

**The Saigon International  
University**



**Báo cáo  
thực tập  
Thực tế**

Thành phố Hồ Chí Minh 2024

---

**BÁO CÁO  
THỰC TẬP THỰC TẾ**

*Ngành: Quản trị kinh doanh*

*Chuyên Ngành: Thương Mại Quốc Tế*

**ĐỀ TÀI: “ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG  
XUẤT KHẨU HÀNG HOÁ TẠI CÔNG TY TRÁCH  
NHIỆM HỮU HẠN CARDINAL MARITIME”**

*Giảng viên hướng dẫn: TS. Đinh Bá Hùng Anh*

*Sinh viên: Nguyễn Thị Yến Nhi*

*MSSV: 84012002031*



**Lewis Campus**

Email: [admission@siu.edu.vn](mailto:admission@siu.edu.vn)

Website: [www.siu.edu.vn](http://www.siu.edu.vn)

## LỜI CẢM ƠN

Trong quá trình học tập tại Trường Đại Học Quốc Tế Sài Gòn, cũng như trong thời gian thực tập tốt nghiệp tại Công ty TNHH CARDINAL MARITIME, đã cho em những kiến thức bổ ích về lý thuyết lẫn thực tế và đây sẽ là bước đệm vững chắc cho bản thân em sau này.

Để chuyên đề báo cáo thực tập được hoàn thành một cách trọn vẹn, lời đầu tiên em xin bày tỏ lòng biết ơn chân thành và sâu sắc nhất tới giáo viên hướng dẫn TS. Đinh Bá Hùng Anh đã tận tình hướng dẫn em trong suốt quá trình nghiên cứu và hoàn thiện đề tài. Cũng như không thiếu sự nhiệt tình giúp đỡ, chỉ bảo và cho em những lời khuyên hữu ích của Ban Giám Đốc Công ty TNHH CARDINAL MARITIME và các anh chị trong Công ty trong quãng thời gian em thực tập tại đây. Đặc biệt là phòng kinh doanh đã hỗ trợ em rất nhiều về việc tiếp cận thực tế, đo lường các số liệu cơ bản, cho em hiểu hơn tính chất của công việc có liên quan đến ngành học của em.

Bài thu hoạch báo cáo được thực hiện trong khoảng thời gian 8 tuần. Bước đầu đi vào thực tế, tìm hiểu về lĩnh vực nên kiến thức của em còn hạn chế và bỡ ngỡ. Vì vậy sẽ không tránh khỏi những thiếu sót là điều chắc chắn, nên trong quá trình làm báo cáo nếu có điều gì không hài lòng mong quý Thầy cô cũng như các anh chị tại Công ty bỏ qua cho em. Một lần nữa, em xin chân thành cảm ơn Thầy và Ban Giám đốc cùng toàn thể anh chị tại Công ty TNHH CARDINAL MARITIME.

## LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan báo cáo thực tập “**ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG XUẤT KHẨU HÀNG HOÁ TẠI CÔNG TY TRÁCH NHIỆM HỮU HẠN CARDINAL MARITIME**”, dự toán doanh thu, lời, lỗ cho 3 năm dưới sự hỗ trợ và hướng dẫn từ TS. Đinh Bá Hùng Anh, là kết quả nghiên cứu của riêng tôi. Công trình được thực hiện hoàn toàn dựa trên các tài liệu, thông tin số liệu do chính tôi lập kế hoạch và tìm hiểu từ nhiều nguồn khác nhau và cả trong thực tế.

Tất cả các số liệu, bảng biểu phục vụ cho việc phân tích và dẫn dắt ở báo cáo này được thu thập từ tình huống tài liệu được ghi chú đảm bảo trung thực và khách quan nhất.

Tp. HCM, ngày ... tháng ... năm 2024.

Học viên thực hiện

*(Ký và ghi rõ họ và tên)*

# MỤC LỤC

<b>TỔNG QUAN</b> .....	<b>8</b>
<b>1. Tính cấp thiết của đề tài</b> .....	<b>8</b>
<b>2. Mục tiêu nghiên cứu</b> .....	<b>9</b>
2.1. Mục tiêu tổng quát.....	9
2.2. Mục tiêu cụ thể.....	9
<b>3. Đối tượng nghiên cứu</b> .....	<b>9</b>
<b>4. Phạm vi nghiên cứu</b> .....	<b>9</b>
<b>5. Phương pháp nghiên cứu</b> .....	<b>10</b>
Phương pháp nghiên cứu phối hợp: là phương pháp kết hợp nhiều phương pháp nghiên cứu khác nhau để tổng hợp dữ liệu và giải quyết vấn đề nghiên cứu.....	10
<b>6. Kết cấu của khoá luận</b> .....	<b>10</b>
<b>CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HOẠT ĐỘNG XUẤT KHẨU HÀNG HOÁ TẠI CÔNG TY DOANH NGHIỆP</b> .....	<b>11</b>
<b>1.1. Những vấn đề cơ bản về hoạt động xuất khẩu</b> .....	<b>11</b>
1.1.1. Khái niệm về xuất khẩu.....	11
1.1.2. Vai trò của hoạt động xuất khẩu.....	12
1.1.3. Các hình thức xuất khẩu.....	14
<b>1.2. Nội dung chính của hoạt động xuất khẩu</b> .....	<b>18</b>
1.2.1. Nghiên cứu thị trường hàng hoá thế giới.....	18
1.2.2. Xác định mặt hàng xuất khẩu.....	18
1.2.3. Giao dịch đàm phán, ký kết hợp đồng.....	19
<b>1.3. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh doanh xuất khẩu</b> .....	<b>21</b>
1.3.1. Hiệu quả kinh doanh xuất khẩu.....	21
1.3.2. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh doanh xuất khẩu.....	22
<b>CHƯƠNG 2: ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG XUẤT KHẨU HÀNG HOÁ TẠI CÔNG TY TNHH CARDINAL MARITIME</b> .....	<b>24</b>
<b>2.1. Tổng quan về công ty</b> .....	<b>24</b>
2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển của Công ty.....	24
2.1.2. Chức năng, nhiệm vụ của Công ty.....	25
2.1.3. Tổ chức bộ máy quản lý của Công ty.....	27
2.1.4. Tình hình năng lực kinh doanh của công ty.....	31
<b>2.2. Đánh giá thực trạng hiệu quả hoạt động xuất khẩu tại công ty</b> .....	<b>37</b>
2.2.1. Tình hình xuất khẩu của công ty trong thời vừa qua.....	37
2.2.2. Đánh giá thực trạng hiệu quả hoạt động của xuất khẩu công ty.....	42
<b>CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG XUẤT KHẨU HÀNG HOÁ TẠI CÔNG TY TNHH CARDINAL MARITIME</b> .....	<b>50</b>
<b>3.1. Định hướng phát triển hoạt động kinh doanh và nâng cao hiệu quả xuất khẩu hàng hoá</b> ... 3.1.1. Định hướng của toàn ngành xuất khẩu..... 3.1.2. Định hướng phát triển công ty.....	<b>50</b> 50 51
<b>3.2. Một số giải pháp đề xuất nhằm nâng cao hoạt động xuất khẩu tại công ty</b> .....	<b>52</b>
3.2.1. Giảm giá dịch vụ để thu hút khách hàng.....	52
3.2.2. Nâng cao hiệu quả sử dụng vốn.....	53

3.2.3. Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực .....	54
3.2.4. Áp dụng hình thức thương mại điện tử.....	57
3.2.5. Cải tiến về cơ sở hạ tầng, kho bãi.....	57
<b>CHƯƠNG 4: KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ .....</b>	<b>59</b>
<b>4.1. Kết luận .....</b>	<b>59</b>
<b>4.2. Kiến nghị .....</b>	<b>60</b>
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO .....</b>	<b>62</b>

## DANH MỤC VIẾT TẮT

TNHH	Trách nhiệm hữu hạn
WTO	Tổ chức thương mại Thế giới
AFTA	Khu vực mậu dịch tự do ASEAN
APEC	Diễn đàn hợp tác kinh tế Châu Á- Thái Bình Dương
XNK	Xuất nhập khẩu
EVFTA	Hiệp định Thương mại tự do Liên minh Châu Âu – Việt Nam
SHIPPER	Người giao hàng trung gian giữa người mua và người bán
CONSIGNEE	Người nhận hàng
BOOKING	Đặt chỗ với hãng tàu
CONT	Container
DELAY	Trễ so với lịch trình

# TỔNG QUAN

## 1. Tính cấp thiết của đề tài.

Hiện nay quá trình hội nhập kinh tế quốc tế đang diễn ra ngày càng sâu rộng. Kể từ khi gia nhập WTO Việt Nam có thêm nhiều cơ hội để giao lưu, phát triển kinh tế với các quốc gia trên thế giới.

Nền kinh tế Việt Nam đã từng bước chuyển mình và hội nhập với nền kinh tế khu vực và thế giới. Một trong những hoạt động cơ bản để thúc đẩy quá trình hội nhập chính là hoạt động xuất khẩu. Hoạt động xuất khẩu góp phần chuyển dịch cơ cấu nền kinh tế, thúc đẩy sản xuất phát triển, tạo điều kiện cho các ngành khác phát triển.

Gắn liền với sự phát triển của ngoại thương là sự lớn mạnh của dịch vụ giao nhận hàng hoá, hai lĩnh vực này không thể tách rời nhau và có tác động qua lại với nhau. Quy mô của hoạt động xuất nhập khẩu tăng lên nhanh chóng mở ra thị trường rộng lớn cho các công ty giao nhận xuất nhập khẩu. Công ty TNHH Cardinal Maritime được thành lập năm 2018, là một trong những doanh nghiệp giao nhận và vận chuyển quốc tế hàng Việt Nam. Lĩnh vực hoạt động của công ty bao gồm cung cấp dịch vụ gom hàng lẻ, hàng nguyên container bằng đường biển, giao nhận hàng hoá đường hàng không, cung cấp hệ thống kho hàng và kho ngoại quan, đội xe container, dịch vụ tư vấn khách hàng và khai báo hải quan.

Đóng vai trò là người vận chuyển, giao nhận hàng hoá, để đáp ứng nhu cầu của khách hàng và thu hút được mức lợi nhuận tối đa, nâng cao sức mạnh cạnh tranh của công ty với đối thủ, công ty cần phải cố gắng tiết kiệm chi phí lưu thông, nâng cao hiệu quả của hoạt động giao nhận hàng hoá. Nhận thức được tầm quan trọng của hoạt động kinh doanh xuất nhập của Công ty TNHH Cardinal Maritime, em quyết định chọn đề tài “**ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG HOẠT**



# **ĐỘNG XUẤT KHẨU HÀNG HOÁ TẠI CÔNG TY TRÁCH NHIỆM HỮU HẠN CARDINAL MARITIME”**

## **2. Mục tiêu nghiên cứu.**

### **2.1. Mục tiêu tổng quát.**

Phân tích thực trạng hoạt động xuất nhập khẩu hàng hoá tại công ty TNHH Cardinal Maritime.

### **2.2. Mục tiêu cụ thể.**

Nghiên cứu rõ và làm rõ các vấn đề cơ sở lý luận và hoạt động xuất khẩu hàng hoá của Công ty

Phân tích, đánh giá hiệu quả hoạt động xuất nhập khẩu hàng hoá tại Công ty TNHH Carinal Maritime.

Từ thực tiễn đưa ra giải pháp để cải tiến, hoàn thiện, nâng cao quy trình tổ chức thực hiện quy trình xuất nhập khẩu của công ty trong thời gian sắp tới nhằm tăng hiệu quả kinh doanh của công ty.

## **3. Đối tượng nghiên cứu.**

Thực trạng hoạt động xuất nhập khẩu hàng hoá tại Công ty TNHH Cardinal Maritime.

## **4. Phạm vi nghiên cứu**

Phạm vi về không gian: Công ty TNHH Cardinal Maritime.

Phạm vi về thời gian: Số liệu nghiên cứu trong các năm 2021-2023

## **5. Phương pháp nghiên cứu.**

Phương pháp nghiên cứu phối hợp: là phương pháp kết hợp nhiều phương pháp nghiên cứu khác nhau để tổng hợp dữ liệu và giải quyết vấn đề nghiên cứu.

Phương pháp nghiên cứu định lượng: thu thập dữ liệu số, có thể phân tích bằng phương pháp thống kê.

Phương pháp nghiên cứu định tính: thu thập dữ liệu phi số, không thể phân tích bằng phương pháp thống kê.

Trong bài khóa luận tốt nghiệp tôi áp dụng phương pháp nghiên cứu phối hợp để nghiên cứu và hoàn thành đề tài **“ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG XUẤT KHẨU HÀNG HOÁ TẠI CÔNG TY TRÁCH NHIỆM HỮU HẠN CARDINAL MARITIME”**

## **6. Kết cấu của khoá luận.**

Khoá luận bao gồm 03 chương lớn:

Chương 1: Cơ sở lý luận về hoạt động xuất nhập khẩu hàng hoá tại doanh nghiệp

Chương 2: Đánh giá thực trạng hoạt động xuất nhập khẩu hàng hoá tại Công ty TNHH Cardinal Maritime.

Chương 3: Một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động xuất nhập khẩu hàng hoá tại Công ty TNHH Cardinal Maritime

# CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HOẠT ĐỘNG XUẤT KHẨU

## HÀNG HOÁ TẠI CÔNG TY DOANH NGHIỆP

### 1.1. Những vấn đề cơ bản về hoạt động xuất khẩu.

#### 1.1.1. Khái niệm về xuất khẩu

Theo Wikipedia: “ Hoạt động xuất khẩu hàng hoá là việc bán hàng hoá và dịch vụ cho một quốc gia khác trên cơ sở dùng tiền tệ làm phương tiện thanh toán, với mục tiêu là lợi nhuận. Tiền tệ ở đây có thể là ngoại tệ đối với một quốc gia hoặc với cả hai quốc gia. Mục đích của hoạt động này là thu được một khoản ngoại tệ dựa trên cơ sở khai thác lợi thế so sánh của từng quốc gia trong phân công lao động quốc tế. Khi việc trao đổi hàng hoá giữa các quốc gia đều có lợi thì các quốc gia đều tích cực tham gia mở rộng hoạt động này.”

Hoạt động xuất khẩu là một mặt của hoạt động thương mại quốc tế nên nó cũng có những đặc trưng của hoạt động thương mại quốc tế và nó liên quan đến hoạt động thương mại quốc tế khác như bảo hiểm quốc tế, thanh toán quốc tế, vận tải quốc tế...

Hoạt động xuất khẩu diễn ra trên mọi lĩnh vực, mọi quốc gia, trong mọi điều kiện của nền kinh tế, từ xuất khẩu hàng tiêu dùng cho đến tư liệu sản xuất, máy móc hàng hoá thiết bị công nghệ cao. Tất cả các hoạt động này đều nhằm mục tiêu đem lại lợi ích cho quốc gia nói chung và các doanh nghiệp tham gia nói riêng.

Hoạt động xuất khẩu mang lại nhiều lợi ích cho quốc gia. Nó không chỉ đem lại lợi ích cho các doanh nghiệp mà còn góp phần thúc đẩy mạnh sản xuất trong nước nhờ tích lũy quỹ từ khoản thu ngoại tệ cho đất nước, phát huy tính sáng tạo của các đơn vị kinh tế thông qua cạnh tranh quốc tế. Kinh doanh xuất nhập khẩu còn là phương tiện để khai thác các lợi thế về tự nhiên, vị trí địa lý,

nhân lực và các nguồn lực khác. Ngoài ra hoạt động xuất khẩu còn thúc đẩy quan hệ hợp tác giữa các nước và đẩy mạnh tiến trình hội nhập nền kinh tế toàn cầu.

### **1.1.2. Vai trò của hoạt động xuất khẩu**

#### *1.1.2.1. Đối với nền kinh tế quốc dân*

Xuất khẩu là một trong những nhân tố tạo đà, thúc đẩy sự tăng trưởng và phát triển kinh tế của mỗi quốc gia.

Theo như hầu hết các lý thuyết về tăng trưởng và phát triển kinh tế đều khẳng định và chỉ rõ để tăng trưởng và phát triển kinh tế mỗi quốc gia cần có bốn điều kiện là nguồn nhân lực, tài nguyên, vốn, kỹ thuật công nghệ. Nhưng hầu hết các quốc gia đang phát triển ( như Việt Nam) đều thiếu vốn, kỹ thuật công nghệ. Do vậy câu hỏi đặt ra làm thế nào để có vốn và công nghệ:

*Xuất khẩu tạo nguồn vốn cho nhập khẩu, phục vụ công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước.*

Thực tế cho thấy, để có nguồn vốn nhập khẩu một nước có thể sử dụng nguồn vốn huy động chính như sau:

*Đầu tư nước ngoài, vay nợ các nguồn viện trợ.*

*Thu từ các hoạt động du lịch, dịch vụ thu ngoại tệ trong nước.*

*Thu từ hoạt động xuất khẩu*

Tầm quan trọng của vốn đầu tư nước ngoài thì không ai có thể phủ nhận được, song việc huy động chúng không phải dễ dàng. Sử dụng nguồn vốn này, các nước đi vay phải chịu thiệt thòi, phải chịu một số điều kiện bất lợi và sẽ phải trả sau này.

Do vậy xuất khẩu là một hoạt động tạo một nguồn vốn rất quan trọng. Xuất khẩu tạo tiền đề cho nhập khẩu, nó quyết định đến quy mô tốc độ tăng trưởng của hoạt động nhập khẩu.

*Xuất khẩu có tác động tích cực tới việc giải quyết công ăn việc làm, cải thiện đời sống nhân dân.*

Đối với công ăn việc làm, xuất khẩu thu hút hàng triệu lao động thông qua việc sản xuất hàng xuất khẩu. Mặt khác, xuất khẩu tạo ra ngoại tệ để nhập khẩu hàng tiêu dùng đáp ứng yêu cầu ngày càng đa dạng và phong phú của nhân dân.

*Xuất khẩu là cơ sở để mở rộng và thúc đẩy sự phát triển các mối quan hệ kinh tế đối ngoại.*

Xuất khẩu và các mối quan hệ kinh tế đối ngoại, ngoại giao có tác động qua lại, phụ thuộc lẫn nhau. Hoạt động xuất khẩu là cơ sở tiền đề vững chắc để xây dựng các mối quan hệ kinh tế đối ngoại sau này, từ đó kéo theo các mối quan hệ khác phát triển như du lịch quốc tế, bảo hiểm quốc tế, tín dụng quốc tế,... ngược lại sự phát triển của các ngành này lại tác động trở lại hoạt động xuất khẩu làm cơ sở hạ tầng cho hoạt động xuất khẩu phát triển.

#### *1.1.2.2. Đối với doanh nghiệp*

Xuất khẩu tạo nguồn ngoại tệ cho các doanh nghiệp, tăng dự trữ qua đó nâng cao khả năng nhập khẩu, thay thế, bổ sung, nâng cấp máy móc, thiết bị, nguyên vật liệu... phục vụ cho quá trình phát triển.

Xuất khẩu buộc các doanh nghiệp phải luôn luôn đổi mới và hoàn thiện công tác quản trị kinh doanh. Đồng thời giúp các doanh nghiệp kéo dài tuổi thọ của chu kỳ sống của một sản phẩm. Nhờ có xuất khẩu mà tên tuổi của doanh nghiệp không chỉ được các khách hàng trong nước biết đến mà còn có mặt ở thị trường nước ngoài.

Xuất khẩu tất yếu dẫn đến cạnh tranh, theo dõi lẫn nhau giữa các đơn vị tham gia xuất khẩu trong và ngoài nước. Đây là một trong những nguyên nhân buộc các doanh nghiệp tham gia xuất

khẩu phải nâng cao chất lượng hàng hoá xuất khẩu, các doanh nghiệp phải chú ý hơn nữa trong việc hạ giá thành của sản phẩm, từ đó tiết kiệm các yếu tố đầu vào, hay nói cách khác tiết kiệm các nguồn nhân lực.

Sản xuất hàng xuất khẩu giúp doanh nghiệp thu hút được nhiều lao động tạo ra thu nhập ổn định cho đời sống cán bộ, công nhân viên và tăng thêm lợi nhuận.

Doanh nghiệp tiến hành hoạt động xuất khẩu có cơ hội mở rộng quan hệ buôn bán kinh doanh với nhiều đối tác nước ngoài dựa trên cơ sở đôi bên cùng có lợi.

### **1.1.3. Các hình thức xuất khẩu.**

#### *1.1.3.1. Xuất khẩu trực tiếp.*

Hoạt động xuất khẩu trực tiếp là một hình thức xuất khẩu hàng hoá mà trong đó các doanh nghiệp ngoại thương tự bỏ vốn ra mua các sản phẩm từ các đơn vị sản xuất trong nước, sau đó bán các sản phẩm này cho các khách hàng nước ngoài ( có thể qua một số công đoạn gia công chế biến).

Theo hình thức xuất khẩu này, các doanh nghiệp ngoại thương muốn có hàng hoá để xuất khẩu thì phải có vốn thu gom hàng hoá từ các địa phương, các cơ sở sản xuất trong nước. Khi doanh nghiệp bỏ vốn ra để mua hàng thì hàng hoá thuộc sở hữu của doanh nghiệp.

Hình thức này không qua một tổ chức trung gian nào, có thể trực tiếp gặp nhau cùng bàn bạc thảo luận để đưa đến một hợp đồng hoặc không cần gặp nhau trực tiếp mà thông qua thư chào hàng, thư điện tử, fax, điện thoại,... cũng có thể tạo thành một hợp đồng mua bán kinh doanh thương mại quốc tế được ký kết.

#### *1.1.3.2. Xuất khẩu tại chỗ*

Đây là hình thức mà doanh nghiệp xuất khẩu ngay tại chính đất nước của mình để thu ngoại tệ thông qua việc giao hàng cho các doanh nghiệp đang hoạt động ngay tại chính lãnh thổ của quốc gia đó và theo sự chỉ định của phía nước ngoài hoặc cũng có thể bán hàng qua khu chế xuất hoặc các xí nghiệp chế xuất đang hoạt động ngay tại chính lãnh thổ nước đó.

Đặc điểm:

Hợp đồng ký kết là hợp đồng ngoại thương.

Hàng hoá vật tư là đối tượng mua bán của hợp đồng xuất khẩu ra khỏi lãnh thổ Việt Nam.

Các doanh nghiệp phải thực hiện đầy đủ những thủ tục hải quan về xuất khẩu tại chỗ như việc mở tờ khai hải quan xuất nhập khẩu tại chỗ và các thủ tục khác nhau để được hoàn thuế.

Ưu điểm của hình thức này là tăng xuất khẩu, giảm rủi ro trong kinh doanh xuất nhập khẩu, giảm chi phí kinh doanh xuất nhập khẩu như chi phí vận tải, chi phí bảo hiểm hàng hoá. Hình thức này thường được áp dụng đối với quốc gia có thế mạnh về du lịch và có nhiều tổ chức nước ngoài đóng tại quốc gia đó.

#### *1.1.3.3. Xuất khẩu uỷ thác*

Hoạt động xuất khẩu uỷ thác là hình thức dịch vụ thương mại, theo đó doanh nghiệp ngoại thương đứng ra với vai trò là trung gian thực hiện việc xuất khẩu hàng hoá cho các đơn vị có hàng hoá uỷ thác. Trong hình thức này, hàng hoá trước khi kết thúc quá trình xuất khẩu vẫn thuộc sở hữu của đơn vị uỷ thác. Doanh nghiệp ngoại thương chỉ có nhiệm vụ làm các thủ tục về xuất khẩu hàng hoá, kể cả các việc vận chuyển hàng hoá và được hưởng một khoản tiền gọi là phí uỷ thác mà đơn vị uỷ thác trả.

Một số lưu ý khi thực hiện xuất khẩu uỷ thác:

Thương nhân được uỷ thác cho thương nhân khác xuất khẩu, nhập khẩu hoặc được nhận uỷ thác xuất khẩu các loại hàng hoá trừ trường hợp danh mục cấm xuất khẩu, tạm ngừng xuất khẩu, hàng hoá danh mục cấm nhập khẩu, tạm ngừng nhập khẩu.

Đối với những hàng hoá xuất nhập khẩu theo giấy phép thì bên uỷ thác hoặc nhận uỷ thác có giấy phép xuất khẩu, nhập khẩu trước khi ký hợp đồng uỷ thác hoặc nhận uỷ thác.

Các tổ chức, cá nhân Việt Nam không phải thương nhân trên cơ sở hợp đồng ký kết theo quy định của pháp luật được uỷ thác xuất nhập khẩu hàng hoá phục vụ nhu cầu của tổ chức, cá nhân đó, trừ hàng hoá thuộc danh mục cấm xuất khẩu, tạm ngừng xuất khẩu hàng hoá thuộc danh mục tạm ngừng nhập khẩu.

Quyền lợi và nghĩa vụ của bên uỷ thác, bên nhận uỷ thác xuất nhập khẩu do các bên tự thoả thuận trong hợp đồng uỷ thác, nhận uỷ thác xuất nhập khẩu.

#### *Ưu điểm:*

Ở khía cạnh nào đó tăng cường tiềm năng kinh doanh xuất khẩu cho công ty nhận uỷ thác nhằm duy trì khách hàng và duy trì thị trường.

Phát triển hoạt động thương mại dịch vụ tăng thu nhập cho doanh nghiệp.

Tạo việc làm cho phòng kinh doanh xuất nhập khẩu

#### *Nhược điểm:*

Có thể tham gia vào các tranh chấp thương mại.

Bên uỷ thác xuất khẩu không thực hiện tốt các nghĩa vụ thủ tục và thuế xuất khẩu và bên nhận uỷ thác chịu trách nhiệm liên đới.



Để giảm thiểu tranh chấp thương mại có liên quan đến hoạt động xuất khẩu uỷ thác, các bên đi uỷ thác và bên nhận uỷ thác xuất khẩu nên làm một hợp đồng uỷ thác xuất khẩu.

#### *1.1.3.4. Xuất khẩu gia công*

Gia công xuất khẩu là một phương thức sản xuất hàng xuất khẩu. Người đặt gia công ở nước ngoài cung cấp: máy móc, thiết bị, nguyên liệu hoặc bán thành phẩm theo mẫu và định mức cho trước. Người nhận gia công trong nước sẽ tổ chức quá trình sản xuất theo yêu cầu của khách hàng. Hàng hoá sau khi xong sẽ được giao cho bên đặt gia công. Bên nhận gia công được trả tiền lương. Khi hoạt động gia công vượt ra khỏi biên giới quốc gia được gọi là gia công quốc tế.

#### *1.1.3.5. Buôn bán đối lưu.*

Buôn bán đối lưu là một phương thức giao dịch trong đó xuất khẩu kết hợp chặt chẽ với nhập khẩu, người bán đồng thời là người mua. Khối lượng hàng hoá được trao đổi có giá trị tương đương.

Theo hình thức này, mục đích của hoạt động xuất khẩu không phải nhằm thu nhập về một khoản ngoại tệ mà là thu về một lượng hàng hoá khác tương đương với giá trị của lô hàng xuất khẩu. Doanh nghiệp ngoại thương có thể sử dụng hình thức xuất khẩu này để nhập một nước thứ ba.

Tuy tiền tệ không được thanh toán trực tiếp nhưng nó được làm vật ngang giá chung cho giao dịch này.

Hình thức xuất khẩu này giúp doanh nghiệp tránh được sự biến động của tỉ giá hối đoái trên thị trường ngoại hối, đồng thời có lợi khi các bên không có đủ ngoại tệ để thanh toán cho lô hàng nhập khẩu của mình.

## **1.2. Nội dung chính của hoạt động xuất khẩu**

Theo Đoàn Thị Hồng Vân (2010), để quản trị toàn bộ chuỗi hoạt động của mỗi thương vụ, gồm có 4 khâu chính sau:

### **1.2.1. Nghiên cứu thị trường hàng hoá thế giới**

Để nắm rõ các yếu tố và công tác nghiên cứu thị trường có hiệu quả, chúng ta cần xem xét toàn bộ quá trình tái sản xuất của một ngành sản xuất hàng hoá, tức là việc nghiên cứu không chỉ trong lĩnh vực lưu thông mà còn ở lĩnh vực phân phối, tiêu dùng.

Nghiên cứu thị trường được thực hiện theo hai bước: nghiên cứu khái quát và nghiên cứu chi tiết thị trường.

*Nghiên cứu khái quát:* Nghiên cứu khái quát thị trường cung cấp những thông tin về quy mô cơ cấu, sự vận động của thị trường, các yếu tố ảnh hưởng đến thị trường như môi trường kinh doanh, môi trường chính trị-luật pháp...

*Nghiên cứu chi tiết:* Nghiên cứu chi tiết thị trường cho biết những thông tin về tập quán mua hàng, những thói quen và những ảnh hưởng đến hành vi mua hàng của người tiêu dùng.

### **1.2.2. Xác định mặt hàng xuất khẩu.**

Trong xu thế hiện nay, đòi hỏi việc nghiên cứu phải nắm rõ mặt hàng mình lựa chọn, kinh doanh đang ở trong thời kỳ nào của chu kỳ sống sản phẩm thị trường. Bởi chu kỳ sống của sản phẩm gắn liền với việc tiêu thụ hàng hoá trên thị trường.

Khi nghiên cứu sự ảnh hưởng của các nhân tố phải thấy được nhóm các nhân tố tác động chủ yếu trong từng thời kỳ và xu thế của thời kỳ tiếp theo để doanh nghiệp có biện pháp thích ứng cho phù hợp. Kể cả kế hoạch đi tắt đón đầu.

Ngoài ra các chính sách của Chính phủ, tình hình an ninh, chính trị của các quốc gia... cũng tác động đến giá cả. Do vậy, việc nghiên cứu và tính toán một cách chính xác giá cả của hợp đồng

kinh doanh xuất khẩu là một công việc khó khăn đòi hỏi phải được xem xét trên nhiều khía cạnh, nhưng đó lại là một nhân tố quan trọng trong việc quyết định hiệu quả thực hiện các hoạt động kinh doanh thương mại quốc tế.

### **1.2.3. Giao dịch đàm phán, ký kết hợp đồng.**

Theo Đoàn Thị Hồng Vân (2010) các bước đàm phán ký kết hợp đồng diễn ra theo trình tự sau:

Để tiến tới ký kết hợp đồng mua bán với nhau giữa người xuất khẩu và người nhập khẩu thì phải qua một quá trình giao dịch, các bước đó chủ yếu là:

#### ***Hỏi giá (Inquiry)***

Đây có thể coi là lời thỉnh cầu bước vào giao dịch hoặc có thể đây là việc người mua đề nghị người bán cho mình biết hía cả và các điều kiện để mua hàng.

Nội dung của một cuộc hỏi giá bao gồm: tên hàng, quy cách, phẩm chất, số lượng, thời gian giao hàng mong muốn. Và để tránh mất thời gian hỏi đi hỏi lại thì người mua nêu rõ những điều kiện mà mình mong muốn để làm cơ sở cho việc quy định giá: loại tiền, hình thức thanh toán, điều kiện cơ sở giao hàng.

#### ***Chào hàng (Offer)***

Trong chào hàng ta nên nêu rõ: tên hàng, quy cách, phẩm chất, giá cả, số lượng, điều kiện cơ sở giao hàng, thời hạn mua hàng, điều kiện thanh toán, bao bì kí hiệu mã hiệu, thể thức giao nhận... trong trường hợp hai bên đã có quan hệ mua bán với nhau trước đó thì chỉ cần nêu những nội dung cần thiết cho lần giao dịch đó như tên hàng. Những điều kiện còn lại sẽ áp dụng như những hợp đồng đã ký trước đó hoặc theo điều kiện chung giao hàng giữa hai bên.

#### ***Đặt hàng (Order)***

Đây là lời đề nghị ký kết hợp đồng xuất phát từ phía người mua được đưa ra dưới hình thức đặt hàng. Trong đặt hàng người mua nêu cụ thể về hàng hoá định mua và tất cả những nội dung cần thiết cho việc ký kết hợp đồng.

Thông thường người ta chỉ đặt hàng với các khách hàng có quan hệ thường xuyên. Vậy nên, chỉ cần những thông tin cần thiết: tên hàng, quy cách, phẩm chất, số lượng, thời hạn giao hàng và một vài điều kiện riêng biệt đối với lần đặt hàng đó. Những điều kiện khác, hai bên sẽ tự áp dụng và thoả thuận với nhau theo những điều kiện của các hợp đồng ký kết trước.

### ***Hoàn giá (Counter-offer)***

Khi nhận được chào hàng (hoặc đặt hàng) nếu không chấp nhận hoàn toàn giá chào hàng (đặt hàng) đó mà đưa ra một đề nghị thì đề nghị mới này là hoàn giá, chào hàng trước coi như huỷ bỏ trong thực tế, một lần giao dịch thường trải qua nhiều hoàn giá mới đi đến kết thúc.

### ***Chấp nhận giá (Acceptance)***

Một chấp thuận có hiệu lực về mặt pháp luật, cần phải đảm bảo những điều kiện sau:

*Phải được chính người nhận chấp nhận*

*Phải đồng ý hoàn toàn về điều kiện với mọi nội dung của chào hàng*

*Chấp nhận phải được truyền đạt đến người phát ra đề nghị*

### ***Xác nhận (Confirmation)***

Hai bên mua bán sau khi đã thống nhất thoả thuận với nhau về các điều kiện giao dịch, chấp nhận ghi lại mọi thoả thuận gửi cho bên kia. Đó là văn kiện xác nhận. Văn kiện do bên bán gửi thường gọi là nhận bán hàng do bên mua gửi và giấy xác nhận mua hàng, Thường được lập thành