạt 72,942 tỷ đồng, tăng 14%, tương đương 8,9 tỷ đồng so với năm trước. Mức tăng trưởng nhẹ này cho thấy sự hồi phục của thị trường chung tại Việt Nam góp phần cải thiện tình hình nhập khẩu gạch kính tại Doanh nghiệp. Sự gia tăng nhẹ này có thể được lý giải bởi sự phục hồi kinh tế sau khi biến chủng omicron dần suy yếu nhưng vẫn chịu nhiều tác động tiêu cực từ cuộc chiến giữa Nga - Ukraine.

2.3.2 Cơ cấu các nhà cung cấp sản phẩm và nguyên vật liệu thô sản xuất gạch kính của Công ty cổ phần Đồng Tâm



Biểu đồ 2.4 Cơ cấu nhà cung cấp của công ty Đồng Tâm trong 3 năm 2021 - 2023

Nhận xét:

Đối với mặt hàng xuất nhập khẩu này của doanh nghiệp, Indonesia hiện vẫn duy trì vai trò là nhà cung cấp chính cho Đồng Tâm, tỷ trọng nhập khẩu từ quốc gia này có sự tăng nhẹ qua từng năm, từ 69,81% ở năm 2021 lên 71,04% vào năm 2022 và 71,32% vào năm 2023. Indonesia là nguồn cung cấp quan trọng nhờ vào khả năng sản xuất quy mô lớn, giá cả cạnh tranh và sự linh hoạt trong việc đáp ứng các yêu cầu đặc thù của khách hàng.

Vương quốc Anh có sự suy giảm rõ rệt trong tỷ trọng nhà cung cấp vào năm 2022, từ 23,18% năm 2021 xuống còn 21,98% vào năm 2022 và giảm nhẹ còn 21,76% vào năm 2023. Sự suy giảm này phần nào là do việc sản phẩm từ vương quốc Anh vốn có chất lượng vô cùng tốt và cao cấp với nhiều thiết kế tinh xảo – những đặc điểm mà các nhà cung cấp từ Châu Âu thường đem lại. Tuy nhiên, do sự cạnh tranh từ các nhà cung cấp khác, cụ thể là từ Indonesia, cùng với đây lại là khoảng thời gian kinh tế khó khăn, khiến cho các mặt hàng gạch kính với chất liệu xa xỉ đến từ châu Âu khó có thể được tiêu thụ, dẫn đến việc doanh nghiệp cắt giảm quy mô nhập khẩu từ nguồn cung cấp này.

Đối với Cộng hòa Séc, đây là một nguồn cung cấp sản phẩm mới của doanh nghiệp, Đồng Tâm vẫn còn đang xem xét và thử nghiệm để đánh giá mức độ tiềm năng nên tỉ trọng vẫn còn tương đối thấp. Cụ thể tỉ trọng của Cộng hòa Séc nhìn chung có sự suy giảm vô cùng nhẹ qua từng năm, từ 7,01% vào năm 2021 xuống còn 6,98% ở năm 2022 và đạt 6,92% tại năm 2023.

Từ phân tích trên, có thể thấy rằng Công ty cổ phần Đồng Tâm đang tiến hành mở rộng nguồn cung cấp gạch kính, nhằm đảm bảo sự ổn định và đáp ứng chất lượng của sản phẩm nhập khẩu. Indonesia vẫn tiếp tục là nguồn cung cấp chính, nhờ vào khả năng cung ứng lớn và giá cả cạnh tranh, nhưng bên cạnh đó sự phụ thuộc này cũng được giảm bớt thông qua việc nhập khẩu từ Vương quốc Anh và Cộng hòa Séc.

2.4 Phân tích các yếu tố chính ảnh hưởng đến hoạt động nhập khẩu tại Đồng Tâm

2.4.1 Yếu tố vĩ mô:

Yếu tố kinh tế vĩ mô:

- Chính sách thương mại: Các hiệp định thương mại tự do hoặc biện pháp bảo hộ thương mại có thể mang lại cả cơ hội và thách thức cho các doanh nghiệp XNK như Đồng Tâm. Các chính sách thương mại tự do giữa Việt Nam và các quốc gia trong các khu vực mậu dịch tự do như AFTA hay EVFTA có thể giúp giảm thuế nhập khẩu, tạo cơ hội để Đồng Tâm nhập khẩu sản phẩm chất lượng cao với giá cạnh tranh hơn. Ngược lại nếu các biện pháp bảo hộ thương mại được áp dụng như tăng thuế nhập khẩu từ các nước ngoài khu vực sẽ làm giảm sức cạnh tranh của công ty trên thị trường.
- Tỷ giá hối đoái: Chênh lệch tỷ giá giữa đồng Việt Nam và các đồng tiền như USD, bảng Anh hay đồng rupiah của Indonesia có thể ảnh hưởng lớn đến chi phí nhập khẩu gạch kính của doanh nghiệp.
- Lãi suất và tình hình lạm phát: Tình hình kinh tế tại Việt Nam và các nước đối tác cũng có thể ảnh hưởng đến hoạt động xuất nhập khẩu của doanh nghiệp. Việc lãi suất cao tại Việt Nam có thể làm tăng chi phí nhập khẩu,

ảnh hưởng đến khả năng thanh toán cho các đơn hàng nhập khẩu với số lượng lớn. Ngoài ra, lạm phát tại các nước cung ứng có thể dẫn đến tăng giá thành sản phẩm, buộc doanh nghiệp phải đưa ra các phương án điều chỉnh giá bán lẻ tại thị trường Việt Nam để duy trì lợi nhuận.

Yếu tố địa chính trị

- Việt Nam nằm ngay cạnh biển Đông và là một cầu nối thương mại quan trọng của nền kinh tế thế giới, là cửa ngõ khu vực Đông Nam Á. Tiếp giáp biển Đông, Việt Nam có thể xây dựng nhiều cảng biển sâu như: Đà Nẵng, Cam Ranh, Sài Gòn,... tạo thuận lợi cho hoạt động kinh doanh nhập khẩu của Việt Nam.
- Đối với Đồng Tâm, công ty có nhiều thuận lợi hơn các doanh nghiệp khác khi sở hữu một cảng quốc tế là cảng Long An, điều này giúp việc xuất nhập khẩu trở nên thuận lợi và dễ dàng hơn khi hàng hóa của doanh nghiệp có thể nhanh chóng cập bến mà không gặp nhiều khó khăn bởi các thủ tục hải quan thông thường.

Yếu tố công nghệ: Công nghệ đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao hiệu quả XNK của mọi doanh nghiệp trong lĩnh vực này, bao gồm cả Đồng Tâm khi nhập khẩu hàng hóa từ các đối tác quốc tế. Tuy là một trong những doanh nghiệp tiên phong và có nhiều năm kinh nghiệm trong việc nhập khẩu gạch kính nhưng phương thức chính để tiếp cận để thu mua vẫn là các cách truyền thống như thông qua giới thiệu từ các đối tác hơn so với việc sử dụng công nghệ mới để tìm kiếm. Tuy nhiên, công ty vẫn có các loại công nghệ hỗ trợ được cho việc kiểm soát hàng đến và lưu kho. Doanh nghiệp hiện đã ứng dụng 1Tracking và Ship24 trong quản lý vận tải, WMS hay Warehouse Management System trong việc quản lý kho. Điều này giúp cải thiện việc quản lý logistic, hiệu quả về thời gian cho công ty thông qua việc có thể theo dõi tình trạng đơn hàng, thời gian giao nhận.

Yếu tố thiên tai, dịch bệnh và chiến tranh: Với việc tình hình chiến sự tại Nga và Ukraine vẫn đang diễn ra vô cùng căng thẳng, kèm theo đó là ngòi lửa chiến tranh

vừa bùng phát tại Trung Đông đã kéo theo rất nhiều vấn đề từ gián đoạn chuỗi cung ứng toàn cầu, biến động tỷ giá, lạm phát,... những vấn đề này gián tiếp ảnh hưởng đến quyết định nhập khẩu của Đồng Tâm đối với các đối tác từ châu Âu như Vương Quốc Anh và Cộng hòa Séc với lo ngại việc vận chuyển hàng hóa có nguy cơ bị gián đoạn

2.4.2 *Yếu tố vi mô:*

Yếu tố khách hàng:

- Khách hàng đóng vai trò rất quan trọng và có ảnh hưởng trực tiếp đến quyết định nhập khẩu gạch kính của Đồng Tâm. Những yếu tố từ nhu cầu, sở thích đến phản hồi và xu hướng thị trường đều có thể tác động đến chiến lược nhập khẩu công ty. Công ty cần đảm bảo rằng các sản phẩm gạch kính từ các nhà cung cấp quốc tế phải đáp ứng các tiêu chuẩn chất lượng, từ đó xây dựng niềm tin và sự hài lòng của khách hàng.
- Khách hàng có nhiều phân khúc khác nhau, từ cao cấp đến trung bình và phổ thông. Sức mua và ngân sách của khách hàng sẽ ảnh hưởng ít nhiều đến chiến lược nhập khẩu của doanh nghiệp. Công ty cần xác định phân khúc khách hàng mục tiêu rõ ràng để chọn lựa nhà cung cấp và sản phẩm phù hợp với mức giá mà khách hàng sẵn sàng chi trả. Việc này không chỉ giúp tăng doanh số mà còn tối ưu hóa lợi nhuận, hạn chế rủi ro hàng hóa bị tồn kho.

Các đơn vị cung ứng:

Nhà cung cấp cũng là một yếu tố quan trọng ảnh hưởng trực tiếp đến tốc độ và hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Việc lựa chọn và quản lý mối quan hệ với nhà cung cấp quyết định không chỉ chất lượng sản phẩm mà còn cả chi phí, thời gian giao hàng, và khả năng linh hoạt trong kinh doanh. Nhà cung cấp có thể ảnh hưởng đến giá thành sản phẩm thông qua giá nguyên liệu và các chi phí liên quan khác. Bên cạnh đó, thời gian giao hàng của nhà cung cấp là yếu tố quan trọng trong việc duy trì chuỗi cung ứng hiệu quả. Nếu nhà cung cấp không đáp ứng đúng

thời hạn giao hàng sẽ ảnh hưởng nghiêm trọng đến khả năng cung ứng sản phẩm của công ty cho khách hàng, có thể dẫn đến tình trạng thiếu hụt hàng hóa và giảm sự hài lòng của khách hàng. Chính vì vậy, việc thiết lập mối quan hệ với các nhà cung cấp đáng tin cậy và có khả năng giao hàng đúng hạn và nhất quán là vô cùng quan trọng.

TÓM TẮT CHƯƠNG 2

Qua chương 2 cho thấy tổng quan về Công ty cổ phần Đồng Tâm, cung cấp cái nhìn tổng quát hơn về các hoạt động, mục tiêu, lĩnh vực, vai trò và sự phát triển tại công ty. Chương 2 cũng cung cấp được thông tin về thực trạng hoạt động nhập khẩu đối với mặt hàng gạch kính tại công ty, những đối tác chính nào hiện được doanh nghiệp ưu tiên lựa chọn khi thực hiện nhập khẩu cũng như các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động nhập khẩu của doanh nghiệp đối với mặt hàng này.

Chương 3. ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG HOẠT ĐỘNG NHẬP KHẨU TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN ĐỒNG TÂM

3.1 Đánh giá tình hình nhập khẩu gạch kính tại Đồng Tâm thông qua mô hình phân tích SWOT

Điểm mạnh:

- Là một thương hiệu mạnh tại thị trường nội địa: Với việc Đồng Tâm là một trong những doanh nghiệp Top đầu tại khu vực miền Tây, nắm giữ nhiều dự án thi công lớn tại khu vực này, công ty có lợi thế trong việc phân phối sản phẩm từ các nhà cung cấp quốc tế trực tiếp đến tay người tiêu dùng cũng như áp dụng mặt hàng vào các sản phẩm khác của doanh nghiệp như các công trình dịch vụ, dự án khu công nghiệp, khu dân cư,... việc thể hiện một thương hiệu mạnh mẽ nhất định là một điểm cộng đối với các đối tác nước ngoài khi hợp tác.
- Tính minh bạch và rõ ràng: Quy trình nhập khẩu được chia thành các bước cụ thể, từ việc tiếp nhận thông tin đơn hàng, tìm kiếm và đánh giá nhà cung cấp, đến việc kiểm tra hàng hóa. Mỗi bước đều có những yêu cầu và trách nhiệm rõ ràng giúp đảm bảo rằng không có chi tiết nào bị bỏ sót. Việc minh bạch và công khai cũng giúp giảm thiểu rủi ro phát sinh trong quá trình giao dịch, không chỉ đảm bảo chất lượng sản phẩm mà còn giúp xây dựng niềm tin và sự hài lòng của khách hàng đối với công ty.

Điểm yếu:

- Phụ thuộc nhiều vào một nhà cung cấp: Hiện nay phần lớn nguồn nhập khẩu gạch kính của doanh nghiệp phụ thuộc rất nhiều vào nhà cung cấp từ Indonesia. Sự phụ thuộc này làm cho công ty không đảm bảo việc đa dạng nguồn cung, từ đó dẫn đến nhiều rủi ro không cần

thiết cho doanh nghiệp. Trong trường hợp nguồn cung liên tục gặp khó khăn nếu có sự cố như thiên tai, dịch bệnh, hay bất ổn kinh tế tại quốc gia nhập khẩu thì việc phụ thuộc quá mức này có thể gây ra sự chậm trễ và ảnh hưởng đến uy tín của công ty nếu nhà cung cấp không đáp ứng được các yêu cầu về chất lượng hoặc tiến độ. Trong trường hợp xấu nhất, công ty có thể sẽ bị hủy hợp đồng hoặc phải bồi thường cho khách hàng.

Cơ hội:

- Tăng cường hợp tác với các nhà cung cấp lớn: Công ty hiện đang mở rộng quan hệ hợp tác tại các quốc gia có công nghệ và tiêu chuẩn cao đối với mặt hàng gạch kính như Đức, Ý, và Ba Lan. Điều này không chỉ giúp nâng cao chất lượng sản phẩm mà còn giảm rủi ro về chuỗi cung ứng hiện đang phụ thuộc quá nhiều vào Indonesia.
- Chính sách thuế ưu đãi tại nhiều quốc gia: Việc hợp tác với các quốc gia có chính sách thuế nhập khẩu ưu đãi như ASEAN hay các quốc gia trong khu vực FTA (Hiệp định thương mại tự do) sẽ giúp công ty tiết kiệm được chi phí và tăng tính cạnh tranh.

Thách thức:

- Gián đoạn chuỗi cung ứng do các yếu tố vĩ mô: Các sự kiện bất ngờ như dịch bệnh, thiên tai, hay biến động chính trị tại các quốc gia cung cấp hay tại Việt Nam đều có thể ảnh hưởng lớn đến nguồn cung và kế hoạch sản xuất của công ty.
- Biến động về tỷ giá hối đoái: Do hoạt động mua hàng quốc tế phụ thuộc vào nhiều loại tiền tệ khác nhau, biến động tỷ giá hối đoái có thể làm tăng chi phí nhập khẩu và ảnh hưởng đến lợi nhuận của công ty.

3.2 Nền tảng cho những giải pháp được đề xuất

Các giải pháp được đề xuất đều dựa trên các thông tin sau đây:

- Tình hình nhập khẩu gạch kính tại Đồng Tâm

- Cơ cấu các nhà cung cấp
- điểm yếu và cơ hội
- yếu tố vĩ mô
- yếu tố vi mô

3.3 Một số giải pháp được đề xuất để nâng cao chất lượng hoạt động nhập khẩu tại doanh nghiệp

Tăng khả năng tiếp cận nguồn hàng hóa:

Để giảm thiểu rủi ro từ việc phụ thuộc quá nhiều vào nhà cung cấp từ Indonesia, công ty cần tiếp tục mở rộng nguồn cung. Điều này bao gồm việc giảm mức nhập khẩu đối với nhà nhập khẩu từ Indonesia, tiếp tục mở rộng nguồn cung hàng hóa từ các quốc gia đối tác sẵn có như Vương quốc Anh và Cộng hòa Séc, cũng như tìm kiếm và thiết lập quan hệ đối tác với các nhà cung cấp từ nhiều quốc gia khác như Đức, Ý và Ba Lan, các quốc gia vốn nổi tiếng không chỉ nhờ chất lượng sản phẩm ưu việt, giá thành cạnh tranh mà còn bao gồm các thiết kế hoa văn độc nhất, cầu kì và phức tạp.

Mỗi thị trường đều có lợi thế riêng về chi phí sản xuất, chất lượng sản phẩm và mức độ cạnh tranh riêng biệt, việc này giúp công ty duy trì tính linh hoạt và giảm rủi ro về chuỗi cung ứng. Công ty cũng nên phân tích và theo dõi xu hướng thị trường toàn cầu, đặc biệt là các nhà cung cấp mới nổi hoặc các quốc gia có chi phí sản xuất thấp nhưng chất lượng sản phẩm tốt. Việc tham gia các triển lãm thương mại quốc tế và hội nghị ngành sẽ giúp công ty tiếp cận trực tiếp với các nhà cung cấp tiềm năng từ nhiều quốc gia khác nhau.

Xây dựng kế hoạch dự phòng và đảm bảo tiến độ giao hàng:

Trong bối cảnh thị trường luôn biến động không lường thì việc xây dựng kế hoạch dự phòng là một việc cần thiết đối với bất kỳ doanh nghiệp nào. Việc chuẩn bị các phương án sẵn sàng ứng phó từ sớm sẽ giúp công ty đối phó với những tình huống khẩn cấp như nguồn cung cấp bị gián đoạn do các yếu tố từ thời tiết xấu, dịch bệnh, thiên tai, chiến tranh cho đến khách hàng bất ngờ thay đổi nhu cầu đối với mặt hàng nhập khẩu của công ty. Bằng cách chuẩn bị kỹ lưỡng và có các phương án

dự phòng, công ty sẽ luôn trong tư thế chủ động và sẵn sàng xử lý mọi tình huống không lường trước giúp duy trì uy tín và vị thế trên thị trường. Bên cạnh đó, việc phân chia đơn hàng thành nhiều giai đoạn khác nhau cũng là một biện pháp giúp đảm bảo tiến độ. Thay vì chờ hoàn thành toàn bộ để giao hàng cho khách, công ty có thể sắp xếp giao hàng từng phần cho khách hàng giúp giảm áp lực cho nhà cung cấp và công ty trong việc đảm bảo tiến độ giao hàng và tạo lòng tin từ phía khách hàng, đặc biệt là các đơn hàng có giá trị lớn hoặc yêu cầu khẩn cấp.

TÓM TẮT CHƯƠNG 3

Thông qua việc đánh giá thực trạng hoạt động NK trong giai đoạn 2021 - 2023 đã làm rõ được các vấn đề công ty đang có lợi thế và những hạn chế nào trong hoạt động nhập khẩu tại Đồng Tâm qua công cụ phân tích SWOT, từ đó đề xuất những giải pháp giúp góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ NK tại công ty. Những giải pháp này cần được doanh nghiệp và các cơ quan hữu quan nghiên cứu vận dụng cho thích ứng với tình hình thực tế nhằm mang lại hiệu quả cao nhất.

KẾT LUẬN

Xuất nhập khẩu là một trong những hoạt động quan trọng trong xã hội ngày càng hội nhập quốc tế, đây là phương thức tối ưu và tiết kiệm nhất để thúc đẩy phát triển của nền kinh tế Việt Nam. Việt Nam sau khi gia nhập WTO thì hoạt động xuất nhập khẩu ngày càng trở nên phổ biến và không ngừng phát triển. Trên cơ sở nghiên cứu, phân tích và đánh giá thực trạng hoạt động nhập khẩu tại doanh nghiệp, tác giả đã đưa ra những giải pháp cũng như kiến nghị mang tính sát thực và phù hợp nhằm đẩy mạnh chất lượng hoạt động nhập khẩu. Qua tìm hiểu tình hình hoạt động xuất nhập khẩu tại công ty cổ phần Đồng Tâm, các thông tin liên quan đến hoạt động nhập khẩu của công ty đã được phân tích một cách chi tiết. Từ những phân tích và đánh giá, bài báo cáo này đưa ra một số giải pháp và đề xuất thiết thực nhằm đóng góp khắc phục những hạn chế hiện tại, nâng cao hiệu quả quy trình nhập khẩu của công ty. Hy vọng rằng với những đề xuất này, Công ty cổ phần Đồng Tâm sẽ tiếp tục phát triển bền vững, tối ưu hóa hoạt động thu mua quốc tế, nâng cao năng lực cạnh tranh và đáp ứng các yêu cầu của thị trường toàn cầu.

Song do Công ty cổ phần Đồng Tâm vốn đã có bề dày lịch sử phát triển tương đối dài, nên các đề xuất nêu trên chỉ mang tính tham khảo là chính và do điều kiện nghiên cứu còn hạn chế về nguồn tài liệu cũng như thời gian nghiên cứu, nên đề tài không thể tránh khỏi những khiếm khuyết nhất định cần được tiếp tục nghiên cứu hoàn thiện hơn nữa. Vì vậy kính mong Quý Thầy Cô và người xem quan tâm góp ý và sửa đổi để đề tài được hoàn thiện hơn.