

## LỜI MỞ ĐẦU

Việt Nam là quốc gia đang phát triển cùng với sự vận động theo xu hướng quốc tế hóa nền kinh tế thế giới. Bước vào quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa, bằng những đường lối chiến lược phát triển cụ thể kết hợp với thực hiện một cách hiệu quả, đến nay đã đạt được những thành quả nhất định trong sự phát triển kinh tế, xã hội và hòa mình vào khu vực, thế giới trên mọi lĩnh vực kinh tế văn hóa...Hoạt động xuất khẩu được coi là nhiệm vụ đặc biệt quan trọng, đóng vai trò to lớn đối với sự phát triển của quốc gia và được Đảng ,nhà nước dành cho những ưu tiên.

Ngành công nghiệp may mặc xuất khẩu Việt Nam đang trên đà phát triển mạnh mẽ và được nhiều đơn vị, thành phần kinh tế tham gia. Hệ thống các Công ty , xí nghiệp may từ Trung ương đến địa phương đều trưởng thành đáng kể. Không những đội ngũ may xuất khẩu tăng nhanh về số lượng doanh nghiệp mà quy mô doanh nghiệp công nghệ sản xuất, chất lượng, đội ngũ công nhân lành nghề đang từng bước được nâng cao. Tất cả những điều này đang là dấu hiệu tốt cho sự khởi sắc của ngành may Việt Nam khi vươn ra thị trường thế giới.

Khi kí kết Hiệp định thương mại tự do với Liên minh Hải Quan thì Việt Nam được hưởng ưu đãi thuế quan khi xuất khẩu hàng may mặc của Việt Nam sang Nga.Trong đó, Nga là một thị trường rộng lớn, được coi là thị trường rất tiềm năng cho hàng may mặc xuất khẩu. Vì vậy, lần này tổng công ty may Việt Tiến đề ra 1 phương án xuất khẩu lô hàng áo sơ mi sang thị trường này. Hi vọng đây sẽ là một bước đệm cho việc mở rộng thị trường của công ty tại khu vực Nga cũng như trên toàn thế giới.

## Chương 1: Giới thiệu chung về công ty

### 1.1. Lịch sử hình thành và phát triển:

Tiền thân công ty là một xí nghiệp may tư nhân “ Thái Bình Dương kỹ nghệ công ty”- tên giao dịch là Pacific Enterprise. Xí nghiệp này được 8 cổ đông góp vốn do ông Trần Mạnh Hùng – một doanh nhân người Singapore làm Giám Đốc. Xí nghiệp hoạt động trên diện tích 1,513m<sup>2</sup> với 65 máy may gia đình và khoảng 100 công nhân.

Sau ngày miền Nam hoàn toàn giải phóng, Nhà nước tiếp quản & quốc hữu hóa rồi giao cho Bộ Công nghiệp nhẹ quản lý ( nay là Bộ Công Nghiệp).

Tháng 5/1977 được Bộ Công Nghiệp công nhận là xí nghiệp quốc doanh và đổi tên thành Xí Nghiệp May Việt Tiến.

Ngày 13/11/1979, xí nghiệp bị hỏa hoạn, thiệt hại hoàn toàn. Tuy thế, được sự trợ giúp từ những đơn vị bạn, cộng với lòng hang say gắn bó với xí nghiệp , toàn thể công nhân và lãnh đạo Việt Tiến đã đưa đơn vị đi vào hoạt động trở lại và ngày càng khẳng định vị trí của mình trên thương trường.

Nhờ vào nỗ lực cố gắng đó mà theo quyết định số 103/CNN/TCLĐ, xí nghiệp được Bộ Công Nghiệp chấp nhận nâng lên thành Công Ty May Việt Tiến. Sau đó, lại được Bộ Kinh Tế Đối Ngoại cấp giấy phép xuất nhập khẩu trực tiếp với tên giao dịch đối ngoại là TÂN VIỆT GARMENT IMPORT-EXPORT COMPANY viết tắt là TVEC( theo giấy phép số 102570 ngày 08/02/1991)

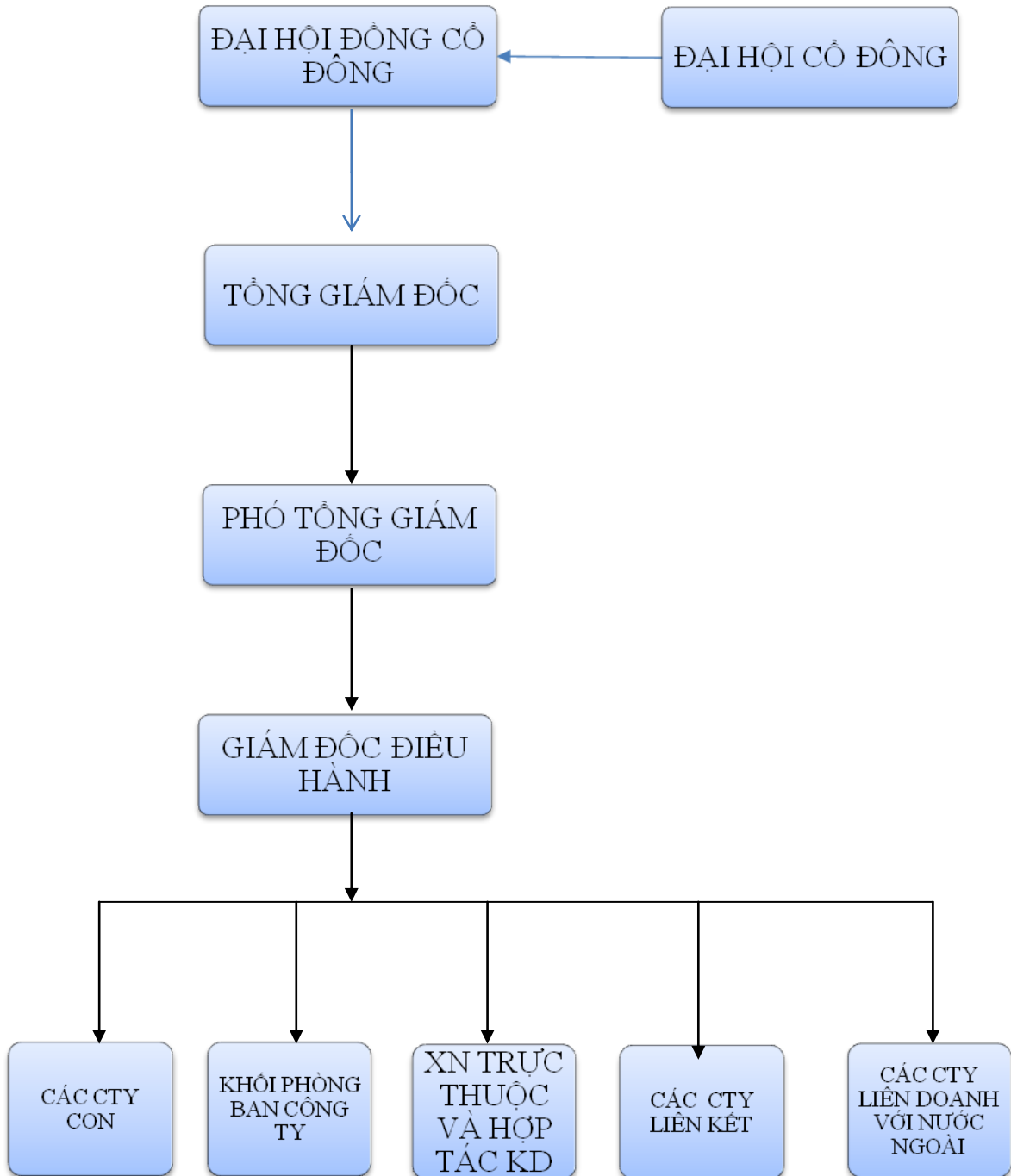
Căn cứ Văn bản số 7599/VPCP-ĐMDN ngày 29 tháng 12 năm 2006 của Văn phòng Chính phủ về việc tổ chức lại Công ty May Việt Tiến. Xét đề nghị của Tập đoàn Dệt May Việt Nam tại Tờ trình số 28/TĐDM-TCLĐ ngày 09 tháng 01 năm 2007 và Đề án thành lập Tổng công ty May Việt Tiến.

Căn cứ Quyết định số 2576/QĐ-BCN ngày 26 tháng 7 năm 2007 của Bộ Công nghiệp về việc xác định giá trị Tổng công ty May Việt Tiến thuộc Tập đoàn Dệt May Việt Nam để cổ phần hóa.Căn cứ Quyết định số 0408/QĐ-BCT ngày 30/08/2007 của Bộ Công Thương về việc phê duyệt phương án cổ phần hóa và chuyển Tổng công ty may Việt Tiến thành Tổng công ty cổ phần May Việt Tiến

## 1.2. Các lĩnh vực kinh doanh của công ty:

- Sản xuất quần áo các loại.
- Dịch vụ xuất nhập khẩu, vận chuyển giao nhận hàng hóa.
- Sản xuất và kinh doanh nguyên phụ liệu ngành may; máy móc phụ tùng và các thiết bị phục vụ ngành may công nghiệp; thiết bị điện âm thanh và ánh sáng.

1.3. Cơ cấu tổ chức:



1) HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ

- Vũ Đức Giang (Chủ tịch)
- Nguyễn Đình Trường (Thành viên)

- Bùi Văn Tiến (Thành viên)
- Trần Minh Công (Thành viên)
- Phạm Văn Kiệt (Thành viên)

(2) TỔNG GIÁM ĐỐC

- Bùi Văn Tiến

(3) PHÓ TỔNG GIÁM ĐỐC

- Trần Minh Công
- Phan Văn Kiệt
- Nguyễn Thị Tùng

(4) GIÁM ĐỐC ĐIỀU HÀNH

- Nguyễn Ngọc Trung
- Phạm Đắc Lợi
- Phạm Tuấn Kiên
- Phạm Thanh Hoan
- Nhữ Hồng Hanh
- Lê Thị Hồng Yến
- Nguyễn Minh Tuệ
- Hoàng Mộng Long

(5) BAN KIỂM SOÁT

- Thạch Thị Phong Huyền ( Trưởng ban)
- Trần Thị Ngọc Dung (Thành viên)
- Hồ Ngọc Huy ( Thành viên)

## 1.4. Kết quả kinh doanh:

### 1.4.1. Kết quả hoạt động năm 2015

Năm	2015	2014
<b>Doanh thu</b>	4.831.173.484.401	3.896.832.911.617
<b>Lợi nhuận sau thuế</b>	10.963.716.769	5.999.947.610
<b>Lãi cơ bản</b>	8.468	5.804

Theo đó, trong năm qua, doanh thu thuần của May Việt Tiến đạt 4.831,2 tỷ đồng, tăng 24% so năm trước đó.

- Giá vốn hàng bán tăng 21,1% lên 4.230,54 tỷ đồng đã kéo lợi nhuận gộp xuống còn 558,96 tỷ đồng, tăng 26,4% so năm 2014.

- Trong năm qua, chi phí bán hàng và chi phí quản lý doanh nghiệp của May Việt Tiến đều tăng so với năm trước, lần lượt đạt 213,02 tỷ đồng và 160,12 tỷ đồng, trong khi cùng kỳ đạt 186,4 tỷ đồng và gần 150 tỷ đồng.

- Sau khi trừ đi các chi phí, lợi nhuận trước thuế năm 2015 của May Việt Tiến đạt 248,5 tỷ đồng, lợi nhuận sau thuế đạt 196,92 tỷ đồng; lần lượt tăng 46% và 42,6% so năm 2014.

- Lãi cơ bản trên cổ phiếu (EPS) cả năm đạt 7.033 đồng/cổ phiếu trong khi năm 2014 đạt 4.933 đồng/cổ phiếu.

- Đến cuối 2015, May Việt Tiến có gần 183,3 tỷ đồng tiền và tương đương tiền, tăng khoảng 22 tỷ đồng so với đầu năm. Trong đó, chủ yếu là tiền gửi ngân hàng với 182,37 tỷ đồng, tăng so với con số gần 160 tỷ đồng hồi đầu năm.

- Cũng đến cuối năm, tổng nợ phải trả của May Việt Tiến là 1.537,5 tỷ đồng, tăng 25% so đầu năm.

- Trong đó, nợ ngắn hạn là 1.358,93 tỷ đồng, tăng so với con số 1.196 tỷ đồng đầu năm; nợ dài hạn là 178,57 tỷ đồng, tăng mạnh so với chỉ hơn 33,3 tỷ đồng đầu năm.

- Việc tăng mạnh của nợ dài hạn chủ yếu do trong 2015 May Việt Tiến đã phát hành trái phiếu thu về 140 tỷ đồng, lãi suất phải trả do phát hành trái phiếu là hơn 6,4 tỷ đồng.

- Hiện May Việt Tiến có 28 triệu cổ phiếu đang lưu hành, trong đó Nhà nước nắm gần 47,9% vốn.

- Có được doanh thu tốt như trên công ty chúng tôi đã nỗ lực rất nhiều trong thời gian qua. Công ty chúng tôi đã tạo cho mình được chỗ đứng vững chắc trên thị trường trong nước cũng như thị trường nước ngoài. Công ty luôn coi yếu tố chất lượng là yếu tố quyết định sự thành công của doanh nghiệp. Vì vậy khi đưa ra thị trường một số sản phẩm mới song song với việc quảng cáo giới thiệu sản phẩm công ty chúng tôi tiến hành đăng ký và mua bản quyền nhãn hiệu hàng hóa như: Việt Tiến, Vee Sendy, TT-up, San Sciaro, Manhattan, Smart Casual . Do đó sản phẩm của công ty luôn được khách hàng trong nước và ngoài nước tin dùng.

- Liên kết liên doanh: Hiện nay, doanh nghiệp có 21 đơn vị sản xuất trực thuộc ; ngoài ra có các nhà máy liên doanh trong nước bao gồm các đơn vị sản xuất quần áo may mặc sẵn.

#### **1.4.2. Phương hướng, mục tiêu kinh doanh năm 2016**

##### **1.4.2.1. Phương hướng hoạt động kinh doanh năm 2106**

Tiếp tục đổi mới công nghệ thiết bị sản xuất. Đổi mới công nghệ có ý nghĩa then chốt. Chính nhờ thiết bị mới, công nghệ mới công ty mới có thể tạo ra những sản phẩm đạt yêu cầu thâm nhập vào thị trường mới, tạo nguồn thu ngoại tệ góp phần đổi mới cơ sở hạ tầng tại công ty.

Giữ vững và phát triển thị trường trong nước, đây là cơ sở cho chiến lược thâm nhập thị trường nước ngoài bằng thương hiệu của chính mình. Công ty luôn phải củng cố mối quan hệ khách hàng cũ, mở rộng quan hệ giao dịch với khách hàng mới ở các thị trường khác nhau.

Hoàn thiện cơ chế tổ chức, đổi mới quản lý kinh doanh, đào tạo phát triển nhân lực theo hướng tiếp cận trình độ quốc tế, công ty chú trọng nâng cao kiến thức Marketing, đàm phán cho nhân viên.

Nâng cao chất lượng sản phẩm đạt được tiêu chuẩn quốc tế về quản lý hệ thống theo tiêu chuẩn ISO 9002 & trách nhiệm xã hội SA8000, đạo đức trong kinh doanh theo tiêu chuẩn WRAP.

Liên doanh liên kết: tìm hiểu kỹ đối tác trong và ngoài nước để liên doanh trong các lĩnh vực sản xuất nguyên phụ liệu cho ngành may – đặc biệt là nguyên liệu chính-

Từ đó, công ty sẽ có nguồn cung cấp ổn định phục vụ cho sản xuất xuất khẩu & nội địa.

Tiến hành các biện pháp chống nạn làm nhái, hàng giả của công ty. Các biện pháp cụ thể là thông qua các cơ quan quyền lực chống lại việc làm nhái giả hàng công ty. Công ty đã cải tiến các dây viền, cúc áo, nhãn hiệu, một cách tinh xảo để chống giả mạo, đăng báo, in brochute danh sách các đại lý chính thức, chỉ rõ phân biệt hàng giả, hàng thật.

#### **1.4.2.2. Kế hoạch sản xuất kinh doanh của công ty năm 2016**

Năm 2016 là năm có nhiều cơ hội để công ty tăng cung nội tệ và vươn mạnh ra những thị trường lớn như EU, Nhật Bản, Hoa Kỳ, Nga. Trên cơ sở đó, Doanh nghiệp đang đẩy mạnh chiến lược đã định sẵn của công ty nhằm tận dụng tối đa các lợi thế mà mình sẵn có.

Việt Tiến đặt kế hoạch doanh thu tăng 12% so với năm ngoái. Tổng công ty sẽ mở rộng sản xuất và thị trường tiêu thụ từ nhiều hướng khác nhau. Theo kế hoạch của công ty, các gian hàng trong nước và quốc tế sẽ được tăng thêm nhằm đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng và phân phối sản phẩm.

Nằm trong chiến lược đầu tư dài hạn, Tổng Công ty CP May Việt Tiến đang có kế hoạch chuyển dịch sản xuất từ thành phố về các vùng có điều kiện phát triển ngành may và dự kiến triển khai vào đầu năm 2016, trong đó trọng điểm là Cụm công nghiệp may mặc Tân Thành Tiến tại tỉnh Bến Tre (với quy mô sử dụng hơn 20.000 lao động). Ước tính Việt Tiến sẽ đầu tư 100 tỷ đồng vào Cụm công nghiệp may mặc Tân Thành Tiến.

Việt Tiến luôn sẵn sàng tiếp nhận các chương trình, dự án đầu tư của các khách hàng để khai thác các lợi thế từ Hiệp định thương mại tự do (FTA) với Liên minh châu Âu (EU), Hiệp định đối tác xuyên Thái Bình Dương (TPP) cho thị trường châu Á – Thái Bình Dương trong tương lai.



## Chương 2: Cơ sở để lập phương án xuất khẩu

### 2.1 Mục đích, ý nghĩa của việc lập phương án kinh doanh:

#### 2.1.1 Khái niệm:

Phương án kinh doanh là tổng hợp các phân tích đánh giá, lựa chọn và tác nghiệp một cách có hệ thống dựa trên một hệ thống các chỉ tiêu định lượng về hiệu quả kinh tế của một thương vụ kinh doanh cụ thể. Phương án kinh doanh là bản tường trình về kế hoạch hành động cho mỗi thương vụ kinh doanh.

Trong quá trình tìm kiếm, giao dịch, lựa chọn và đàm phán kinh doanh của doanh nghiệp không phải lúc nào cũng suôn sẻ và lường hết được những thuận lợi và khó khăn khi thực hiện. Do đó, lập phương án kinh doanh là giải pháp tối ưu, cấp thiết và là nghiệp vụ kinh doanh quan trọng trong ngoại thương.

Trong kinh doanh, các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh doanh luôn được chú trọng. Dựa vào các chỉ tiêu để phân tích, tính toán và lựa chọn. Phương án kinh doanh được coi là bảng tổng hợp tình hình, phân tích lựa chọn và đánh giá về một thương vụ kinh doanh cụ thể. Mỗi lần lập phương án kinh doanh chi tiết là một lần rà soát cơ hội kinh doanh và dự đoán cũng như kiểm soát rủi ro của thương vụ đó.

#### 2.1.2 Mục đích:

Việc lập phương án xuất khẩu là khâu có ý nghĩa rất quan trọng trong việc thực hiện các hoạt động xuất khẩu của mỗi doanh nghiệp. Thông qua việc nghiên cứu thị trường, dựa trên các cơ sở pháp lý của Nhà nước và tình hình kinh doanh cũng như kế hoạch kinh doanh dự kiến của mình, doanh nghiệp tiến hành lập một kế hoạch kinh doanh xuất khẩu một mặt hàng cụ thể. Đây là một căn cứ quan trọng để trình lên các cấp, ngành, bộ phận có liên quan nghiên cứu xem xét có được phép thực hiện hay không.

Việc lập phương án xuất khẩu cho phép doanh nghiệp có thể tính toán một cách hợp lý nhất các chỉ tiêu để nhằm thu được lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh cao nhất, đây là mục tiêu của toàn bộ các doanh nghiệp kinh doanh.

### 2.1.3 Ý nghĩa:

Lập phương án xuất khẩu là việc lập kế hoạch hoạt động của doanh nghiệp nhằm đạt được những mục tiêu xác định trong kinh doanh. Nếu việc lập phương án xuất khẩu không được tiến hành hay tiến hành không chặt chẽ, chính xác trong việc tính toán thì sẽ gây khó khăn trong việc thực hiện xuất khẩu, có thể dẫn tới thiệt hại trong công việc kinh doanh của doanh nghiệp.

Phương án xuất khẩu là cơ sở để xin phép các cơ quan ban ngành có liên quan cho phép thực hiện và cấp giấy phép kinh doanh. Không phải tất cả các mặt hàng đều được phép xuất khẩu, nó phải phù hợp với các quy định của Nhà nước, hợp lý và có khả năng thúc đẩy kinh tế phát triển thì mới được cấp giấy phép kinh doanh.

Ngoài ra, phương án xuất khẩu còn là cơ sở để xin cấp vốn kinh doanh. Một dự án muốn thực hiện được thì phải có đủ vốn nhưng không phải doanh nghiệp nào cũng có khả năng thực hiện một hợp đồng xuất khẩu, do đó hầu hết các hợp đồng đều phải vay vốn Ngân hàng để thực hiện. Chính vì vậy, một phương án muốn thực hiện được tốt thì phải có đủ sức thuyết phục đối với nhà đầu tư, phải có khả năng thực hiện và tạo ra lợi nhuận, có như vậy ngân hàng mới chấp nhận cho vay vốn.

Một phương án xuất khẩu tốt sẽ có lợi cho cả hai bên đối tác làm ăn. Nó quyết định sự tồn tại hay không của phương án và quyết định đến cả mức độ thành công, lợi ích và lợi nhuận thu về sau khi phương án được thực hiện.

Doanh nghiệp sẽ bàn giao kế hoạch này cho phòng nghiệp vụ và đây sẽ là một cơ sở nữa cho phòng nghiệp vụ nghiên cứu để lập một phương án kinh doanh.

Như vậy phương án kinh doanh có ý nghĩa rất quan trọng và to lớn với hoạt động đầu tư vào sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp đơn vị và có ảnh hưởng to lớn đến công ty.

## 2.2. Cơ sở pháp lý để lập phương án xuất khẩu:

Để lập phương án kinh doanh xuất khẩu áo sơ mi cho năm 2014 chúng tôi căn cứ vào các điều kiện sau :

- Căn cứ vào luật thương mại của nước Cộng Hòa Xã Hội Chủ Nghĩa Việt Nam 2005, có hiệu lực từ ngày 01/01/2006.

- Nghị định số 187/2015/NĐ-CP của Chính phủ quy định chi tiết thi hành Luật Thương mại về hoạt động mua bán hàng hóa quốc tế và các hoạt động đại lý mua, bán, gia công và quá cảnh hàng hóa với nước ngoài.

- Căn cứ vào các văn bản khác của chính phủ quy định chi tiết về hoạt động xuất nhập khẩu.

- Căn cứ vào các quy định khác của chính phủ có liên quan trực tiếp hoặc gián tiếp đến xuất nhập khẩu hàng hóa nói chung và nệm hàng may mặc nói riêng.

### 2.3 Cơ sở thực tế để lập phương án xuất khẩu:

#### 2.3.1 Các order của khách hàng:

Sau khi tiến hành chiến dịch tiếp thị quảng cáo sản phẩm qua mạng lưới internet cùng với việc gửi offer tới các bạn hàng nước ngoài có kèm theo sản phẩm mẫu, công ty chúng tôi đã nhận được 1 đơn đặt hàng lớn mặt hàng áo sơ mi cho cả nam và nữ từ tập đoàn The Melon Fashion group, Nga với nội dung như sau:

#### **ORDER**

From : THE MELON FASHION GROUP  
Address :512 Balashikha, Moskva, Russia  
Tel : +7-398-0707  
Fax : +7-944-7857  
To : VIETTIEN GARMENT CORPORATION  
Address : 07 Le Minh Xuan, Tan Binh district, Ho Chi Minh city, Vietnam  
Tel : 84-8-8645085 (22 lines)  
Fax :84-8-8645085-8654867

April 2<sup>nd</sup>, 2016

Thank you very much for your offer of March 15<sup>th</sup>, 2016 for men's long sleeve shirt and women's long sleeve shirt product.

We found the samples you sent us very satisfactory and we are pleased to place an order for the following quantity and price list :

Item		Price per unit fob Saigon (USD)	Quantity (unit)	Total value (USD)
NO. 1941112XL	White men's shirt	15	20000	300000
	Blue men's shirt	15	15000	225000
	Boxdeu men's shirt	15	10000	150000
	Blue-chequer men's shirt	15	12000	180000
	Blue-striper men's shirt	15	12000	180000
NO.1875241L	White women's shirt	15	17000	255000
	Blue women's shirt	15	17000	255000
	Pink-striper women's shirt	15	17000	255000
	Blue-striper women's shirt	15	15000	225000
<b>Total</b>			<b>135000</b>	<b>2025000</b>

Payment : in US dollars by irrevocable L/C in to our account No: 167 121 3865 at  
Freral Reserve Bank of New York.

We are looking forward to hearing from you.

Your faithfully

Director

### 2.3.2. Kết quả nghiên cứu thị trường:

#### 2.3.2.1. Nghiên cứu thị trường trong nước

##### ❖ Cung cầu đối với hàng hóa

Khi xã hội ngày càng phát triển nhu cầu may mặc của con người không dừng lại ở tính bền bỉ của sản phẩm mà còn mẫu mã đẹp, chất lượng cao đặc biệt nhân viên văn phòng và học sinh, sinh viên. Hiếm có trang phục nào vừa trang trọng nhã nhặn, lịch sự lại vẫn có thể rất cá tính và đầy quyến rũ như áo sơ mi. Áo sơ mi được coi là không thể thiếu đối với thời trang công sở đặc biệt nam giới. Do đó nhu cầu về áo sơ mi trên thị trường rất lớn và ngày càng tăng cao.

##### ❖ Giá của hàng hóa

Giá áo sơ mi của công ty thường cao hơn so với các doanh nghiệp khác. Giá cạnh tranh của các doanh nghiệp khác bán lẻ từ 100 nghìn đồng đến 1 triệu một chiếc tùy theo sản phẩm. Giá bán buôn tùy thuộc vào số lượng mà có mức chiết khấu khác nhau mà có mức chiết khấu khác nhau từ 20-40%.

##### ❖ Đối thủ cạnh tranh

Hiện nay có rất nhiều các đối thủ cạnh tranh đáng nể trong lĩnh vực sản xuất áo sơ mi dành cho nam và nữ như May Nhà bè, May Sài Gòn, May 10, May 2.....cùng các thương hiệu lớn nhỏ sản xuất hàng Việt Nam chất lượng cao như Blu Exchange, Ninomax..... Tất cả các doanh nghiệp luôn luôn cải thiện mẫu mã, chất lượng đa dạng phong phú để đáp ứng nhu cầu may mặc trong nước ngày càng tăng.

Ngoài ra còn có những hiệu may sơ mi lớn nhỏ khác. Tuy giá thành có rẻ hơn so với các áo có sẵn trên thị trường nhưng chất liệu thường không đẹp và có ít sự lựa chọn hơn các sản phẩm của công ty may. Hơn nữa sản phẩm sơ mi thường được giới công chức, học sinh, sinh viên lựa chọn nhưng do tính chất công việc nên thường ít người có thời gian để may đo áo và tâm lý họ thích mua hàng sẵn hơn là phải chờ đợi thời gian may.

Bên cạnh đó thị trường trong nước có rất nhiều sản phẩm sơ mi may sẵn của Trung Quốc hoặc không rõ nguồn gốc và các cơ sở may này không nổi tiếng bán tràn lan ở các chợ lớn nhỏ với giá rất thấp. Tuy nhiên chất lượng của hàng hóa rất kém và không có đủ khả năng sản xuất với số lượng lớn trong thời gian ngắn và đáp ứng được

yêu cầu chất lượng cao của các thị trường khó tính như Nhật Bản, Hoa Kỳ, EU cũng như thị trường Nga

Ngoài ra trên thị trường còn xuất hiện nhiều hàng hóa second-hand hoặc nhái từ các thương hiệu nước ngoài chứng tỏ cầu đã vượt cung nhưng đôi khi gây ra sự nhầm lẫn về cả giá cả và chất lượng đối với người tiêu dùng.

❖ **Những quy định và ưu đãi của Chính Phủ đối với mặt hàng dệt may:**

Căn cứ vào:

▪ Nghị định số 95/2012/NĐ-CP ngày 12 tháng 11 năm 2012 của Chính phủ quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Bộ Công Thương;

▪ Nghị định số 92/2006/NĐ-CP ngày 07 tháng 9 năm 2006 của Chính phủ về lập, phê duyệt và quản lý quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội và Nghị định số 04/2008/NĐ-CP ngày 11 tháng 01 năm 2008 của Chính phủ sửa đổi bổ sung một số điều của Nghị định số 92/2006/NĐ-CP;

▪ Quyết định số 36/2008/QĐ-TTg ngày 10 tháng 3 năm 2008 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược phát triển ngành Công nghiệp Dệt May Việt Nam đến năm 2015, định hướng đến năm 2020.

Ta thấy được quan điểm của Chính Phủ về việc chú trọng phát triển ngành dệt may, coi dệt may là ngành trọng điểm và là ngành công nghiệp mũi nhọn hiện nay và về lâu dài với các mục tiêu từ nay đến 2020, 2030 với các **định hướng** rất cụ thể rõ ràng.

**Thứ nhất:** tăng cường cho ngành may xuất khẩu để tận dụng cơ hội thị trường.

**Thứ hai:** xây dựng Chương trình sản xuất vải phục vụ xuất khẩu phát triển các sản phẩm dệt kỹ thuật, sản phẩm dệt phục vụ y tế.

**Thứ ba:** phát triển nguồn nguyên liệu xơ bông, các loại cây có xơ sợi, xơ sợi nhân tạo và phụ liệu.

Cùng hàng loạt chính sách, giải pháp gỡ rối gỡ khó cho các doanh nghiệp dệt may:

+ Các chính sách và giải pháp thị trường: thúc đẩy đầu tư phát triển ngành dệt may gắn liền với hợp tác quốc tế, tranh thủ tối đa làn sóng dịch chuyển dệt may từ các nước phát triển, đồng thời khuyến khích mọi thành phần kinh tế trong nước tham gia đầu tư;

+ Các giải pháp về cung ứng nguyên phụ liệu: xây dựng các trung tâm cung ứng nguyên phụ liệu tại Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh và các thành phố lớn để cung ứng kịp thời nguyên phụ liệu cho các doanh nghiệp trong ngành;

+ Các chính sách và giải pháp về công tác thủ tục: mở rộng thị trường xuất khẩu thông qua cải cách các thủ tục hành chính trong lĩnh vực thuế, hải quan, xuất nhập khẩu theo hướng đơn giản hoá các thủ tục, và tăng cường công tác tư vấn pháp luật thương mại quốc tế cho doanh nghiệp xuất khẩu;

+ Các giải pháp phát triển nguồn nhân lực: xây dựng chương trình đào tạo nguồn nhân lực cho ngành dệt may, trong đó Hiệp hội Dệt May Việt Nam và Tập đoàn Dệt May Việt Nam là đầu mối để phối hợp và liên kết với các cơ sở đào tạo trong và ngoài nước;

+ Các giải pháp về khoa học và công nghệ: nghiên cứu áp dụng các công nghệ mới, các nguyên liệu mới, và nâng cao năng lực tư vấn, nghiên cứu triển khai, chuyển giao công nghệ, khả năng thiết kế và sáng tác mẫu của các Viện nghiên cứu;

+ Các giải pháp bảo vệ môi trường : chú trọng công tác bảo vệ môi trường cũng được chú trọng, với định hướng tập trung xử lý các nguồn ô nhiễm nước tại các công ty dệt nhuộm, đổi mới công nghệ trong ngành theo hướng tiết kiệm nguyên liệu và thân thiện với môi trường;

+ Các giải pháp về tài chính: hỗ trợ một phần kinh phí từ ngân sách cho hoạt động nghiên cứu, đào tạo và vốn đầu tư cơ sở vật chất, kỹ thuật nhằm nâng cao năng lực cho các Viện nghiên cứu và các cơ sở đào tạo cho ngành Dệt May, đồng thời dành vốn tín dụng của nhà nước, vốn ODA và vốn của quỹ môi trường cho các dự án đầu tư xử lý môi trường của các doanh nghiệp trong ngành dệt may.



## Nghiên cứu thị trường nước ngoài

### ❖ Cung cầu đối với hàng hóa

#### • Trên thị trường thế giới

Thị trường thế giới sau nhiều năm vận hành độc lập nay đã trở nên có tổ chức và đang hoạt động trong sự ràng buộc chặt chẽ các thể chế sau:

- Các định chế kinh tế như WTO, GSP, MFA, các công ước về lao động, về sở hữu trí tuệ...

- Các thể chế về khu vực: EU, NAFTA, ASEAN...

- Các thể chế về tài chính: WB, IMF, ADB và các hiệp định liên ngân hàng.

- Các hiệp định về hàng hoá như về cao su thiên nhiên, cà phê, dầu mỏ, hàng dệt may...

- Các trung tâm giao dịch: Sở giao dịch hàng hoá ở Luân Đôn, Paris, Singapore, Chicago... Các công hội vận tải biển, tổ chức hàng không quốc tế (ICAO), tổ chức du lịch quốc tế, các tính chất liên lạc viễn thông quốc tế, các mạng lưới và trung tâm dịch vụ tiêu thụ...

Hoạt động của các thể chế quốc tế và khu vực đã đưa lại hiệu quả giúp cho thương mại quốc tế được ổn định và phát triển. Trong tương lai các định chế này sẽ không thể không tham gia một cách tích cực vào các định chế thế giới và khu vực nói trên.

Nhu cầu tiêu dùng hàng may mặc trên thế giới ngày càng tăng kể về số lượng và chất lượng. Các quốc gia khác nhau đều tận dụng lợi thế so sánh riêng của mình để sản xuất, xuất khẩu hoặc nhập khẩu để tiêu dùng với chi phí thấp nhất.

#### • Trên thị trường Nga:

Với thị trường rộng lớn, dân số gần 143 triệu người, nước Nga trở thành thị trường đầy tiềm năng cho xuất khẩu hàng hóa Việt Nam nói chung và ngành dệt may nói riêng.

Trong những năm qua, xuất khẩu hàng dệt may sang thị trường Nga tương đối ổn định, kim ngạch và nhu cầu ngày càng tăng ở thị trường này là cơ hội để doanh nghiệp dệt may Việt Nam gia tăng xuất khẩu.

### **KIM NGẠCH XUẤT KHẨU HÀNG DỆT MAY SANG NGA GIAI ĐOẠN 2008 –2015**

Đơn vị tính: triệu USD

Năm	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
KN xuất khẩu	49,38	64,33	80,57	97,33	56,06	76,16	106,96	122,07

Năm 2015, nền kinh tế Nga đứng thứ 9 trên thế giới, với GDP đạt trên 2100 tỷ USD, thu nhập bình quân đầu người đạt 18 nghìn USD/năm. Về kim ngạch xuất khẩu hàng hóa sang Nga đạt 1,62 tỷ USD, tăng 25,6% so với cùng kỳ năm 2014, trong đó kim ngạch hàng dệt may đạt 122,07 triệu USD, tăng 14,7% so với năm 2013.

Đối với thị trường này, thời gian gần đây, người tiêu dùng có thói quen sử dụng những sản phẩm dệt may chất lượng cao với kiểu dáng đẹp. Do vậy, doanh nghiệp dệt may Việt Nam cần đảm bảo đủ chất lượng, kiểu dáng độc đáo, và đăng ký thương hiệu để cạnh tranh với các hàng hóa đã có sẵn trên thị trường Nga.

Bên cạnh đó, doanh nghiệp nên tìm hiểu và nắm rõ những quy chuẩn và các yêu cầu riêng của thị trường Nga cũng như các chế độ ưu đãi dành cho Việt Nam để thuận lợi hơn khi phát triển khâu tiêu thụ hàng hóa tại thị trường này.

- Chi tiêu vào lĩnh vực này có lẽ là khoản chi tiêu đầu tiên bị người tiêu dùng Nga cắt giảm do ảnh hưởng của khủng hoảng tài chính toàn cầu. Nhiều người tiêu dùng trước kia được xếp vào mức trên trung bình đã chuyển sang đoạn thị trường tầm trung và nhu cầu đối với hàng may mặc và giày dép xa xỉ trở nên khiêm tốn hơn.

- Theo đánh giá của Euromonitor, mặc dù tốc độ tăng trưởng thấp hơn nhưng hai lĩnh vực may mặc và giày dép tại Nga vẫn tăng trưởng trước các nước Châu Âu khác. Giá trị xuất khẩu hàng may mặc và phụ kiện từ Nga vẫn tiếp tục tăng. Giá trị xuất khẩu hàng dệt kim và phụ kiện tăng lên 9,1% và đạt giá trị khoảng 1,9 tỷ USD.

Người Nga thích mua các sản phẩm may mặc đã có thương hiệu và theo xu hướng gần nhất mặc dù có thể có một xu hướng mới khác đang thịnh hành. Nhiều phụ nữ và thanh niên có xu hướng chọn các loại quần áo thoải mái và không mang tính công sở. Xu hướng này giúp tăng doanh số bán lẻ trong đoạn thị trường người tiêu dùng trung lưu. Các đoạn thị trường giá thấp và trung bình được dự đoán có mức tăng trưởng năng động.

Nhưng các doanh nghiệp dệt may Việt Nam tham gia thị trường Nga cũng sẽ phải đối mặt với nhiều thách thức, đặc biệt trong cạnh tranh về chất lượng và giá. Người tiêu dùng trẻ tại Nga vài năm gần đây có thói quen chi tiêu nhiều hơn cho mua sắm. Hàng chất lượng cao với kiểu dáng đẹp thường được ưa chuộng hơn và tiêu thụ nhanh hơn, và hàng với chất lượng thấp dù giá thấp sẽ ngày càng khó thu hút sự quan tâm trên thị trường. Doanh nghiệp cần đảm bảo đủ chất lượng, kiểu dáng độc đáo, và đăng kí thương hiệu để cạnh tranh với các loại hàng hóa đã có sẵn trên thị trường Nga, theo Vinatex cho biết.

Ngoài ra, thách thức còn đến từ việc tiếp cận thị trường với hệ thống các qui định và luật lệ riêng mà doanh nghiệp không nắm bắt sẽ chịu nhiều thiệt thòi. Điều kiện thời tiết khắc nghiệt tại một số vùng và thay đổi theo vùng miền trên lãnh thổ rộng lớn của nước Nga còn đặt ra những yêu cầu về một kế hoạch xuất khẩu chi tiết, cụ thể và sản phẩm được sản xuất có nghiên cứu thị trường kỹ lưỡng.

Như vậy, để thâm nhập sâu hơn vào thị trường Nga, bên cạnh việc tìm hiểu cụ thể các qui định và luật lệ, chế độ hưởng ưu đãi dành cho Việt Nam, các công ty xuất khẩu Việt Nam còn cần nghiên cứu thị trường kỹ lưỡng và phát

triển mối quan hệ dài hạn với nhà mua hàng Nga thông qua những hợp đồng thông dụng.

❖ **Những quy định liên quan đến xuất và nhập khẩu dệt may:**

Một đặc trưng nổi bật của công nghệ dệt may là được bảo hộ chặt chẽ ở hầu hết các nước trên thế giới bằng những chính sách thể chế đặc biệt. Trước khi hiệp định về hàng dệt may- kết quả quan trọng của vòng đàm phán Uruguay ra đời và phát huy tác dụng, việc buôn bán quốc tế các sản phẩm dệt may được điều chỉnh theo những thể chế thương mại này. Nhờ đó, phần lớn các nước nhập khẩu thiết lập các hạn chế đối với nhập khẩu hàng dệt may. Mức thuế phổ biến đánh vào hàng dệt may cũng cao hơn so với các hàng hoá công nghiệp khác. Bên cạnh đó, từng nước nhập khẩu còn đề ra những qui định riêng đối với hàng dệt may nhập khẩu. Những thể chế nhằm bảo hộ sản xuất hàng dệt may của mỗi nước và hạn chế nhập khẩu này đã chi phối thị trường hàng dệt may trên thế giới, ảnh hưởng rất lớn đến sản xuất và buôn bán hàng dệt may trên thế giới .

Ta nhận thấy Châu Âu là một thị trường rộng lớn và đầy tiềm năng. Với 740 triệu dân, đây là thị trường lý tưởng tiêu thụ hàng dệt may nói riêng và các mặt hàng khác nói chung.

Nhưng chúng ta cũng thấy đây là một thị trường có những điều kiện về kiểm soát, tiêu chuẩn, chất lượng... rất là khó khăn và không dễ xâm nhập vào được. Nó quản lý rất chặt chẽ và nghiêm khắc. Cùng với đó là thị hiếu người tiêu dùng của thị trường này cũng khá khó tính, có chọn lọc đặc biệt với hàng dệt may. Đây là ngành mà châu âu có xu hướng chuyển dần sang các khu vực khác, nên thị trường này đang có xu hướng nhập khẩu hàng dệt may và hàng may mặc. Các nhà nhập khẩu Châu Âu luôn tìm kiếm những thị trường rẻ nhưng phải đẹp. Họ luôn cố hạ giá thành sản phẩm tới mức thấp nhất tại nơi cơ sở đặt gia công. Chính vì vậy mà sự trao đổi hàng dệt may giữa Châu Âu và Việt Nam đã tăng 40-50% quota hàng dệt may và may mặc cho Việt Nam do giá thành ở Việt Nam rẻ hơn ở những nơi khác, đồng thời vẫn đảm bảo chất lượng mà họ yêu cầu.

### ❖ Những Hiệp định thương mại song phương, đa phương Việt Nam-Nga:

- Từ năm 2012, Nga là thành viên thứ 156 của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO), theo đó, một số mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam sang Nga theo lộ trình cam kết của Nga sẽ chịu mức thuế thấp hơn từ 30-50%. Theo lộ trình thuế nhập khẩu của Nga, thuế nhập khẩu đối với nhiều mặt hàng của Việt Nam cũng sẽ được giảm ngay đặc biệt là dệt may (2 lần). Hàng hóa Việt Nam xuất khẩu sang thị trường Nga được giảm thêm 25% thuế quan so với mức thuế Nga cam kết vì Việt Nam nằm trong nhóm các nước hưởng ưu đãi thuế quan của Liên minh Hải quan. Điều này không chỉ là cánh cửa cơ hội cho Việt Nam, mà còn là cánh cửa dẫn đến một cơ hội lớn – một thị trường lớn với khoảng cách địa lý không quá xa xôi như Bắc Mỹ hay Châu Âu.

- Hiệp định FTA Việt Nam – Liên minh kinh tế Á Âu được kí kết ngày 29/5/2015 đã mở ra cho ngành dệt may Việt Nam nói chung và các doanh nghiệp xuất khẩu mặt hàng dệt may sang thị trường Nga nói riêng một cơ hội tuyệt vời. Theo đó, Nga cam kết dành mức thuế suất ưu đãi nhất, có thể nói bằng 0% cho nhiều mặt hàng, trong đó có sản phẩm từ ngành dệt may. Sau khi hiệp định được kí kết, kim ngạch xuất khẩu sang thị trường Nga đã tăng 9%. Chủ tịch hiệp hội Dệt may Việt Nam, ông Vũ Đức Nam cho rằng các doanh nghiệp Việt Nam cần quan tâm hơn đến các thị trường thuộc Liên minh hải quan, nhằm tận dụng tối đa cơ hội mà thị trường rộng lớn này đang mở ra (1 số nhóm hàng thuế suất 0%, còn lại sẽ giảm dần theo lộ trình 3,5 hoặc 10 năm).

- Bên cạnh đó, tiến trình đàm phán Hiệp định Thương mại Tự do Việt Nam - Liên minh hải quan Nga, Belarus, Kazakhstan đã được Chính phủ hai bên ký kết vào đầu năm 2015, hàng hóa Việt Nam vào Nga sẽ được miễn thuế hoàn toàn hoặc hạ xuống mức tối thiểu. Có thể thấy, chưa có lúc nào thích hợp hơn để các doanh nghiệp Việt Nam đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa sang Nga như lúc này.

Theo báo cáo của Tập đoàn dệt may Quốc gia Việt Nam xuất khẩu chủ yếu bao gồm áo khoác ngoài (jackets), quần áo trẻ em, áo sơ mi, áo thun, quần tây, quần ngắn, váy... Trong đó, xuất khẩu hàng trẻ em từ Việt Nam đến Nga đã tăng với tốc độ nhanh chóng và chiếm 11,8% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Nga trong 8 tháng.

#### ❖ **Đối thủ cạnh tranh:**

Trong mặt hàng dệt may hay rất nhiều mặt hàng khác trên thị trường thế giới nói chung và thị trường Nga nói riêng thì đối thủ cạnh tranh mạnh nhất đáng gờm nhất của Việt Nam luôn là Trung Quốc. Trung Quốc là một đất nước lớn với nền kinh tế phát triển mạnh, đứng thứ 2 trên thế giới chỉ sau Mỹ. Ta thua đối thủ này về rất nhiều mặt:

\_ Những điểm mạnh của ta Trung Quốc đều có như: giá rẻ, chi phí nhân công thấp, ngành may mặc có tốc độ tăng trưởng cao...

\_ Không những thế những điểm yếu của ta, Trung Quốc đều không mắc phải, với nền công nghệ, máy móc kỹ thuật cao, đông nhân công giá rẻ, có thể cũng ứng hàng hóa với số lượng rất lớn...

\_ Đặc biệt nữa là, ngành dệt may của Việt Nam ta hiện nay vẫn phụ thuộc rất nhiều vào nguồn cung ứng nguyên liệu từ Trung Quốc khi mà từ xơ, bông vải sợi, cây kim, sợi chỉ, hay các máy móc... ta đều nhập từ Trung Quốc.

\_ Hàng dệt may từ Trung Quốc rất đa dạng chủng loại, mẫu mã, màu sắc, kiểu dáng... với số lượng hàng lớn; giá bán lại rẻ hơn chúng ta từ 30-40%.

Ngoài đối thủ đáng gờm này ra thì bên cạnh đó, dệt may của Việt Nam cũng có những đối thủ cạnh tranh trên thị trường Nga khá mạnh như: người bạn láng giềng hay những nước nằm trong khối ASEAN như Campuchia, Malaysia...

**2.3.3. Kết quả phân tích tài chính**

**2.3.3.1. Dự kiến chi phí cho lô hàng xuất khẩu 135000 chiếc**

+ Chi phí sản xuất

<b>Khoản mục</b>	<b>Đơn giá (đồng/chiếc)</b>	<b>Thành tiền (VNĐ)</b>
Nguyên liệu : -Vải thô 100% cotton	100.000	13.500.000.000
-Gia công vải màu, kẻ	20.000	2.700.000.000
-Nguyên phụ liệu	26.000	3.510.000.000
Chi phí bao bì, đóng gói	18.000	2.430.000.000
Chi phí nhãn mác	3.500	427.500.000
Chi phí nhân công	12.300	1.660.500.000
Bảo hiểm y tế, bảo hiểm xã hội, kinh phí công đoàn, bảo hiểm thất nghiệp	BHXH = 26% CPNC BHYT = 4.5% CPNC KPCĐ = 2% CPNC BHTN = 2% CPNC	431.730.000 74.722.500 33.210.000 33.210.000
Tiền điện, tiền nước, điện thoại	310	41.850.000
Khấu hao TSCĐ (nhà xưởng , máy móc thiết bị...)	1000	135.000.000
Lãi ngân hàng	0.8% x 10.000.000.000	80.000.000
<b>Tổng chi phí sản xuất</b>		<b>25.057.722.500</b>

+ Chi phí vận tải hàng xuất khẩu (1 tấn=2000 chiếc )

Khoản phí	Đơn giá	Thành tiền (đồng )
Chi phí vận chuyển hàng đến cảng	150.000 đ/tấn	40.125.000
Chi phí xếp hàng lên tàu	42.000 đ/tấn	5.835.000
<b>Tổng chi phí vận tải</b>		<b>45.960.000</b>

+ Chi phí làm thủ tục xuất khẩu hàng hóa

Khoản phí	Đơn giá (đồng )	Thành tiền (đồng )
Phí giao dịch		1.500.000
Lệ phí hải quan	20.000 đ/tờ khai	40.000
Thuế xuất khẩu	0 %	0
Phí giám định	20.000 đ/tấn	1.350.000
Chi phí kiểm đếm, giao nhận hàng	4.500 đ/tấn	303.750
Phí lấy B/L	200.000	200.000
Phí gửi bộ chứng từ	340.000 đ/bộ	340.000
Chi phí chuyển tiền tại Ngân hàng	200 USD	4.207.200
Chi phí thông báo L/c của Ngân hàng	20 USD	420.720
<b>Tổng chi phí làm thủ tục xuất khẩu</b>		<b>8.361.670</b>



+ Tổng kết chi phí cho lô hàng xuất khẩu (1USD = 21.036,00 VNĐ)

Khoản phí	Thành tiền (đồng)
Chi phí sản xuất	25.057.722.500
Chi phí vận tải	45.960.000
Chi phí làm thủ tục xuất khẩu	8.361.670
Tổng chi phí (1)	25.112.044.170
Quỹ dự phòng (2) = 3 % $\sum$ chi phí	753.361.325
Doanh thu(3) = 2.025.000 USD	42.597.900.000
Thuế lợi tức = 25 % ( (3)- (2)- (1) )	4.183.123.626
<b>Tổng chi phí cho lô hàng xuất khẩu</b>	<b>30.048.529.121</b>

### 2.3.3.2. Dự kiến giá xuất khẩu ra thị trường nước ngoài

Mặt hàng	: áo sơ mi
Số lượng	: 135.000 chiếc
Đơn giá	: 15 USD ( Giá FOB Saigon port , Incoterm 2010)
Tổng doanh thu	: 2.025.000 USD
Tổng chi phí	: 30.048.529.121 VND

### 2.3.3.3. Tỷ suất lợi nhuận

Lợi nhuận trước thuế =  $\sum$  DT -  $\sum$  CP = 12.549.370.879VND

Thuế thu nhập doanh nghiệp = 2.760.861.593VND (thuế suất 22%)

Lợi nhuận sau thuế = Lợi nhuận trước thuế - thuế TNDN = 9.788.509.285(VND)

$$- \text{TSLN} = \frac{\text{LN sau thuế}}{\text{Tổng chi phí}} \times 100\% = \frac{9.788.509.285}{30.048.529.121} \times 100\% = 32.6 \%$$

- Với tỷ suất lợi nhuận như trên, công ty quyết định chấp nhận đơn đặt hàng và tiến hành tổ chức thực hiện đơn đặt hàng.

#### 2.3.3.4. Tỷ xuất ngoại tệ xuất khẩu

$$- \text{TSNT} = \frac{\text{Tổng doanh thu (USD)}}{\text{Tổng chi phí (VNĐ)}} = \frac{2.025.000}{30.048.529.121} = \frac{1}{14839} \text{ (USD/VNĐ)}$$

Như vậy để thu được 1 USD ta chỉ cần bỏ ra 14.839 VNĐ, nhỏ hơn tỷ giá ngoại tệ thời điểm này là 1 USD = 21.036 VNĐ. Do vậy, xét về tỷ giá ngoại tệ thì đây là phương án khả thi.

#### 2.3.3.5. Tổng nguồn vốn

Do tổng công ty còn tập trung vốn vào dự án mới trong đó có cụm khu công nghiệp Tân Thành nên để trang trải chi phí để xuất khẩu cho lô hàng chúng tôi quyết định ngoài sự dụng vốn tự có của công ty vay 10 tỷ đồng từ ngân hàng BIDV trong vòng 1 tháng.

Lựa chọn BIDV do đơn vị vay vốn quen của công ty và những ưu đãi từ ngân hàng, doanh nghiệp nằm trong đối tượng ưu tiên trợ cấp xuất khẩu nên lãi suất thực phải trả là 0.8%/tháng

Tỷ giá : 1USD = 21.036 VNĐ

Điều kiện giao hàng : Công ty xuất khẩu theo điều kiện Fob Saigon (incoterms2010)

## Chương 3. Tổ chức thực hiện phương án xuất khẩu

### 3.1. Tiến hành giao dịch

#### 3.1.1. Chọn bạn hàng, chọn thị trường

Với đơn đặt hàng số lượng lớn của The Melon Fashion Group và thông qua việc tính toán lập phương án xuất khẩu. Công ty nhận thấy mình có đủ khả năng đáp ứng yêu cầu của tập đoàn và xét thấy kế hoạch hợp tác này sẽ mang lại nhiều lợi ích cho công ty trong quá trình thâm nhập thị trường Nga. Vì vậy, Công ty quyết định xuất khẩu 135.000 chiếc áo sơ mi sang The MeLon Group.

#### 3.1.2. Tiến hành giao dịch

Sau khi nhận được order từ phía đối tác nước ngoài và căn cứ vào kết quả phân tích tài chính khi thực hiện hợp đồng xuất khẩu đối với đối tác, căn cứ trên việc lựa chọn bạn hàng xuất khẩu theo tiêu chí đem lại doanh thu xuất khẩu và lợi nhuận xuất khẩu, tỷ suất ngoại tệ xuất khẩu lớn, công ty quyết định lựa chọn tập đoàn này làm đối tác trong đợt xuất khẩu này.

Công ty gửi chấp nhận thư tới Melon Fashion Group với nội dung như sau:

**Acceptance**

From: VIETTIEN GARMENT CORPORATION

Address: 07 Le Minh Xuan, Tan Binh district, Ho Chi Minh city, Vietnam

Tel: 84-8-8645085 (22 lines)

Fax: 84-8-8645085-8654867

Re, your order of April 2<sup>nd</sup>, 2016

To : THE MELON FASHION GROUP

Address :512 Balashikha, Moscow, Russia

Tel :+7-398-0707

Fax : +7-944-7857

We appreciate your order for item No.194112MC of 2<sup>th</sup> April, 2016. It is a pleasure to have the opportunity of supplying you our products as good as the samples we sent you and we are quite sure you will be satisfied with them.

Your chosen method of payment is quite acceptable to us, and we note that this will be by Irrevocable letter of credit, valid till May 9<sup>th</sup>, 2016.

We are pleased to confirm your order and will draft an e-contract for you as soon as possible.

We assure you that this order and all further orders will be carefully fulfilled.

Yours faithfully,

Per Pro. The VIETTIEN GARMENT CORPORATION

Nguyen Ngoc Trung

Director.

Sau đó phía bạn hàng gửi lại thư xác nhận về việc nhập khẩu lô hàng:

**CONFIRMATION**

From : THE MELON FASHION GROUP

Address :512 Balashikha, Moscow, Russia

Tel :+7-398-0707

Fax : +7-944-7857

To : VIETTIEN GARMENT CORPORATION

Address : 07 Le Minh Xuan, Tan Binh district, Ho Chi Minh city, Vietnam

Tel : 84-8-8645085 (22 lines)

Fax :84-8-8645085-8654867

Dear sirs,

We are very happy to have dealing with you. We send this conformation to ensure that we agree with all the items you gave in your offer.

Please send me a signed contract as soon as possible.

Yours faithfully

Director

## 3.2. Tổ chức giao dịch ký hợp đồng.

### 3.2.1. Nêu hình thức giao dịch đã lựa chọn

Trong quá trình tiến hành giao dịch với khách hàng, công ty đã quyết định chọn hình thức giao dịch bằng điện tử, đây được coi là phương thức giao dịch đang được sử dụng phổ biến rộng rãi nhất trong mỗi hoạt động giao dịch hiện nay, đặc biệt là đối với hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa cũng như trao đổi thương mại, dịch vụ. So với việc gặp gỡ trực tiếp thì giao dịch qua thư điện tử tiết kiệm được nhiều chi phí. Hơn nữa trong cùng một lúc, lại có thể giao dịch trao đổi với nhiều khách hàng ở nhiều nước khác nhau.

Giao dịch thương mại trên cơ sở dùng Internet cho EDI và các giao dịch ngân hàng ít tốn kém hơn dùng các mạng nội bộ chuyên dùng, giúp doanh nghiệp tiết kiệm được một khoản chi phí không nhỏ trong giao dịch.

Mặt khác, thời gian giao dịch bằng thương mại điện tử chỉ bằng 0.05% thời gian giao dịch qua bưu điện. Chi phí giao dịch cũng chỉ bằng khoảng 5% chi phí giao dịch qua bưu điện hay chuyển phát nhanh, bằng 10%-20% chi phí thanh toán thông thường khác.

Nội dung của thư thương mại bao giờ cũng phải hết sức chính xác. Tránh những sự hiểu lầm do trình bày không rõ ràng, không khúc triết hoặc do sử dụng từ ngữ không chính xác. Mọi lý lẽ được diễn đạt đầy đủ, nhưng không rườm rà. Mỗi nước có một cách hiểu khác nhau về từng vấn đề liên quan đến buôn bán như đơn vị đo lường, cách trả tiền, sự phân chia chi phí trong quan hệ bóc dỡ... bởi thế khi đề cập đến mỗi vấn đề, cần phải thật chi tiết, cụ thể, rõ ràng về quan niệm của doanh nghiệp mình hoặc những yêu cầu của doanh nghiệp nêu ra. Không bao giờ nên nghĩ chắc rằng đối phương cũng hiểu vấn đề này theo cách mình hiểu.

Sự khẩn trương trong trao đổi thư điện tử cần được chú ý thích đáng. Tất cả cách liên lạc qua Internet được gửi đến đều phải được trả lời một cách nhanh chóng dù rằng mình chưa có cơ hội bán hàng. Việc trì hoãn trả lời, thậm chí quên không trả lời khách hàng sẽ gây ấn tượng xấu. Một nhà kinh doanh tốt bao giờ cũng cố gắng mở rộng quan hệ với nhiều khách hàng.

Pháp luật nước ta và các nước đối tác đã quy định đầy đủ về những điều lệ, trách nhiệm và nghĩa vụ của các bên trong giao dịch qua điện tử. Vì vậy doanh nghiệp luôn

tìm hiểu và nghiên cứu kỹ để không gặp phải bất kỳ rắc rối gây bất lợi cho doanh nghiệp trong khi giao dịch buôn bán với các đối tác nước ngoài.

### 3.2.2. Lập hợp đồng xuất khẩu

Hai công ty đã đi đến ký kết hợp đồng như sau:

#### CONTRACT

No : HH 2009 12. 02.VN1

Date : April 6<sup>th</sup>, 2016

#### Between

VIETTIEN GARMENT CORPORATION

Address: 07 Le Minh Xuan, Tan Binh district, Ho Chi Minh city, Vietnam

Tel: 84-8-8645085 (22 lines)

Fax: 84-8-8645085-8654867

Hereinafter called The Seller.

#### And

THE MELON FASHION GROUP

Address: 512 Balashikha, Moscow, Russia

Tel : +7-398-0707

Fax: +7-944-7857

Hereinafter called The Buyer

We both parties agree to sign and implement this contract with following conditions and terms :

#### Article 1 : Description

1.1 Product name : Men's long sleeve shirt, women's long sleeve shirt

1.2 Description :

- Fabric : 100% cotton
- Size : XS, S, M, L, XL, XXL (quantities of each size are equal)
- Country of origin : Vietnam
- Brand new (100%)

**Article 2 : Price And Quantity**

Item		Price per unit fob Saigon (USD)	Quantity (unit)	Total value (USD)
NO. 1941112XL	White men's shirt	15	20000	300.000
	Blue men's shirt	15	15000	225.000
	Boxdeu men's shirt	15	10000	150.000
	Blue-chequer men's shirt	15	12000	180.000
	Blue-striper men's shirt	15	12000	180.000
NO.1875241L	White women's shirt	15	17000	255.000
	Blue women's shirt	15	17000	255.000
	Pink-striper women's shirt	15	17000	255.000
	Blue-striper women's shirt	15	15000	225.000
<b>Total</b>			<b>135000</b>	<b>2.025.000</b>

These above price are expressed in US Dollars, FOB Saigon– Incoterms2010.

**Article 3: Quality**

The seller must supplies the goods in accordance with the samples he sent on May 15<sup>th</sup>, 2016. One set of samples must be retained by each party and the arbitrator nominated in article 8

**Article 4 : Packing**

- Each unit is packed in a carton small box (0.3m x 0.22m x 0.05m) covered with a thin poly layer



- 40 these boxes will be packed in a carton bin (0.6m, 0.45m, 0.5m) in order to avoid tearing and protect the goods.

**Article 5 : Payment**

+ The seller will be paid by irrevocable letter of credit in US Dollar valid till May 9<sup>th</sup>, 2016. The buyer have to make a payment all value for the shipment according to L/C to the seller within 3 working days as from the day the L/C-opening bank has received a full set of shipping.

+All charges regarding L/C amendment shall be born by the party requires L/C amendment.

+Document for payment :

- Singed commercial invoice originals.
- Clean “Shipped on board” Ocean Bill of loading in complete set of at least 3 original 3 non – negotiable copies sianed made out to order of Russia Comercial – industrial bank.
- Quality/Quantity certifiante issued by the Chamber of Comerce of Vietnam in triplicate.
- Certificate of original issued by the Chamber of Commerce of Vietnam in 01 original.
- Packing list in triplicate.

**Article 6 : Delivery**

The good will be delivered no later than May 5<sup>th</sup>, 2016

- Partial shipment : Not allowed.
- Transhipment : Not allow
- Port of loading : Sai Gon Port
- Port of discharge : Novorossiysk Port

**Article 7: Force majeure**

If either party is prevent from, or delayed in, performing any obligation under this contract by reason of a force majeure event, then this party is not considered to be in default and no remedy, be it under this contract or otherwise, is available to the other party.

All cases of force majeure are consider as war, strike at two enterprise, disease, fire, disable.

When force majeure event occurred, the party who met the force majeure must inform the other partner by the Telegraph and in 7 days must get the writing confirmation from authorized body. The force majeure will not be accepted if over 7 days.

**Article 8 : Arbitration**

In the course of executing this contract, all disputes not reaching at amicable agreement shall be settled by Arbitration Committee of Vietnam under the rules of The International Chamber of Commerce of which awards shall be final and binding both parties. The fee for the arbitration and other charges shall be born by the losing party, unless otherwise agreed

**Article 9 : General**

All amendment, supplementation of this contract are affected when they are made in PDF files and be signed by both parties with their certified digital-signature

This contract is made in English in 3 originals and saved in PDF file, 2 of which are retained by each party, one is retained by the arbitrator nominated in Article 8. Both parties engage to realize all these above mentioned of the contract.

This contract is signed on April 6<sup>th</sup>, 2016

**SELLER**

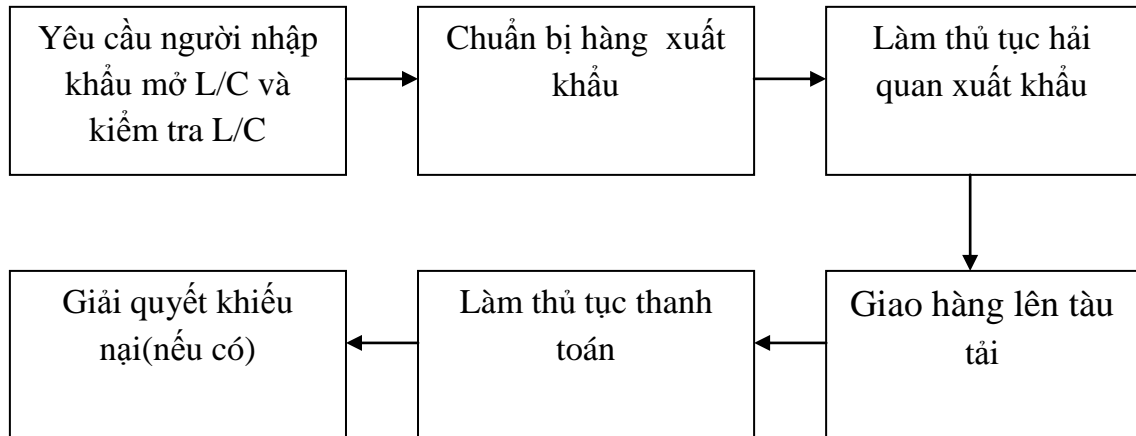
Viettien Garment Corporation

**BUYER**

The Melon Fashion Group

### 3.3. Tổ chức thực hiện hợp đồng

#### 3.3.1. Sơ đồ xuất khẩu



#### 3.3.2. Quy trình thực hiện

- **Chi tiết các quy trình thực hiện hợp đồng.**

##### 1) Giục mở L/C và kiểm tra L/C

Ngay sau khi ký kết hợp đồng với công ty The Melon Fashion Group, Công ty đơn độc người mua mở L/C đúng hạn. Sau khi nhận được L/C thì phải kiểm tra:

- Đối chiếu những quy định trong hợp đồng và quy định trong L/C xem có phù hợp không, kiểm tra cẩn thận từng câu, từng chữ.
- Loại L/C có phù hợp với loại L/C quy định trong hợp đồng không.
- Ngân hàng mở L/C, ngân hàng trả tiền, hoặc ngân hàng xác nhận có quan hệ giao dịch với ngân hàng của công ty hay không, có đúng quy định không.
- Số tiền của L/C có đủ để thanh toán hàng hóa của mình hay không, nếu chưa đủ thì yêu cầu sửa lại cho đủ hoặc giao hàng vừa đủ với L/C.
- Thời hạn giao hàng và thời hạn hiệu lực của L/C có mâu thuẫn với nhau không. Thời hạn của L/C có đủ để người bán luân chuyển chứng từ không.
- Những yêu cầu về chứng từ thanh toán có rõ ràng và dễ thực hiện hay không, nếu thấy có điều gì gây khó khăn cho công ty phải yêu cầu sửa lại.

##### 2) Chuẩn bị hàng hoá:

- Tiến hành các thủ tục để vay vốn tại ngân hàng:

- Ngày 6/4 ngay sau khi ký kết hợp đồng với tập đoàn Melon, công ty tiến hành các thủ tục để vay vốn của ngân hàng BIDV.

Số tiền vay là 10 tỷ VND

Lãi suất vay: 0.8%/tháng

Hạn trả tiền vay: 08/04/2015

- Ngày 8/4 công ty nhận được tiền vay

- Thu mua nguyên liệu:

Nguồn nguyên liệu: Để sản xuất lô hàng trên, công ty chúng tôi sử dụng loại vải 100% cotton cao cấp của tổng công ty 28 – AGTEX

## CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

**HỢP ĐỒNG MUA BÁN HÀNG HÓA****Số:13K/HĐMB**

Căn cứ Luật thương mại số 36/2005 /QH11 ban hành ngày 14/06/2005 của Quốc hội nước Cộng Hoà Xã Hội Chủ Nghĩa Việt Nam (có hiệu luật ngày 01/01/2006).

Hôm nay, ngày 8 tháng 4 năm 2014

Tại địa điểm: Số 7 – Lê Minh Xuân, Tân Bình, Hồ Chí Minh, Việt Nam

Chúng tôi gồm:

**Bên A**

- Tên doanh nghiệp: **Tổng công ty 28 - AGTEX**
- Địa chỉ trụ sở chính: Số 03 Nguyễn Oanh, Gò Vấp, TP HCM
- Điện thoại: + 84 (8) 8942238 – 8945012 Fax: + 84 (8) 8943053
- Tài khoản số: **711A07984821** Mở tại ngân hàng: Vietinbank-TP.HCM
- Đại diện là: **Đậu Quang Lành** Chức vụ: **Tổng giám đốc**

**Bên B**

- Tên doanh nghiệp: **Tổng công ty cổ phần May Việt Tiến**
- Địa chỉ trụ sở chính: 07 Lê Minh Xuân, Quận Tân Bình, Hồ Chí Minh, Việt Nam
- Điện thoại: 84-8-38640800 (22 lines) Fax: 84-8-38645085-38654867
- Tài khoản số: 003.1.00000196.6 Mở tại ngân hàng: Vietcombank chi nhánh Hồ Chí Minh
- Đại diện là: **Nguyễn Ngọc Trung** Chức vụ: **Giám đốc điều hành**

Hai bên thống nhất thỏa thuận nội dung hợp đồng như sau:

**Điều 1: Nội dung công việc giao dịch:**

Bên A bán cho bên B:

Tên hàng	Mã hàng	Số lượng(mét)	Đơn giá (VND/m)	Thành tiền (VND)
Vải 100% cotton	PPL01	13.500	100.000	13.500.000.000

Tổng giá trị(bằng chữ): Mười ba tỉ năm trăm triệu Việt Nam đồng

**Điều 2: Giá cả và số lượng**

Đơn giá mặt hàng và số lượng hàng được quy định như điều khoản 1 trong hợp đồng

**Điều 3: Chất lượng và quy cách hàng hóa:**

Chất lượng và quy cách mặt hàng vải 100% cotton

**Tên sản phẩm** : PPL01

**Kiểu dệt** : Plain

**Chất liệu:** 100% cotton

**Cấu trúc** : CM50\*CM50

**Khổ TP** : 150cm (59")

**Trọng lượng** : 109g/m<sup>2</sup>

**Điều 4: Bao bì và ký mã hiệu:**

-Cứ 100 m chiều dài vải được cuộn thành một cuộn theo khổ rộng 150cm

- Mỗi cuộn được bọc bằng nylon PE chống hấp hơi, chống ẩm

-Đóng thùng carton kích cỡ thùng rộng 155cm x dài 240cm x cao 160 cm, 6 cuộn / 1thùng

**Điều 5: Phương thức giao nhận:**

1. Bên A giao cho bên B toàn bộ lô hàng vào 10 giờ sáng, ngày 15 tháng 4 năm 2016

2. Địa điểm giao hàng là tại kho của bên A, tại Số 03 Nguyễn Oanh, Gò Vấp, TP HCM

3. Phương tiện vận chuyển và chi phí vận chuyển do bên B chịu.

4. Chi phí bốc xếp tại mỗi đầu do mỗi bên chịu

5. Quy định lịch giao nhận hàng hóa mà bên mua không đến nhận hàng thì phải chịu chi phí lưu kho bãi là 1.000.000 đồng/ ngày. Nếu phương tiện vận chuyển bên mua đến mà bên bán không có hàng giao thì bên bán phải chịu chi phí thực tế cho việc điều động phương tiện.

6. Khi mua hàng, bên mua có trách nhiệm kiểm nhận phẩm chất, quy cách hàng hóa tại chỗ. Nếu phát hiện hàng thiếu hoặc không đúng tiêu chuẩn chất lượng ... thì lập biên bản tại chỗ yêu cầu bên bán xác nhận. Hàng đã ra khỏi kho bên bán không chịu trách nhiệm .

Trường hợp giao nhận hàng theo nguyên đai, nguyên kiện, nếu bên mua sau khi chở về nhập kho mới phát hiện có vi phạm thì phải lập biên bản gọi cơ quan kiểm tra trung gian (Vina control) đến xác nhận và phải gửi đến bên bán trong hạn 10 ngày tính từ

khi lập biên bản. Sau 15 ngày nếu bên bán đã nhận được biên bản mà không có ý kiến gì coi như đã chịu trách nhiệm bồi thường lô hàng đó.

7. Mỗi lô hàng khi giao nhận phải có xác nhận chất lượng bằng phiếu hoặc biên bản kiểm nghiệm; khi đến nhận hàng người nhận phải có đủ:

- Giấy giới thiệu của cơ quan bên mua;
- Phiếu xuất kho của cơ quan bên bán;
- Giấy chứng minh nhân dân.

#### **Điều 6: Phương thức thanh toán:**

Tại thời điểm ký hợp đồng, bên B đặt trước cho bên A 10 tỷ đồng tiền mặt. Số tiền còn lại là 3 tỷ 500 triệu đồng, bên B sẽ chuyển vào tài khoản của bên A tại ngân hàng BIDV trong vòng 5 ngày kể từ ngày nhận hàng.

#### **Điều 7: Trách nhiệm vật chất trong việc thực hiện hợp đồng**

1. Hai bên cam kết thực hiện nghiêm túc các điều khoản đã thỏa thuận trên, không đơn phương thay đổi hoặc hủy bỏ hợp đồng, bên nào không thực hiện hoặc đơn phương đình chỉ thực hiện hợp đồng mà không có lý do chính đáng thì sẽ bị phạt tới 10 % giá trị phần hợp đồng bị vi phạm

2. Bên nào vi phạm các điều khoản trên đây sẽ phải chịu trách nhiệm vật chất theo quy định của các văn bản pháp luật có hiệu lực hiện hành về phạt vi phạm chất lượng, số lượng, thời gian, địa điểm, thanh toán, ... mức phạt cụ thể do hai bên thỏa thuận dựa trên khung phạt Nhà nước đã quy định trong các văn bản pháp luật về hợp đồng kinh tế theo luật thương mại Việt Nam

#### **Điều 8: Thủ tục giải quyết tranh chấp hợp đồng:**

1. Hai bên cần chủ động thông báo cho nhau tiến độ thực hiện hợp đồng. Nếu có vấn đề gì bất lợi phát sinh các bên phải kịp thời thông báo cho nhau biết và tích cực bàn bạc giải quyết (cần lập biên bản ghi toàn bộ nội dung).

2. Trường hợp các bên không tự giải quyết được mới đưa vụ tranh chấp ra tòa án.

#### **Điều 9: Các thỏa thuận khác**

Các điều kiện và điều khoản khác không ghi trong này sẽ được các bên thực hiện theo quy định hiện hành của các văn bản pháp luật về hợp đồng kinh tế.



**Điều 10: Hiệu lực của hợp đồng:**

Hợp đồng này có hiệu lực từ ngày 8- 4 -2016 đến hết ngày 21-4-2016

Hai bên sẽ tổ chức họp và lập biên bản thanh lý hợp đồng này sau khi hết hiệu lực không quá 10 ngày. Bên A có trách nhiệm tổ chức và chuẩn bị thời gian, địa điểm họp thanh lý.

Hợp đồng này được làm thành 2 .... bản, có giá trị như nhau, mỗi bên giữ 1 bản.

ĐẠI DIỆN BÊN A

ĐẠI DIỆN BÊN B

Chức vụ:

Chức vụ:

Ký tên

Ký tên

(Đóng dấu)

(Đóng dấu)

- Sản xuất:

- Ngày 15/4 sau khi nhận được lô vải mua từ công ty 20-AGTEX, 2 đơn vị May1 và May2 của công ty sẽ bắt đầu gia công vải thô thành vải màu và vải kẻ.

- Thời gian gia công vải là 7 ngày

- Thời gian hoàn thành sản xuất là 4 ngày

- Thời gian đóng gói hàng để xuất khẩu là 1 ngày

Các hộp cactông nhỏ được phủ bởi 1 lớp nilon mỏng (bao bì bên trong - inner packing), công nhân tiến hành xếp vào các thùng cactông (bao bì bên ngoài - outer packing), cứ 1 thùng cactông chứa 40 hộp áo somi được xếp cẩn thận. Trên bao bì có in nhãn mác của công ty, các hình ảnh quảng cáo sản phẩm thu hút sự chú ý của người tiêu dùng. Những dấu hiệu hướng dẫn cách xếp và bốc dỡ ( như: tránh mưa, không dùng cầu hàng....), số lượng hàng hóa trong thùng, số hiệu chuyển hàng, số hiệu kiện hàng được in trên vỏ thùng.

### 3) Xin giấy phép xuất khẩu

Hồ sơ xuất trình gồm: Đơn xin giấy phép, hợp đồng thương mại, Bản sao công chứng giấy phép kinh doanh hoặc giấy phép hoạt động được chuyển đến Phòng cấp giấy phép của Bộ Công Thương. Sau 3 ngày kể từ ngày nhận được đơn đó, Phòng cấp giấy phép sẽ trả lời.

**4) Làm thủ tục hải quan:**• Đăng kí và làm tờ khai hải quan:

- Chủ hàng khai báo các chi tiết về hàng hóa lên tờ khai để cơ quan Hải quan kiểm tra các thủ tục giấy tờ. Yêu cầu của việc khai này là trung thực và chính xác. Nội dung của tờ khai báo gồm những mục như:

- + Loại hàng: hàng mậu dịch,
- + Tên hàng: áo sơ mi nam tay dài, áo sơ mi nữ tay dài
- + Số lượng: 135000 chiếc
- + Giá trị hàng : 2.025.000 USD
- Giấy tờ xuất trình kèm theo:
  - + 3 tờ khai hải quan (2 bản chính, 1 bản photo)
  - + Giấy phép xuất khẩu: 1 bản chính
  - + Phiếu đóng gói
  - + Bảng kê chi tiết

• Xuất trình hàng hóa:

Sắp xếp hàng hoá theo trật tự, thuận tiện cho việc kiểm soát, kiểm tra hàng hoá

• Thực hiện các quy định của hải quan**5) Giao nhận hàng với tàu :**

- Lập bảng đăng ký chuyên chở cho người vận tải để đổi lấy sơ đồ xếp hàng.
- Trao đổi với cơ quan điều động cảng để nắm vững ngày giờ tàu đến, ngày giờ làm hàng.
- Bố trí phương tiện đem hàng vào cảng, xếp hàng lên tàu.
- Lấy biên lai thuyền phó và đổi biên lai thuyền phó lấy vận đơn đường biển hoàn hảo và chuyển nhượng được.

**6) Làm thủ tục thanh toán:**

Sau khi hàng đã được giao lên tàu, nhân viên phụ trách của công ty tiến hành lập bộ chứng từ thanh toán theo yêu cầu của L/C. Sau đó gửi cho ngân hàng mở L/C thông qua ngân hàng thông báo là ngân hàng BIDV để đòi tiền. Bộ chứng từ bao gồm:

- Hóa đơn thương mại (Commercial Invoice)
- Vận đơn đường biển hoàn hảo (clean on board Bill of lading)
- Phiếu đóng gói hàng hoá (packing list)

- Giấy chứng nhận xuất xứ (C/O)
- Giấy chứng nhận số lượng (Certificate of quantity)
- Giấy chứng nhận chất lượng (Certificate of quality)
- Thông báo giao hàng (Notice of shipment)

#### **7) Khiếu nại và giải quyết khiếu nại:**

- Khi thực hiện hợp đồng, nếu người mua khiếu nại đòi bồi thường, công ty sẽ xem xét kỹ lưỡng, nghiêm túc vụ việc và giải quyết khẩn trương, kịp thời, có tình có lý. Nếu khiếu nại của khách hàng là có cơ sở, công ty sẽ giải quyết bằng 1 trong những phương pháp sau:

- + Giao hàng thiếu
- + Giao hàng tốt thay thế hàng kém chất lượng.
- + Giảm giá hàng kém chất lượng.

Nếu việc khiếu nại của khách hàng không có cơ sở mà 2 bên không thể hoà giải được, thì sẽ tiến hành phân xử nhờ trọng tài đã chỉ định.

- Nếu sau khi công ty đã giao hàng đúng hẹn, xuất trình đầy đủ bộ chứng từ mà người mua không chịu trả tiền như đã quy định trong hợp đồng, công ty cũng sẽ kiện người mua tại hội đồng trọng tài.

## Kết Luận

Trong hoạt động sản xuất kinh doanh, các doanh nghiệp luôn đặt ra các mục tiêu có lợi nhất cho công ty của mình. Chính vì vậy mà việc lập một phương án kinh doanh có ý nghĩa vô cùng quan trọng, nó là điều kiện cần thiết mà bất kỳ một doanh nghiệp nào cũng cần tiến hành. Nó giúp doanh nghiệp nắm rõ được các khoản chi phí của mình, đồng thời cũng nắm được khoản lợi nhuận mà công ty mình đạt được là bao nhiêu.

Thông qua việc lập phương án xuất khẩu cho sản phẩm của mình công ty đã đánh giá được hiệu quả kinh tế của lô hàng xuất khẩu của công ty. Các khoản chi phí được hạch toán một cách rõ ràng, đầy đủ đó chính là cơ sở cho công ty có thể thấy được việc sử dụng nguồn vốn của mình có hiệu quả hay không từ đó có những điều chỉnh thích hợp. Qua việc lập phương án, các công việc trong việc tiến hành xuất khẩu cũng được công ty sắp xếp một cách khoa học theo một trật tự nhất định, điều đó làm cho các công việc được tiến hành một cách nhanh chóng thuận tiện, nhanh chóng.

Như vậy có thể khẳng định rằng việc lập phương án là hết sức cần thiết và quan trọng.

### **Kiến nghị:**

Công tác ngoại thương là một công tác phức tạp, cần có chuyên môn vững vàng và nghiệp vụ thành thạo mới có thể thực hiện tốt các công việc trong lĩnh vực này chính vì vậy, đề nghị công ty tiến hành một số biện pháp sau:

- Liên tục nâng cao trình độ tác nghiệp cho cán bộ ngoại thương nhằm đảm bảo thực hiện tốt các công đoạn trong việc thực hiện hợp đồng ngoại thương đặc biệt: trong quá trình giao nhận, quá trình thanh toán

- Doanh nghiệp cần có sự giám sát chặt chẽ trong quá trình thực hiện hợp đồng, tránh tối đa những sai phạm trong quá trình này và những tổn thất không cần thiết

- Phối kết hợp chặt chẽ với ngân hàng, thực hiện đúng đủ các quy định của pháp luật trong việc thanh toán quốc tế

- Liên lạc thường xuyên với bên đối tác nhằm giải quyết những khúc mắc một cách nhanh chóng nhất, cho hàng được tới tay khách hàng một cách nhanh chóng
  - Một vấn đề vô cùng quan trọng là phải nâng cao vị thế của công ty trên thị trường
    - Khẳng định thương hiệu thông qua chất lượng hàng hoá, và các thương vụ kinh doanh hiệu quả
- Về việc quản lý của nhà nước:
- Cần tạo ra một cơ chế thông thoáng trong xuất khẩu, tiến hành các biện pháp cần thiết thúc đẩy hoạt động xuất khẩu
  - Phía cơ quan Hải quan nên đẩy mạnh việc ứng dụng trang thiết bị mới, giúp các doanh nghiệp thông quan một cách nhanh chóng

Trên đây là những trình bày của em về một phương án xuất khẩu do kiến thức còn hạn chế nên không thể tránh khỏi những thiếu sót. Em rất mong nhận được sự chỉ bảo thêm của các thầy cô!