

LUẬN VĂN:

**Một số giải pháp thúc đẩy hoạt động
sản xuất kinh doanh xuất nhập khẩu
của Công ty TNHH Sơn Tùng**

Lời nói đầu

Đã từ lâu hoạt động của ngành xuất nhập khẩu đã trở nên quan trọng đối với nền kinh tế nước ta. Nhất là giai đoạn đất nước ta đang trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, chúng ta cần phải mở rộng quan hệ với nhiều nước trên thế giới. Quan hệ ở đây không dừng lại ở mức chính trị- xã hội mà quan hệ ở đây còn cả về nhiều mặt, trong đó có quan hệ kinh tế. Hiện nay do đòi hỏi ngày càng cao của người tiêu dùng và sự phát triển khoa học công nghệ rất cần cho quá trình phát triển đất nước, chính vì vậy mà vấn đề xuất nhập khẩu được quan tâm hơn bao giờ hết. Trong cuộc sống cũng như trong kinh doanh không ai có thể mười phần vẹn mười, một nước có nhiều điểm mạnh nhưng cũng không tránh nổi không có điểm yếu, có nghĩa là không có quốc gia nào tự túc được các tất cả các mặt hàng, chính vì thế vấn đề xuất khẩu và nhập khẩu là cụm từ cần được nhắc đến thường xuyên trong chính sách kinh tế của mỗi quốc gia.

Nhận thấy đây là một vấn đề rất quan trọng trong xu thế hội nhập kinh tế quốc tế, Vì vậy tìm hiểu về hoạt động XNK trong cơ chế thị trường tại các doanh nghiệp XNK để nhận thức một cách đầy đủ, từ đó rút ra những luận chứng hữu ích là công việc hàng ngày hàng giờ hết sức cần thiết và cấp bách. Trong quá trình thực tập tại Công ty TNHH Sơn Tùng cũng cho thấy rằng những vấn đề nan giải, những vướng mắc được đưa lên giải quyết hàng đầu chính là việc làm sao nắm bắt được một cách đầy đủ, thuần thực mọi khía cạnh của nghiệp vụ kinh doanh của chính mình, từ đó quản lý và áp dụng hoạt động nghiệp vụ một cách linh hoạt , sáng tạo, có hiệu quả nhất trên cơ sở Pháp luật Nhà nước. Chính vì lẽ đó mà em đã quyết định chọn đề tài cho chuyên đề thực tập của bản thân là ***“Một số giải pháp thúc đẩy hoạt động sản xuất kinh doanh xuất nhập khẩu của Công ty TNHH Sơn Tùng”***.

CHƯƠNG I : Cơ sở lý luận về hoạt động Xuất khẩu

I. Một số khái niệm

1. Khái niệm, bản chất của hoạt động sản xuất kinh doanh

1.1.Định nghĩa.

Sản xuất kinh doanh xuất nhập khẩu là những hoạt động sử dụng các yếu tố sản xuất, giao dịch kinh doanh mua - bán trong và ngoài nước, nhằm mục đích đáp ứng nhu cầu thị trường và nhu cầu xã hội, được thực hiện với chi phí thấp nhất sao cho sản phẩm sản xuất ra hay kinh doanh tiêu thụ được với giá hợp lý, bù đắp được chi phí và có lợi nhuận.

Các yếu tố của sản xuất bao gồm:

- Nguyên liệu
- Lao động
- Tiền vốn
- Đội ngũ các nhà kinh doanh

1.2.Bản chất

Bản chất của hoạt động sản xuất kinh doanh xuất nhập khẩu là nâng cao năng suất lao động, tiết kiệm lao động, mở rộng thị trường nhằm mục đích tăng thêm lợi nhuận. Sản xuất kinh doanh xuất nhập khẩu là một quá trình diễn ra rất phức tạp: Nghiên cứu, khảo sát thị trường, ra quyết định sản xuất- mua bán hàng hoá theo nhu cầu của thị trường, tổ chức sản xuất- mua bán hàng hóa đó nhằm thu lợi nhuận

2. Khái niệm thương mại và kinh doanh thương mại

2.1.khái niệm về thương mại

Từ xưa đến nay cụm từ thương mại có rất nhiều định nghĩa khác nhau, chủ yếu là do ý kiến chủ quan nhìn nhận trên nhiều góc độ khác nhau. Nhưng chung quy lại thì thương mại được hiểu ngắn gọn là một quá trình trung gian diễn ra hình thức trao đổi mua và bán, nhằm thoả mãn nhu cầu nhất định nào đó của người mua, người bán và cả người tiêu dùng.

2.2. Khái niệm về kinh doanh thương mại.

Khái niệm về kinh doanh thương mại thực chất nó cũng gần giống với khái niệm về thương mại song kinh doanh thương mại là quá trình diễn ra vì lợi nhuận. Kinh doanh thương mại bao gồm việc thực hiện một, một số hoặc tất cả các công đoạn từ quá trình đầu tiên sản xuất, sản xuất trong lưu thông, bao gói sản phẩm hoặc thực hiện dịch vụ trên thị trường nhằm mục đích cuối cùng là sinh lợi nhuận. Lợi nhuận này càng nhiều thì càng tốt và họ tính toán tìm mọi cách thức sao cho đảm bảo càng tốt hai vấn đề họ quan tâm: vừa đảm bảo chất lượng sản phẩm vừa tạo ra lợi nhuận tối đa. Tuy nhiên để đạt được lợi nhuận tối đa cần rất nhiều yếu tố như: Điều kiện kinh doanh, nghệ thuật lãnh đạo kinh doanh...

3. Khái niệm, bản chất của hiệu quả kinh doanh XK

3.1. Khái niệm hiệu quả sản xuất kinh doanh xuất nhập khẩu.

Hoạt động sản xuất kinh doanh xuất nhập khẩu hiện nay, mỗi một doanh nghiệp đều có một cách kinh doanh riêng cho mình như: nhằm mục đích chiếm lĩnh thị trường, giảm chi phí... Nhưng do sự tồn tại của doanh nghiệp, nên bất kỳ một doanh nghiệp kinh doanh nào cũng chú ý đến hiệu quả sản xuất kinh doanh. Vậy hiệu quả sản xuất kinh doanh xuất nhập khẩu là phần lợi nhuận đem lại cho doanh nghiệp sau quá trình hoạt động sản xuất kinh doanh xuất nhập khẩu.

3.2. Bản chất của hiệu quả sản xuất kinh doanh xuất nhập khẩu.

Bản chất của hiệu quả sản xuất kinh doanh xuất nhập khẩu là việc nhìn nhận, đánh giá lại quá trình hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu. Nó phản ánh chất lượng, trình độ quản lý và năng lực sản xuất kinh doanh xuất nhập khẩu. Quá trình đánh giá lại hiệu quả sản xuất kinh doanh xuất nhập khẩu là một quá trình rất quan trọng, vì nó cho thấy được phần lợi nhuận sau quá trình kinh doanh, từ đó chúng ta có thể rút kinh nghiệm để quá trình sản xuất kinh doanh lần sau có hiệu quả hơn

4. Khái niệm về công ty TNHH

Theo luật Doanh nghiệp quy định về Công ty trách nhiệm hữu hạn

+ Công ty trách nhiệm hữu hạn là doanh nghiệp, trong đó:

_ Thành viên chịu trách nhiệm về các khoản nợ và các nghĩa vụ tài sản khác của doanh nghiệp trong phạm vi số vốn đã cam kết góp vào doanh nghiệp;

_ Phần vốn góp của thành viên chỉ được chuyển nhượng theo quy định tại Điều 32 của Luật này;

_ Thành viên có thể là tổ chức, cá nhân; số lượng thành viên không vượt quá năm mươi.

+ Công ty trách nhiệm hữu hạn không được quyền phát hành cổ phiếu.

+ Công ty trách nhiệm hữu hạn có tư cách pháp nhân kể từ ngày được cấp giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh.

II. Đặc điểm hoạt động kinh doanh của công ty dịch vụ kinh doanh XNK

1. Công ty XNK và hoạt động kinh doanh thương mại trong nền KTQD

1.1. Vai trò XNK và hoạt động kinh doanh thương mại trong nền KTQD

1.1.1 Vai trò của kinh doanh nhập khẩu.

Nhập khẩu là một hoạt động quan trọng đối với các nước đang phát triển như nước ta, khi mà khoa học cũng như cơ sở vật chất của nước ta đang chậm phát triển thì chúng ta cần phải nhập khẩu một số mặt hàng như: máy móc, khoa học kỹ thuật tiên tiến hiện đại... mà nền khoa học kỹ thuật công nghiệp nước ta đang cần để phát triển đất nước, đây là điều kiện cần để sau này ta có thể sản xuất được nhiều mặt hàng xuất khẩu ra nước ngoài. Nhập khẩu tác động một cách trực tiếp và quyết định đến sản xuất và đời sống. Làm được như vậy sẽ tác động tích cực đến sự phát triển cân đối và khai thác tiềm năng, thế mạnh của nền kinh tế quốc dân về sức lao động, vốn, cơ sở vật chất, tài nguyên và khoa học kỹ thuật.

Trong điều kiện nước ta hiện nay, vai trò nhập khẩu được thể hiện ở các khía cạnh sau:

- Tăng thu nhập cho nền kinh tế quốc dân để đảm bảo thêm cho quá trình xây dựng cơ sở vật chất, khoa học kỹ thuật, thúc đẩy cho quá trình công nghiệp hoá -

hiện đại hoá đất nước như Đảng và Nhà nước ta đã xác định.

- Góp phần làm cho phát triển kinh tế đất nước phát triển cân đối hơn, ổn định hơn.

- Tận dụng tối đa nguồn lực và khả năng của đất nước để phát triển kinh tế đất nước theo định hướng xã hội chủ nghĩa.

- Nhập khẩu có vai trò tích cực thúc đẩy xuất khẩu góp phần nâng cao chất lượng sản xuất hàng xuất khẩu, tạo môi trường thuận lợi cho xuất khẩu hàng Việt Nam ra nước ngoài, đặc biệt là nước nhập khẩu.

1.1.2. Tầm quan trọng của xuất khẩu đối với quá trình phát triển kinh tế.

Xuất khẩu là một vấn đề đất nước nào cũng quan tâm hàng đầu, vì nó đem lại lợi nhuận lớn cho nền kinh tế quốc dân, đây là phương tiện đem đến sự phát triển cho đất nước. Ngoài ra xuất khẩu cũng đem đến sự chủ động cho đất nước hơn trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, nâng cao thương hiệu và tiếng nói trên trường quốc tế. Nhà nước ta luôn coi trọng và thúc đẩy các ngành kinh tế hướng theo xuất khẩu, khuyến khích các thành phần kinh tế mở rộng xuất khẩu để giải quyết công ăn việc làm và tăng thu ngoại tệ.

Tầm quan trọng của xuất khẩu được thể hiện như sau:

- Xuất khẩu tạo nguồn vốn chủ yếu cho nhập khẩu.
- Xuất khẩu góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế sang nền kinh tế hướng ngoại
- Xuất khẩu tạo thêm công ăn việc làm và cải thiện đời sống của nhân dân
- Xuất khẩu là cơ sở để mở rộng và thúc đẩy các quan hệ kinh tế đối ngoại của nước ta.

1.2. Vị trí của công ty XNK trong nền KTQD

1.2.1. Khái niệm hoạt động xuất nhập khẩu

Là việc mua bán trao đổi hàng hoá, dịch vụ của một nước đối với một nước khác và dùng ngoại tệ làm phương tiện trao đổi. Sự trao đổi này là một hình thức của mối quan hệ xã hội và phản ánh sự phụ thuộc lẫn nhau về kinh tế giữa những

người sản xuất hàng hoá riêng biệt của các quốc gia.

1.2.2. Vị trí của công ty XNK trong nền kinh tế quốc dân.

Hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu là một điều kiện quan trọng để thúc đẩy phát triển đất nước. Nó khai thác được nhiều lợi thế cho nước xuất khẩu, ngược lại nó lại mở rộng quá trình tiêu dùng cho cả nước nhập khẩu. Một thực tế cho thấy không có một tổ chức, cá nhân hay đất nước nào có thể phát triển được mà không cần giao lưu, hội nhập kinh tế thế giới. Tính chất thương mại kinh tế quốc tế mang tính sống còn đối với tất cả các quốc gia. Nó cho phép đa dạng hoá các mặt hàng. Trong tình hình hiện nay, nhu cầu tiêu dùng của con người ngày càng cao, trong khi chưa có nước nào thực hiện được hình thức tự cung tự cấp mà chỉ chuyên môn hoá được một số mặt hàng thoả mãn nhu cầu tiêu dùng, điều đó chứng tỏ trong bất kỳ nền kinh tế quốc dân nào cũng cần phải có cả xuất khẩu lẫn nhập khẩu, nghĩa là cần hình thức trao đổi hàng hoá- công nghệ... giữa các nước trên thế giới. Ngoài ra, xuất nhập khẩu góp phần tăng thêm quan hệ giữa các quốc gia trên trường quốc tế trên nhiều mặt. Hoạt động XNK đối với nước ta là vấn đề quan trọng hàng đầu. Do vậy Đảng và Nhà nước ta chủ trương mở rộng và phát triển kinh tế đối ngoại, trong đó lĩnh vực quan trọng là vật tư và thương mại hàng hoá, dịch vụ với nước ngoài. Đó là chủ trương hoàn toàn đúng đắn phù hợp với thời đại, phù hợp với xu thế phát triển của thế giới trong những năm gần đây. Một quốc gia không thể xây dựng nền kinh tế hoàn chỉnh mang tính tự cung, tự cấp ngay cả đối với một quốc gia hùng mạnh vì nó đòi hỏi rất tốn kém cả về vật chất và thời gian. Vì lẽ đó cần phải đa dạng hoá và phát triển hoạt động XNK, mở rộng ngoại thương trên cơ sở hợp tác, bình đẳng, không phân biệt thể chế công tác và đôi bên cùng có lợi trên cơ sở nguyên tắc cùng tồn tại và đã được Đại hội Đảng VII khẳng định tính đúng đắn trong hướng đi đó.

2. Các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả sản xuất kinh doanh XNK

2.1. Nhân tố khách quan

a. Nhân tố kinh tế - xã hội:

Theo cơ chế mở cửa hiện nay của nhà nước ta, cho kinh doanh tất cả các loại mặt

hàng dưới bất kỳ hình thức nào mà pháp luật nước Cộng hoà xã hội chủ nghĩa Việt Nam không cấm, trong đó việc sản xuất kinh doanh xuất nhập khẩu cũng không phải là ngoại lệ. Trong thời đại nền kinh tế thị trường hàng hoá nhiều thành phần như hiện nay, việc cạnh tranh trong kinh doanh đã và đang diễn ra khốc liệt, chính vì vấn đề đó đã đẩy các doanh nghiệp đứng trước những khó khăn và thách thức trong kinh doanh. Yếu tố này đã buộc các doanh nghiệp phải năng động hơn, phải nắm bắt nhanh nhẹn trước các biến động của thị trường thế giới, phải chịu khó tìm tòi và thuyết phục với các đối tác, có vậy mới có cơ may dành phần thắng trước các đối thủ. Ngoài ra yếu tố tỷ giá hối đoái cũng tác động mạnh tới việc kinh doanh xuất nhập khẩu, do tỷ giá hối đoái có thể biến động bất thường, nó có thể tác động theo hướng tích cực hoặc tiêu cực đến quá trình kinh doanh xuất nhập khẩu. Môi trường văn hoá - xã hội cũng có tác động trực tiếp hoặc gián tiếp đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Hoạt động kinh doanh nó vừa là một nghề nhưng nó cũng là một nghệ thuật, do đó hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu thành công hay không còn phụ thuộc vào trình độ văn hoá của người quản lý, đội ngũ cán bộ công nhân viên và công nhân. Doanh nghiệp chỉ có thể thu được lợi nhuận cao nếu sản phẩm sản xuất ra phù hợp với thị hiếu khách hàng mà thị hiếu của khách hàng chịu ảnh hưởng to lớn bởi phong cách, lối sống, phong tục truyền thống của họ....

b. Luật pháp kinh doanh.

Các luật điều chỉnh các quan hệ trong thương mại quốc tế tạo thành hành lang pháp lý cho các đơn vị ngoại thương vừa phải tuân theo luật thương mại trong nước, vừa phải tuân theo luật thương mại quốc tế. Những điều luật Nhà nước quy định sẽ có tác dụng khuyến khích hoặc hạn chế công tác XNK thông qua luật thuế, các mức thuế cụ thể, hạn ngạch... là những căn cứ để doanh nghiệp có nên tiến hành XK, hoặc NK hay không.

c. Nhân tố công nghệ

Yếu tố công nghệ luôn ảnh hưởng đến quá trình sản xuất kinh doanh xuất nhập khẩu, công nghệ luôn được chú trọng vì hiệu quả nó mang lại cho công ty là rất lớn. Nhờ có khoa học công nghệ mà các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh trên thế giới có thể ký kết, thảo luận, mua bán một cách dễ dàng, hiệu quả, nhanh chóng, chi

phí ít qua điện thoại, fax...Ngoài ra công nghệ còn giúp việc nâng cao năng xuất, sản phẩm đạt chất lượng cao, chi phí giá thành giảm....Tình hình phát triển khoa học công nghệ ảnh hưởng trực tiếp đến sự phát triển công nghệ của mỗi doanh nghiệp. Do đó, nó ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp

d. Nhân tố môi trường pháp lý.

Bất kỳ một hoạt động nào cũng phải tuân thủ theo pháp luật, môi trường pháp lý bao gồm luật, các văn bản dưới luật, các quy phạm kỹ thuật sản xuất... Môi trường pháp luật tạo sân chơi lành mạnh cho các doanh nghiệp kinh doanh, pháp luật luôn đảm bảo lợi ích cho các đơn vị kinh doanh và người tiêu dùng, pháp luật điều chỉnh mọi hành vi của các doanh nghiệp. . Do đó, mỗi doanh nghiệp có nghĩa vụ chấp hành mọi quy định của luật pháp. Đồng thời với các hoạt động liên quan đến thị trường ngoài nước doanh nghiệp cần nắm chắc, tôn trọng luật pháp của các nước sở tại.

e. Nhân tố môi trường chính trị.

Môi trường chính trị luôn là một trong những lựa chọn hàng đầu của các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh.Vì nó là điều kiện ban đầu cuốn hút được sự chú ý của các nhà đầu tư.Môi trường chính trị ổn định tạo điều kiện cho các nhà đầu tư sản xuất kinh doanh yên tâm hơn.Được như vậy, sẽ tạo điều kiện cho các doanh nghiệp kinh doanh trong nước giao lưu hợp tác với các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh nước ngoài. Nếu việc chính trị bất ổn thì không thể thu hút được nhiều nhà đầu tư nước ngoài, khi đó nhà nước ta không thể thu hút được vốn đầu tư nước ngoài, các doanh nghiệp Việt Nam khó khăn hơn trong việc tìm đối tác kinh doanh ở nước ngoài.Vì vậy, môi trường chính trị là một nhân tố có tác động lớn đến hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp

f. Cơ sở hạ tầng

Cơ sở hạ tầng có tác động trực tiếp đến chi phí sản xuất kinh doanh và thời gian vận chuyển hàng hoá nên nó tác động trực tiếp đến hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Thực tế cho thấy nơi nào cơ sở hạ tầng phát triển thì nơi đó sẽ thu hút được nhiều hoạt động đầu tư. Cơ sở hạ tầng thấp kém ảnh hưởng trực tiếp

đến chi phí đầu tư, gây khó khăn trong hoạt động cung ứng vật tư, kỹ thuật, nguyên vật liệu, mua bán hàng hoá nên tác động không tốt đến hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

h. Môi trường kinh tế

Mức tăng trưởng của nền kinh tế quốc dân, các chính sách phát triển kinh tế của đất nước, tình trạng lạm phát, hoạt động của các đối thủ cạnh tranh... tác động mạnh mẽ đến hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Khi nền kinh tế tăng trưởng, thu nhập quốc dân cao thì sức mua của người dân sẽ cao hơn. Nói chung tốc độ tăng trưởng kinh tế, hoạt động của các đối thủ cạnh tranh, tình trạng lạm phát... tác động trực tiếp đến quyết định cung cầu của doanh nghiệp. Do đó, chúng tác động trực tiếp đến kết quả cũng như hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

k. Các nhân tố khác

- *Giá cả*: giá cả luôn biến đổi theo quy luật cung cầu, do đó cần phải ra giá cho các mặt hàng phù hợp với chất lượng hàng hoá, thị hiếu người tiêu dùng. Do đó cần phải tính toán xem mặt hàng nào phù hợp cho việc xuất nhập khẩu nhất
- *Sự biến động thị trường trong nước và thị trường ngoài nước*:

Xuất khẩu và nhập khẩu luôn có tác động qua lại lẫn nhau, chúng có thể sẽ tác động tốt cho nhau và ngược lại, nó sẽ tác động gián tiếp đến tăng trưởng nền kinh tế. Trên cơ sở nghiên cứu thị trường, chúng ta tính toán nên xuất khẩu hay nhập khẩu, số lượng bao nhiêu, thị trường xuất nhập khẩu ở đâu? là tối ưu nhất.

- *ảnh hưởng của nền sản xuất cũng như các doanh nghiệp kinh doanh thương mại trong và ngoài nước*:

Sự phát triển của sản xuất trong nước cũng ảnh hưởng rất lớn đến tình hình xuất nhập khẩu. Nếu các doanh nghiệp sản xuất trong nước phát triển, sản xuất hàng hoá với chất lượng cao, khi đó chúng ta có thể cạnh tranh được các mặt hàng trên thị trường, có được như vậy mới nâng cao được thương hiệu của doanh nghiệp trên thị trường hàng hoá, từ đó chúng ta phát triển mạnh mẽ về xuất khẩu làm tăng thêm thu nhập quốc doanh. Bên cạnh đó, hàng hoá xuất khẩu còn thay thế được sản phẩm

nhập khẩu, nên chúng ta có thể giảm được hàng hoá nhập khẩu. Ngược lại, nếu sản xuất kém không thể thay thế được các sản phẩm chất lượng cao, hiện đại hơn thì đương nhiên phải nhập khẩu của nước ngoài, lúc đó ngân sách nhập khẩu lớn hơn, đây là yếu tố làm cho nền kinh tế đất nước khó phát triển, lệ thuộc vào nền kinh tế tư bản. Sự phát triển của sản xuất trong nước đồng nghĩa với sự phát triển của ngành xuất nhập khẩu, muốn vậy các doanh nghiệp thương mại cần phải tự chủ quan hệ và phát triển, sản xuất.

2.2. Nhân tố chủ quan

a. Nhân tố bộ máy quản lý hay tổ chức hành chính.

Trong một tổ chức yếu tố bộ máy quản lý luôn phải được coi trọng. Để bộ máy hoạt động có hiệu quả, trước hết cơ cấu bộ máy phải gọn nhẹ không chồng chéo và không thiếu, bố trí nhân sự đúng với năng lực và trách nhiệm của bản thân, người lãnh đạo phải gương mẫu và có năng lực. Để quản lý tập trung thống nhất cần sử dụng phương pháp quản lý hành chính, nếu không sử dụng phương pháp trên sẽ dẫn đến tình trạng lộn xộn về quản lý. Do đó vấn đề quản lý con người là rất quan trọng trong cơ cấu tổ chức bộ máy doanh nghiệp. Ngoài ra, doanh nghiệp kinh doanh phải phân cấp quản lý phải phù hợp. Nếu phân cấp quản lý không tốt sẽ dẫn đến tình trạng: Quản lý chồng chéo lên nhau, cơ chế quản lý kém hiệu quả...

b. Nhân tố mạng lưới kinh doanh:

Trong thời đại ngày nay, mạng lưới kinh doanh là thước đo quan trọng cho sự thành công trong kinh doanh. Hoạt động kinh tế thị trường chứa đựng rất nhiều cạnh tranh, doanh nghiệp muốn có nhiều lợi nhuận cần phải mở rộng thị phần kinh doanh. Do vậy, mạng lưới kinh doanh của mỗi doanh nghiệp luôn phải mở rộng và mang tính chất lâu dài, vì mạng lưới kinh doanh dày đặc sẽ dẫn tới hiệu quả kinh doanh cao. Còn nếu mạng lưới kinh doanh không chính xác sẽ đem lại cho doanh nghiệp những tổn thương trong kinh doanh. Trước các tình hình đó, doanh nghiệp phải chủ động tìm kiếm thị trường cho kinh doanh, tìm kiếm các thị trường tiềm năng phù hợp với khả năng đáp ứng nhu cầu của doanh nghiệp.

c. Trình độ phát triển cơ sở vật chất kỹ thuật và ứng dụng kỹ thuật tiến bộ

vào sản xuất

Cơ sở vật chất kỹ thuật là một nhân tố rất quan trọng ảnh hưởng đến hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp bởi vì quá trình tăng năng suất lao động, tăng chất lượng, hạ giá thành sản phẩm gắn liền với sự phát triển của tư liệu lao động. Chất lượng hoạt động của doanh nghiệp chịu sự tác động mạnh mẽ của trình độ, cơ cấu, tính đồng bộ của máy móc, thiết bị dây chuyền công nghệ. Thực tế cho thấy những doanh nghiệp có công nghệ sản xuất, trang bị kỹ thuật hiện đại thì có khả năng đạt được kết quả, hiệu quả kinh doanh cao, sản phẩm làm ra có sức cạnh tranh và ngược lại. Trong thời đại khoa học công nghệ phát triển như vũ bão hiện nay để tồn tại và phát triển, các doanh nghiệp cần đi tắt đón đầu trang bị cho mình những công nghệ hiện đại

d. Khả năng nhận biết, thu thập, xử lý thông tin.

Đối với mỗi doanh nghiệp, để có thể thành công trong điều kiện cạnh tranh gay gắt hiện nay, họ rất cần có thông tin chính xác về thị trường, thông tin về khoa học công nghệ, thông tin về các khách hàng, thông tin về các đối thủ cạnh tranh, thông tin về tình hình cung cầu hàng hoá, thông tin về tình hình kinh tế, chính trị trong nước, quốc tế... Đồng thời các doanh nghiệp cũng rất cần học hỏi kinh nghiệm của các doanh nghiệp trong nước cũng như quốc tế, cần biết các thông tin về những thay đổi trong chính sách phát triển kinh tế của nhà nước

Những thông tin kịp thời, chính xác sẽ giúp cho các doanh nghiệp xây dựng được chiến lược kinh doanh dài hạn và hoạch định các chương trình sản xuất kinh doanh ngắn hạn. Khi doanh nghiệp có được nhiều thông tin về thị trường và các đối thủ cạnh tranh thì doanh nghiệp sẽ có thể xây dựng được một chiến lược cạnh tranh hiệu quả, góp phần đem lại hiệu quả sản xuất kinh doanh cao. Do đó, doanh nghiệp cần phải tổ chức khoa học hệ thống thông tin nội bộ, đáp ứng kịp thời nhu cầu thông tin với chi phí hợp lý nhất.

e. Hệ thống tổ chức đảm bảo cung ứng vật tư, nguyên liệu cho doanh nghiệp.

Trong thời điểm nền kinh tế cạnh tranh như hiện nay, việc đảm bảo được hoạt động sản xuất kinh doanh thường xuyên được các doanh nghiệp rất quan tâm. Đặc

biệt trong hoạt động sản xuất kinh doanh xuất nhập khẩu, việc đảm bảo được vật tư và nguyên vật liệu rất quan trọng. Vì những yếu tố đó quyết định đến tiến độ hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, có thể làm ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp.

f. Nhân tố vận dụng các đòn bẩy kinh tế

Việc sử dụng các đòn bẩy kinh tế: tiền lương, chế độ khuyến khích thưởng- phạt, các định mức kinh tế...đúng đắn sẽ giúp doanh nghiệp khai thác tốt tiềm năng vốn có, tạo động lực thúc đẩy người lao động phát huy tối đa năng lực vốn có.

3. Hệ thống chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh XNK

3.1. Các chỉ tiêu hiệu quả kinh doanh tổng hợp

3.1.1. Các chỉ tiêu doanh lợi.

Đối với bất kỳ doanh nghiệp kinh doanh nào, họ luôn quan tâm hàng đầu là lợi nhuận. Nhưng để có được lợi nhuận đó họ phải tính toán cẩn thận, họ phải dùng các chỉ tiêu để đánh giá mức độ lợi nhuận.

- Doanh lợi của toàn bộ vốn kinh doanh

$$D^{VKD}(\%) = \frac{\Pi^T + \Pi^R}{V^{KD}} \times 100$$

D^{VKD} : doanh lợi của toàn bộ vốn kinh doanh

Π^T : Lãi trả vốn vay

Π^R : Lãi ròng

V^{KD} : Tổng vốn kinh doanh

- Doanh lợi của vốn tự có

$$D^{VTC}(\%) = \frac{\Pi^R \times 100}{V^{KD}}$$

$$V^{TC}$$

D^{VTC} : Doanh lợi của vốn tự có trong một thời kỳ nhất định

V^{TC} : Vốn tự có

Chỉ tiêu này cho thấy một đồng vốn tự có tạo ra được bao nhiêu đồng lợi nhuận ròng .

- Ngoài ra còn có chỉ tiêu doanh lợi của doanh thu

$$D^{TR}(\%) = \frac{\Pi^R \times 100}{TR}$$

D^{TR} : Doanh lợi của doanh thu trong một thời kỳ nhất định

TR: Doanh thu trong thời kỳ đó

3.1.2. Các chỉ tiêu tính hiệu quả kinh doanh theo chi phí

Hiệu quả kinh doanh theo chi phí kinh doanh

$$H(\%)^{CPKD} = \frac{TR \times 100}{TC^{KD}}$$

H^{CPKD} : Hiệu quả kinh doanh theo chi phí kinh doanh

TC^{KD} : Chi phí kinh doanh

Chỉ tiêu này cho biết một đồng chi phí bỏ ra thu được bao nhiêu đồng doanh thu.

Hiệu quả kinh doanh theo tiềm năng(H^{TN})

$$H(\%)^{TN} = \frac{TC^{KDTT} \times 100}{TC^{KDPD}}$$

$H(\%)^{TN}$: Hiệu quả kinh doanh theo tiềm năng

TC^{KDTT} : Chi phí kinh doanh thực tế: chi phí xác định trong quản trị doanh nghiệp.

TC^{KDPD} : Chi phí kinh doanh phải đạt: là chi phí kinh doanh trong điều kiện thuận lợi nhất.

Công thức này được sử dụng trong phân tích, đánh giá tính hiệu quả của toàn bộ hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp cũng như của bộ phận kinh doanh riêng lẻ.

3.2. Một số chỉ tiêu hiệu quả kinh doanh theo lĩnh vực hoạt động

Trong kinh doanh các chỉ tiêu hiệu quả kinh doanh đảm bảo hai vấn đề:

+ Phân tích từng mặt hoạt động, hiệu quả sử dụng từng yếu tố sản xuất nhằm giúp tìm các biện pháp để tối đa chỉ tiêu hiệu quả kinh tế tổng hợp.

+ Phân tích có tính chất bổ sung cho chỉ tiêu hiệu quả kinh doanh tổng hợp.

3.2.1. Hiệu quả sử dụng lao động

Lao động là yếu tố cơ bản trong sản xuất, là bộ phận cấu thành quan trọng trong nguồn lực sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Hiệu quả sử dụng lao động biểu hiện ở năng suất lao động, mức sinh lời của lao động và hiệu suất tiền lương.

* Chỉ tiêu năng suất lao động

$$AP^N = \frac{Q}{AL}$$

Trong đó:

+ AP^N : năng suất lao động bình quân năm (tính bằng đơn vị hiện vật hoặc giá trị)

+ Q: Sản lượng (tính bằng đơn vị hiện vật hoặc giá trị)

+ AL: Số lao động bình quân trong năm

Chỉ tiêu năng suất lao động ở công thức này cho biết số lượng sản phẩm, hoặc giá trị sản lượng do một lao động tạo ra trong năm.

Chỉ tiêu mức sinh lời bình quân của lao động

$$\Pi^R$$

$$\Pi^{BQ} = \frac{\quad}{L}$$

Trong đó:

+ Π^{BQ} : lợi nhuận do một lao động tạo ra.

+ L: số lao động tham gia.

Chỉ tiêu này cho biết mỗi lao động trong doanh nghiệp tạo ra được bao nhiêu lợi nhuận trong một thời kỳ nhất định.

* Chỉ tiêu hiệu suất tiền lương (H^W)

$$H^W = \frac{\Pi^R}{TL}$$

Trong đó:

+ TL: Tổng quỹ tiền lương và các khoản tiền thưởng có tính chất lương trong kỳ.

Chỉ tiêu này cho biết chi ra một đồng tiền lương thì thu về được bao nhiêu đồng lợi nhuận ròng.

3.2.2. Hiệu quả sử dụng vốn

Số vòng quay toàn bộ vốn (SV_V)

$$SV_V = \frac{TR}{V^{KD}}$$

Chỉ tiêu này cho biết toàn bộ vốn kinh doanh của doanh nghiệp quay được bao nhiêu vòng trong kỳ.

SV_V càng lớn thì hiệu suất sử dụng vốn càng lớn.

* Hiệu quả sử dụng vốn cố định ($H^{TSCĐ}$)

$$\Pi^R$$

$$H^{TSCĐ} = \frac{\quad}{TSCĐ^G}$$

Trong đó:

+ TSCĐ: Tài sản cố định.

+ $H^{TSCĐ}$: Hiệu quả sử dụng tài sản cố định

+ $TSCĐ^G$: Tổng giá trị tài sản cố định bình quân trong kỳ, được tính theo giá trị còn lại của TSCĐ tính đến thời điểm lập báo cáo. Ngoài ra còn có thể được cộng thêm chi phí xây dựng dở dang

Chỉ tiêu này cho biết một đồng TSCĐ trong kỳ sản xuất ra bình quân bao nhiêu đồng lãi, thể hiện trình độ sử dụng TSCĐ trong sản xuất kinh doanh, khả năng sinh lợi của TSCĐ.

- Hiệu quả sử dụng vốn lưu động

$$H^{VLD} = \frac{\Pi^R}{V^{LD}}$$

- Với: H^{VLD} : Là hiệu quả sử dụng vốn lưu động

V^{LD} : vốn lưu động bình quân trong năm

Chỉ tiêu này cho biết một đồng vốn lưu động tạo ra được bao nhiêu đồng lợi nhuận trong kỳ.

- Số vòng luân chuyển vốn lưu động trong năm

$$SV_{VLD} = \frac{TR}{V^{LD}}$$

Với: SV_{VLD} là số vòng luân chuyển vốn lưu động trong năm.

Chỉ tiêu này cho biết trong một năm vốn lưu động quay được bao nhiêu vòng. SV_{VLD} càng cao chứng tỏ hiệu quả sử dụng vốn lưu động càng cao.

3.2.3. Hiệu quả sử dụng nguyên vật liệu

Để đánh giá hiệu quả của nguyên vật liệu người ta thường dùng hai chỉ tiêu:

- Vòng luân chuyển nguyên vật liệu (SV^{NVL})

$$SV^{NVL} = \frac{NVL^{SD}}{NVL^{DT}}$$

Với:

+ SV^{NVL} : Số vòng luân chuyển nguyên vật liệu.

+ NVL^{SD} , NVL^{DT} lần lượt là giá vốn nguyên vật liệu đã dùng và giá trị nguyên vật liệu dự trữ trong kỳ.

- Vòng luân chuyển vật tư trong sản phẩm dở dang (SV_{SPDD})

$$SV_{SPDD} = \frac{Z_{HHCB}}{VT_{DT}}$$

+ Z_{HHCB} : Tổng giá thành hàng hoá đã chế biến

+ VT_{DT} : Giá trị vật tư dự trữ đưa vào chế biến

Hai chỉ tiêu này cho biết khả năng khai thác các nguồn nguyên liệu và vật tư của doanh nghiệp. Hai chỉ tiêu này mà cao thì cho thấy doanh nghiệp đã giảm được chi phí cho nguyên vật liệu dự trữ, rút ngắn chu kỳ chuyển đổi nguyên vật liệu thành thành phẩm, giảm bớt sự ứ đọng của nguyên vật liệu, tăng vòng quay của vốn lưu động.

III. Nội dung cơ bản của hoạt động XK

Sự giao dịch mua bán hàng hoá và dịch vụ ngoại thương bao giờ cũng phức tạp hơn trao đổi hàng hoá và dịch vụ ở trong nước vì các bên xa nhau, đồng tiền thanh toán là ngoại tệ, hệ thống tiền tệ tài chính ở mỗi nước khác nhau, chính sách và luật lệ mỗi nước mỗi khác. Do đó, muốn tiến hành hoạt động xuất nhập khẩu có hiệu

quả thì doanh nghiệp xuất nhập khẩu phải tuân thủ các bước sau:

1. Nghiên cứu tiếp cận thị trường XNK

Việc kinh doanh mua bán hàng hóa và dịch vụ ngoại thương luôn tiềm ẩn những rủi ro trong kinh doanh. Để việc rủi ro đó giảm xuống tối thiểu, điều đầu tiên cần phải làm là: tìm hiểu, đánh giá thị trường. Nghiên cứu và nắm vững đặc điểm biến động của tình hình thị trường và giá cả hàng hoá trên thế giới là những tiền đề quan trọng, đảm bảo cho các tổ chức ngoại thương hoạt động trên thị trường thế giới tăng thu được ngoại tệ trong xuất khẩu và tiết kiệm được ngoại tệ trong nhập khẩu. Nghiên cứu thị trường hàng hoá thế giới phải bao gồm việc nghiên cứu toàn bộ quá trình tái sản xuất của một ngành sản xuất hàng hoá cụ thể, tức là việc nghiên cứu không chỉ giới hạn ở lĩnh vực lưu thông mà cả lĩnh vực sản xuất, phân phối hàng hoá. Nghiên cứu thị trường hàng hoá nhằm hiểu biết về quy luật vận động của chúng. Mỗi thị trường hàng hoá cụ thể có quy luật vận động riêng của nó được thể hiện qua những biến đổi về nhu cầu, cung cấp và giá cả hàng hoá ấy trên thị trường. Nắm vững các quy luật của thị trường hàng hoá để vận dụng giải quyết hàng loạt các vấn đề của thực tiễn kinh doanh liên quan ít nhiều tới vấn đề thị trường như thái độ tiếp tục của người tiêu dùng, yêu cầu của thị trường đối với hàng hoá, các ngành tiêu thụ mới, khả năng tiêu thụ tiềm năng, năng lực cạnh tranh của hàng hoá, các hình thức và biện pháp thâm nhập thị trường. Khi nghiên cứu thị trường phải tập trung trả lời các câu hỏi như: Thị trường cần gì? giá cả như thế nào? dung lượng thị trường là bao nhiêu? Lựa chọn thị trường nào là tối ưu nhất...

2. Xây dựng chiến lược và kế hoạch kinh doanh XNK

Quá trình nghiên cứu tiếp cận thị trường, doanh nghiệp đã thu được một số kết quả nhất định. Trên tinh thần ấy đơn vị kinh doanh lập phương án hoạt động nhằm đạt các mục tiêu xác định trong kinh doanh, phương án này bao gồm các bước sau:

- Đánh giá tình hình thị trường và thương nhân, phân tích bức tranh tổng quát về hoạt động kinh doanh, những thuận lợi, khó khăn.

- Lựa chọn mặt hàng, thời cơ, điều kiện và phương thức kinh doanh. Sự lựa

chọn này phải có tính thuyết phục trên cơ sở phân tích tình hình có liên quan.

- Đề ra mục tiêu cụ thể như bán được bao nhiêu hàng? giá cả như thế nào? sẽ thâm nhập thị trường nào?

- Đề ra biện pháp thực hiện, những biện pháp này là công cụ để đạt được mục tiêu đề ra. Những biện pháp này bao gồm các biện pháp trong nước (như đầu tư vào sản xuất, cải tiến bao bì, ký kết hợp đồng kinh tế...) và các biện pháp ngoài nước (quảng cáo, lập chi nhánh nước ngoài, tham gia hội chợ...)

- Sơ bộ đánh giá hiệu quả kinh tế của việc kinh doanh thông qua các chỉ tiêu:

+ Chỉ tiêu tỷ suất ngoại tệ.

+ Chỉ tiêu thời gian hoà vốn.

+ Chỉ tiêu tỷ suất doanh lợi.

+ Chỉ tiêu điểm hoà vốn.

3. Tổ chức thực hiện chiến lược kinh doanh XNK

Sau khi hoàn tất các công việc trên chúng ta thực hiện tiếp một số việc sau đây trong quá trình tổ chức thực hiện chiến lược- kế hoạch kinh doanh XNK:

a. Đàm phán và ký kết hợp đồng:

b. Tổ chức thực hiện hợp đồng XNK hàng hoá.

4. Đánh giá hoạt động kinh doanh XNK

Trong quá trình hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu, nhiều lúc không thể tránh được các sai lầm, có khi làm giảm doanh thu của công ty. Để rút kinh nghiệm những sai lầm cũng như nâng cao được hiệu quả kinh doanh cho những hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu lần sau, chúng ta cần đánh giá lại hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu. trong quá trình đánh giá hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu chúng ta có thể sử dụng các chỉ tiêu: Chỉ tiêu lợi nhuận XK và NK, Chỉ tiêu so sánh giá xuất nhập khẩu so với giá quốc tế....

Như vậy hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu là hoạt động rất quan trọng, bắt

kỳ một quốc gia nào muốn tồn tại và phát triển đều phải thực hiện quan hệ đối ngoại. Nhưng để có đối ngoại thì cần phải phát triển hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu, muốn vậy chúng ta phải nghiên cứu hoạt động để hướng nó đi theo một quỹ đạo có lợi cho nền kinh tế.

5. Phương hướng cơ bản nhằm thúc đẩy hoạt động kinh doanh XNK của DN

Trước hết mỗi doanh nghiệp phải tạo một môi trường kinh doanh ổn định. Vì môi trường kinh doanh là không thể thiếu đối với mỗi doanh nghiệp, nó tạo ra những tiền đề và thuận lợi cho việc kinh doanh của doanh nghiệp. Nhưng đồng thời nó có thể có những tác động xấu đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Đặc biệt với các doanh nghiệp ngoại thương, môi trường kinh doanh lại đặc biệt quan trọng hơn cả, bởi kinh doanh thương mại quốc tế phức tạp và phong phú hơn hẳn thương mại trong nước. Vì vậy, tạo môi trường kinh doanh thuận lợi là hết sức cần thiết đối với các doanh nghiệp kinh doanh XNK.

Thứ hai, yêu cầu doanh nghiệp không ngừng đổi mới các mặt hàng kinh doanh ngày càng phù hợp với yêu cầu của người tiêu dùng. Ngoài ra đối với hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu cần đòi hỏi một số yêu cầu sau:

Yêu cầu NK phải vừa đảm bảo phù hợp với lợi ích xã hội vừa tạo ra lợi nhuận các doanh nghiệp, chung và riêng phải hài hoà với nhau, hình thức nhập khẩu phải nhập khẩu các mặt hàng tiên tiến hiện đại, nhập khẩu phải chọn lọc, tránh tình trạng nhập khẩu công nghệ lạc hậu. Trong điều kiện chuyển sang cơ chế thị trường việc kinh doanh mua bán giữa các nước đều phải tính theo thời giá quốc tế và thanh toán với nhau bằng ngoại tệ tự do. Do vậy, tất cả các hợp đồng NK phải dựa trên lợi ích và hiệu quả. Trong điều kiện nhu cầu NK để công nghiệp hoá và phát triển kinh tế ngày càng lớn. Trong điều kiện các ngành công nghiệp còn non kém của Việt nam, giá hàng NK thường rẻ hơn, phẩm chất tốt hơn. Nhưng nếu chỉ NK không chú ý tới sản xuất sẽ “bóp chết” sản xuất trong nước. Vì vậy cần tính toán và tranh thủ các lợi thế của nước ta trong từng thời kỳ để bảo hộ và mở mang sản xuất trong nước vừa đáp ứng nhu cầu tiêu dùng nội địa vừa tạo ra được nguồn hàng XK mở rộng thị trường ngoài nước.

Yêu cầu xuất khẩu phải chủ động hơn, tập trung xuất khẩu các mặt hàng chủ lực, mở rộng thị trường xuất khẩu. Đảng và nhà nước ta cần quan tâm thúc đẩy ngành xuất khẩu nhiều hơn nữa bằng cách tăng cường các chính sách khuyến khích, ưu đãi, hỗ trợ về vốn... cho các đơn vị kinh doanh xuất nhập khẩu. Ngoài ra chúng ta cần làm mạnh mẽ hơn nữa về cơ chế quản lý, bộ máy tổ chức phải gọn nhẹ nhưng không thiếu, đội ngũ cán bộ phải nâng cao năng lực thường xuyên.

IV. Sự cần thiết nâng cao hiệu quả kinh doanh XK

1. Đối với công ty

Quá trình nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh xuất nhập khẩu có ý nghĩa rất quan trọng đối với hoạt động kinh doanh của công ty. Như ta đã biết, kinh doanh xuất nhập khẩu tạo ra lợi nhuận rất cao, từ đó công ty có điều kiện chi trả các chi phí cho doanh nghiệp và hoạt động kinh doanh của mình. Vì thế công ty muốn phát triển ngày càng mạnh mẽ hơn, ngày càng mở rộng thị trường buôn bán hơn thì cần phải nâng cao hiệu quả sản xuất trong kinh doanh xuất nhập khẩu, nhất là đối với công ty sản xuất kinh doanh và dịch vụ xuất nhập khẩu lại càng cần như vậy. Nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh xuất nhập khẩu vừa nâng cao được đời sống cho công nhân viên, vừa đáp ứng được yêu cầu và nghĩa vụ của nhà nước đề ra.

2. Đối với việc kinh doanh của công ty

Đối với công ty kinh doanh xuất nhập khẩu, việc đẩy mạnh nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh xuất nhập khẩu là một quá trình lâu dài. Nó có ý nghĩa đến sự sinh tồn của cả công ty. Hiệu quả mang lại rất lớn, nó đem lại cho công ty thu nhập, đem đến cho công ty nhiều khách hàng hơn, mở rộng thị trường kinh doanh không chỉ trong nước mà còn lan rộng ra nhiều nước trên thế giới nữa. Do sự đòi hỏi của nền kinh tế thị trường, nên yêu cầu các đơn vị kinh doanh xuất nhập khẩu phải năng động hơn trong quá trình mở rộng kinh doanh.

3. Đối với nhà nước

Trong giai đoạn kinh tế thị trường như ngày nay, đối với các công ty sản xuất kinh doanh xuất nhập khẩu thì việc bán được hàng- mua được hàng là một vấn đề quyết định cho sự tồn tại của công ty. Đồng thời nó góp phần tăng thu nhập cho nền kinh tế quốc dân, nâng cao đời sống của người lao động, tăng các khoản thu, các khoản nộp ngân sách cho nhà nước. Từ đó nhà nước có điều kiện chi cho các lĩnh vực khác: An ninh quốc phòng trật tự an toàn xã hội, y tế giáo dục và tác động trở lại các công ty, doanh nghiệp tăng cường hợp tác kinh tế với các nước trên khu vực và trên thế giới. Hiện nay việc kinh doanh rất khốc liệt, để đem lại lợi nhuận cao cho công ty thì cần phải đẩy mạnh hoạt động nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh xuất nhập khẩu.

CHƯƠNG II : Thực trạng về tõnh hõnh hoạt động XK của công ty TNHH Sơn Tùng

I. Tóm lược về tõnh hõnh chung của cụng ty

1. Giới thiệu về công ty

Tên Doanh nghiệp **CÔNG TY TNHH SƠN TÙNG**

Địa chỉ trụ sở chính : Tổ 1 – khu 1 – phường Hải Hũa – TP Móng Cái – Tỉnh Quảng Ninh

Điện thoại : 84.33.882259

Fax :84.33.881505

Email : sontung@yahoo.com.vn

Số đăng ký kinh doanh : 22.02.000427

Đăng ký lần đầu : ngày 29/05/2003

Đăng ký thay đổi lần thứ 3 : ngày 03/12/2008

Người đại diện pháp luật của công ty :Giám đốc Nguyễn Đức Chính

Vốn điều lệ : 18.600.000.000

Ngành nghề kinh doanh :

- Kinh doanh vận tải khách, hàng hóa
- Nuôi trồng , chế biến xuất nhập khẩu thủy sản, mua bán

- nông,lâm,thủy,thổ,hải sản và hàng đông lạnh (xúc sản)
- Các loại động vật sống (trừ những loại ĐV nhà nước cấm kinh doanh)
- Kinh doanh tinh dầu và các loại dầu thực vật
- Kinh doanh XNK tổng hợp và dịch vụ ủy thác
- Kinh doanh hàng thủ công mỹ nghệ, vật liệu xây dựng, hàng tiêu dùng , các loại sản phẩm may mặc, thực phẩm, vật tư cho sản xuất công , nông nghiệp, hóa chất (trừ những loại hóa chất trong danh mục nhà nước cấm), máy móc thiết bị,công cụ cầm tay, hàng tiêu dùng thiết yếu, máy móc thiết bị văn phòng, các loại cõy con giung , phân bón , lương thực thực phẩm
- Dịch vụ môi giới vận chuyển hàng quá cảnh , du lịch lữ hành
- Sản xuất ,kinh doanh đĩa CD, VCD (đĩa trắng)
- Kinh doanh kho bãi, giao nhận hàng hóa XNK, kho ngoại quan

2. Quá trình hình thành và phát triển của công ty

Công ty TNHH Sơn Tùng chính thức đi vào hoạt động từ ngày 29/05/2003.

Năm 2004 công ty hình thành thêm 1 chi nhánh ở Hải Phòng.

Năm 2005 công ty mở rộng thị trường , tìm kiếm khách hàng đi vào ổn định,kinh doanh có lãi.

Năm 2006 công ty mở rộng kinh doanh xây mới thêm kho chứa hàng, mua thêm xe vận tải hàng hóa.

Năm 2007 công ty chủ yếu kinh doanh về lĩnh vực hàng kho ngoại quan, tạm nhập tái xuất, CK, giảm lượng hàng nhập khẩu nên CP về giá vốn hàng bán ít ,chi phí cho dịch vụ hàng xuất là chủ yếu.

Năm 2008 công ty nhận được giải thưởng cao quý của thành phố đó là giải thưởng dành cho doanh nghiệp thành đạt.

Về quan hệ cộng đồng : hàng năm Sơn Tùng chi hàng chục triệu vào công tác từ thiện

_ Tham gia hoạt động quyên góp tiền xây dựng trường học.

_ Công ty có đội bóng đá riêng ,tham gia vào hoạt động thể thao của thành phố.

Ngoài ra, công ty cũn cú 2 nhõn vion tham gia vào đội bóng đá của thành phố thi

đầu giao hữu với Thành Phố Đông Hưng (Trung Quốc).

3. Chức năng và nhiệm vụ của công ty

a. Chức năng

Do đây là Công ty xuất nhập khẩu nên được phép giao dịch với các đối tác trong nước và nước ngoài trong việc thực hiện nhiệm vụ sản xuất kinh doanh phù hợp với điều lệ công ty và luật pháp nước cộng hoà xã hội chủ nghĩa Việt Nam

Công ty kinh doanh dịch vụ xuất nhập khẩu tổng hợp với các mặt hàng nông sản đông lạnh, cao su thiên nhiên, ô tô và các trang thiết bị...

b. Nhiệm vụ

- Sản xuất kinh doanh theo đúng ngành nghề ghi trong giấy phép kinh doanh.
- Bảo đảm quyền lợi, lợi ích của người lao động theo quy định của bộ luật lao động.
- Bảo đảm chất lượng hàng hoá theo đúng quy định tiêu chuẩn
- Tuân theo chế độ hạch toán- kế toán – thống kê, chế độ báo cáo chịu sự thanh tra của các cơ quan Nhà nước có thẩm quyền.
- Thực hiện nghĩa vụ thuế và các nghĩa vụ khác về tài chính theo quy định của pháp luật.
- Chấp hành các quy định của nhà nước về chế độ tuyển dụng, hợp đồng quản lý và thù lao lao động.
- Tuân thủ các quy định bảo vệ môi trường và các quy định về trật tự an toàn xã hội.

4. Cơ cấu bộ máy quản lý của công ty

Cổ đông sáng lập

_ Ông Nguyễn Đức Chính

Phần vốn góp : 90,32 %

_ Ông Nguyễn Đức Bẩy

Phần vốn góp : 9,68 %

Đại diện theo pháp luật của công ty : ông Nguyễn Đức Chính (Tổng giám đốc).

Số lượng công nhân viên

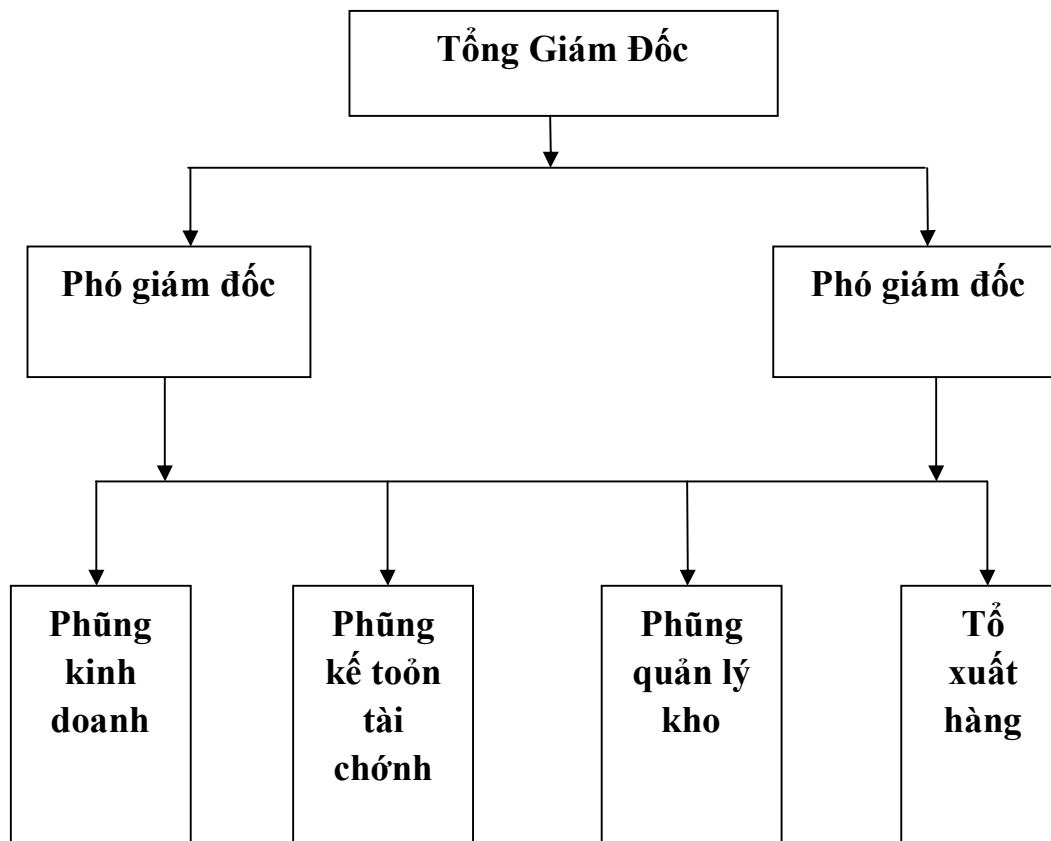
_ Tổng số : 87

_ Cử nhân : 25

_ Lái xe : 12

_ Công nhân kỹ thuật : 30

Mục hính bộ máy tổ chức của cụng ty



Chức năng ,nhiệm vụ

*Tổng giám đốc : ông Nguyễn Đức Chính

- ✓ Hoạch định chiến lược kinh doanh của công ty
- ✓ Trực tiếp điều hành hoạt động của công ty
- ✓ Liên hệ tởm chủ hàng cho cụng ty

*Phó giám đốc: ông Hoàng Như Lễ

- ✓ Hoạch định chiến lược kinh doanh của công ty
- ✓ Phụ trách tài chính, kế toán
- ✓ Phụ trách nhân sự của Công ty
- ✓ Xây dựng hệ thống làm việc trong toàn Công ty
- ✓ Điều hành các hoạt động kinh doanh của Công ty

*Phó giám đốc : ông Nguyễn Đức Bảy

- ✓ Thiết lập và thực hiện mục hõnh dịch vụ kỹ thuật theo định hướng của Công ty
- ✓ Trang bị cho đội ngũ nhân viên đầy đủ kiến thức về kỹ thuật
- ✓ Đảm bảo uy tín, chất lượng dịch vụ thông qua việc đáp ứng nhanh nhất, tốt nhất các yêu cầu hợp lý của khách hàng.

*Trưởng phũng kinh doanh : ụng Nguyễn Doón Phong

- ✓ Hoạch định chiến lược kinh doanh của công ty
- ✓ Điều hành hoạt động kinh doanh của Công ty
- ✓ Tõm kiểm bặt hàng cho cụng ty
- ✓ Nghiên cứu thị trường và đối thủ cạnh tranh
- ✓ Tõm và triển khai các hợp đồng thuê thiết bị

*Kế toán trưởng : bà Hoàng Hương Giang

- ✓ Quản lý nguồn vốn của Cụng ty
- ✓ Quản lý và cõn đổi nguồn hàng
- ✓ Quản lý hệ thống lương toàn Công ty
- ✓ Quản lý hệ thống cơ sở dữ liệu kế toán
- ✓ Quản lý cõc tài sản trong Cụng ty

*Kế toán kho : ông Nguyễn Văn Hiến

- ✓ Quản lý cò tài sản kho
- ✓ Trang bị cho đội ngũ nhân viên đầy đủ kiến thức về kỹ thuật về bảo quản hàng hóa cũng như các trang thiết bị trong kho
- ✓ Đảm bảo uy tín, chất lượng dịch vụ thông qua việc đáp ứng nhanh nhất, tốt nhất các yêu cầu hợp lý của khách hàng

II. Phân tích tõnh hõnh kinh doanh của cụng ty

1. Kế hoạch của công ty

Đầu tư xây dựng kho đông lạnh, kho ngoại quan và nhà máy sản xuất đĩa CD, VCD Sơn Tùng với vốn điều lệ là 2.800.000.000 đ

Địa điểm xây dựng Kho Đông lạnh, Kho Ngoại quan và Nhà máy Sản xuất Đĩa CD của Công ty TNHH Sơn Tùng là khu đất ruộng ven đõi tại xã Hải Hoà, thành phố Móng Cái, tỉnh Quảng Ninh . Đây là khu đất nằm ở cạnh quốc lộ 18 A, cách Trung tâm thành phố Móng Cái khoảng 6 km về phía Đông - Nam, đã được quy hoạch: Đất dự trữ phát triển công nghiệp, thủ công nghiệp của thị xã Móng Cái , tỉnh Quảng Ninh giai đoạn năm 1999 - 2010 " và hoạch định địa giới cấp đất, mặt bằng rộng rãi rất thuận lợi cho các loại phương tiện cơ giới ra vào .

- 1, Phía Bắc: Giáp khu đất nông nghiệp
 - 2, Phía Tây : Giáp Khu đất nông nghiệp
 - 3, Phía Đông : Giáp Khu đất Ngân hàng cổ phần quân đội
 - 4, Phía Nam: Giáp đường Móng Cái đi ra Trà cổ
- Khu đất có tổng diện tích 16.904,43 m2.

Dự án bao gồm các hạng mục đầu tư sau

Giai đoạn I

Đầu tư xây dựng:

- Hệ thống kho bảo quản hàng đông công suất 500 tấn.
- Hệ thống kho bảo quản hàng khô công suất 500 tấn.
- Kho ngoại quan có công suất 10. 000 tấn hàng qua kho/ năm.
- Sân bãi xuất, nhập hàng phục vụ kho bảo quản
- Cửa hàng giới thiệu và bán sản phẩm. Mục đích tạo nên một nơi giao lưu buôn bán xúc tiến các hoạt động thương mại, kích thích phát triển sản xuất, tiêu thụ

sản phẩm.

- Nhà điều hành, giao dịch khách hàng.
- Thiết bị vận tải , nâng hàng chuyên dùng.
- Đầu tư xây dựng công trình cấp nước , thoát nước, xây dựng bể chứa nước phục vụ sinh hoạt , lắp đặt hệ thống điện chiếu sáng cho toàn bộ khu sản xuất và sinh hoạt .

- Các công trình phụ trợ: Nhà bảo vệ, kho chứa nguyên liệu, dụng cụ sản xuất , hệ thống điện (trạm biến áp , nhà để máy phát điện dự phòng), tường rào, trồng cây xanh và sân đỗ quay xe...

Giai đoạn II:

Đầu tư xây dựng một Nhà máy Sản xuất đĩa CD có công suất 3,120 triệu đĩa / năm:

Các nội dung đầu tư nêu trên sẽ được thể hiện Quy hoạch tổng mặt bằng trung dụng .

Khái toán về kinh phí đầu tư xây dựng

Giai đoạn I

- Xây lắp

danh mục	khối lượng	đơn giá (triệu đồng)	thành tiền (Triệu đồng)
1, Kho hàng đông lạnh	1.000 m2	1,100	1.100
2, Kho hàng khô	1.000 m2	1,100	1.100
3, Kho ngoại quan	1.000 m2	1,100	1.100
4, Sân bãi xuất, nhập hàng phục vụ kho bảo quản	5.000 m2	0,200	1.000
5 Khu nhà trưng bày và bán hàng	360 m2	1,500	540
6, Nhà điều hành	648 m2	1,800	1.166,4
7, Nhà bảo vệ	16 m2	0,900	14,4
8, Bể nước ngoài nhà	100 m3	0,5	50
9, Công rãnh thoát nước hố ga	300 m2	0,25	750

10, Cổng, hàng rào xung quanh	500 m	0,25	125
11, Sân đường, bãi đỗ xe	2.822 m ²	0,200	564
12, Điện nước ngoài nhà	tạm tính		160,7
13, Trạm biến áp (vô)	40 m ²	0,8	32
14, San lấp mặt bằng	26.250 m ³	0,015	393,75
15, Bồi thường giải phóng mặt bằng	16.904,43 m ²	0,0117	204,75
Cộng			8.310

- Tổng hợp nhu cầu thiết bị

Đơn vị tính : Triệu đồng

danh mục	khối lượng	đơn giá	thành tiền
I, Hệ thống kho lạnh	1 bộ	2.800	2.800
II, Hệ thống kho thường	1 bộ	180	180
III, Máy đá 5 tấn	1 bộ	150	150
IV, Máy biến áp 560 KVA	1 cái	400	400
V, Phương tiện vận tải	1 cái	150	150
- Xe ô tải lạnh 5 tấn	2 cái	320	320
- Xe nâng hàng 10 tấn	1 cái	180	180
- Xe cầu bánh lốp sức nâng 40 T/ cái	1 cái	1.200	1.200
Cộng			5.380

- Kiến thiết cơ bản khác

Đơn vị tính: Triệu đồng

danh mục	đơn giá	thành tiền
1, Lập dự án khả thi	0,487% x XL x 1,1	44,51
2, Lập Quy hoạch tổng mặt bằng	1,75 ha x 2,6 tr/ha x 3,57 x 1,1	17,86
3, Thiết kế phí	2,57% XL	213,56
5, Thẩm định thiết kế kỹ thuật	0,1096% XL	9,1
6, Thẩm định dự toán	0,0987% XL	8,2

7, Lập hồ sơ mời thầu xây lắp	0,24% XL	19,94
Cộng		343,17

Giai đoạn II

Xây lắp

danh mục	khối lượng	đơn giá (triệu đồng)	thành tiền (Triệu đồng)
Nhà máy sản xuất đĩa CD, VCD	1.250 m2	1,800	2.250
Cộng			2.250

Tổng hợp nhu cầu thiết bị

Đơn vị tính: Triệu
đồng

danh mục	khối lượng	đơn giá	thành tiền
I, Thiết bị sản xuất đĩa CD, VCD	1 dây chuyền	13.875	13.875
2, Xe ô tải 5 - 10 tấn	2 cái	280	560
Cộng			14.435

Tổng hợp vốn đầu tư:

Giai đoạn I

1, Xây lắp	8.310 triệu đồng
2, Thiết bị	5.380 triệu đồng
3 Kiến thiết cơ bản khác	343,17 triệu đồng
4, Tổng mức đầu tư	14.033,17 triệu đồng
Làm tròn:	14.033 triệu đồng

Giai đoạn II

1, Xây lắp	2.250 triệu đồng
------------	------------------

2, Thiết bị	14.435 triệu đồng
3, Tổng mức đầu tư	16.685 triệu đồng
Làm tròn:	16.685 triệu đồng

Dự kiến doanh thu thực hiện các hoạt động sản xuất kinh doanh và dịch vụ của Giai đoạn I như sau:

1, Thu phí Kho đông:

- Thu phí gửi hàng lạnh:

$$500 \text{ tấn} \times 70\% \times 240 \text{ ngày/ năm} \times 25.000 \text{ đ/ ngày} = 2.100.000.000 \text{ đ}$$

- Thu phí gửi hàng khô:

$$500 \text{ tấn} \times 50\% \times 240 \text{ ngày/ năm} \times 7.000 \text{ đ/ ngày} = 420.000.000 \text{ đ}$$

- Thu phí thủ tục xuất hàng: $3.500 \text{ tấn} \times 300.000 \text{ đ/ tấn} = 1.050.000.000 \text{ đ}$

- Thu phí bốc dỡ hàng hoá: 70.000.000.đ/ năm

- Thu khác: 50.000.000 đồng/ năm.

Cộng: 3.690.000.000 đ

2, Thu phí kho ngoại quan;

- Thu phí thủ tục xuất hàng:

$$10.000 \text{ tấn} \times 2 \text{ USA/ tấn} \times 15.970 \text{ đ/ USA} = 319.400.000 \text{ đ}$$

- Thu phí gửi hàng :

$$200 \text{ tấn} \times 240 \text{ ngày/ năm} \times 7.000 \text{ đ/ ngày} = 336.000.000 \text{ đ}$$

- Thu khác: 50.000.000 đồng/ năm.

Cộng : 705.400.000 đ

Dự kiến doanh thu thực hiện các hoạt động sản xuất kinh doanh và dịch vụ của Giai đoạn II như sau:

1, Thu phí Kho đông:

- Thu phí gửi hàng lạnh:

$$500 \text{ tấn} \times 70\% \times 240 \text{ ngày/ năm} \times 25.000 \text{ đ/ ngày} = 2.100.000.000 \text{ đ}$$

- Thu phí gửi hàng khô:

$$500 \text{ tấn} \times 50\% \times 240 \text{ ngày/ năm} \times 7.000 \text{ đ/ ngày} = 420.000.000 \text{ đ}$$

- Thu phí thủ tục xuất hàng: $3.500 \text{ tấn} \times 300.000 \text{ đ/ tấn} = 1.050.000.000 \text{ đ}$

- Thu phí bốc dỡ hàng hoá: 70.000.000.đ/ năm

- Thu khác: 50.000.000 đồng/ năm.

Cộng: 3.690.000.000 đ

2, Thu phí kho ngoại quan;

- Thu phí thủ tục xuất hàng:

10.000 tấn x 2 USA/ tấn x 15.970 đ/ USA = 319.400.000 đ

- Thu phí gửi hàng :

200 tấn x 240 ngày/ năm x 7.000 đ/ ngày = 336.000.000 đ

- Thu khác: 50.000.000 đồng/ năm.

Cộng : 705.400.000 đ

3, Doanh thu Đĩa CD, VCD

3.120.000 cái/ năm x 1,2 NDT/ cái x 1.950 đ/ NDT = 7.300.800.000 đồng

Tổng hợp Tổng doanh thu

danh mục	Năm vận hành						
	1	2	3	4	5	6	7
Tổng doanh thu	4.395,4	4.395,4	4.395,4	4.395,4	11.696,2	11.696,2	11.696,2
Giai đoạn I	4.395,4	4.395,4	4.395,4	4.395,4			
- Kho ngoại quan	705,4	705,4	705,4	705,4			
-Kho hàng đông, hàng khô	3.690	3.690	3.690	3.690			
Giai đoạn II					11.696,2	11.696,2	11.696,2
- Đĩa CD, VCD					7.300,8	7.300,8	7.300,8
- Kho ngoại quan					705,4	705,4	705,4
-Kho hàng đông, hàng khô					3.690	3.690	3.690

2. Về tõnh hõnh kinh doanh của cụng ty

Các mối quan hệ của công ty

Chủ hàng thuê kho ngoại quan và dịch vụ XNK

_Kongho Trading Co.,ltd.

Địa chỉ: Shop 2B, Kwai King Building, 37 Kwong Fricircait Kwai Chung, NT Hong Kong.

Điện thoại: 852.2348.5324

Fax: 852.2379.5618.

Tài khoản: 012-791-1002346-0 tại Ngân hàng Hồng Kông.

Do ông: Lee Ming Fai

Chức vụ: Giám đốc làm đại diện.

_ JUNXIN (H. K) Trading Co., ltd.

Địa chỉ: A4 No.15 of Huang Zhu Street, Sham Shui Po, Kowloon, Hong Kong.

Điện thoại: 852.2397.8228

Fax: 852.2399.7722

Tài khoản: 012-791-1003462-0 tại Ngân hàng Hồng Kông.

Do ông: Jalloh Umara

Chức vụ: Giám đốc làm đại diện.

_CÔNG TY TNHH TM & XNK THIÊN SINH

Địa chỉ : số 36 đường Lê Đại Hành ,P. Vĩnh Tuy, TP Lạng Sơn

Điện thoại 025 241 806

Fax :025 255 128

Tài khoản :14020606814023 Ngân hàng Techcombank chi nhánh tại Lạng Sơn

Do bà : Hoàng Thúy Lan

Chức vụ :giám đốc làm đại diện

_CÔNG TY TNHH QUANG PHÁT

Địa chỉ: số 12 Tô Hiệu_ TP Móng Cái_ Quảng Ninh

Điện thoại : 0333 883 007

Fax :0333 886 598

Tài khoản: 421101030586 tại ngân hàng Nông Nghiệp và phát triển nông thôn TP Móng Cái

Do ông : Nguyễn Đức Bính phó giám đốc làm đại diện

CÔNG TY CP XNK VÀ THƯƠNG MẠI VIỆT THÁI

Do ông: Lê Văn Đông

Chức vụ: Giám đốc làm đại diện

Điện thoại: 04.56.58.468

Địa chỉ: 50 Lê Trọng Tấn_ Thanh Xuân _ HN

Vận chuyển hàng hóa

CTY INNOVGREEN_ QUẢNG NINH

- Địa chỉ: Số 16 – Ngõ 5 – Phố Hải Lộc – Phường Hồng Hải – Hạ Long – Quảng

Ninh

Điện thoại: 033.832. 742/767

Fax: 033.832.717

Do ông: Wang Xiang Dong

- Chức vụ: Giám đốc làm đại diện

HTX vận tải thủy tam bạc

- Địa chỉ: 12 C – Lý Tự Trọng – Hải Phòng

- Điện thoại: 031.822.367

Fax: 031.747.645

- Mã số thuế: 0200144256 – 1

- Số tài khoản: 102010000214047

Phòng giao dịch Phong Lan, Ngân hàng

Công Thương Hồng Bàng

- Do ông: Bùi Ngọc Thành - Chức vụ Phó chủ nhiệm làm đại diện

Ông : **Trần Văn Doán** Chủ tàu số ND 0689

Điện thoại : 0350 883676

Địa chỉ : Cát Thành _Trực Ninh _Nam Định

Khách hàng mua bán hàng hóa

_CÔNG TY PHÁT TRIỂN KINH TẾ KỸ THUẬT ĐÔNG KIỂM

Địa chỉ : Đường Giải Phóng _TP Đông Hưng _ Tỉnh Quảng Tây _Trung Quốc

Điện thoại : 86 770 7684006

Fax : 86 770 7682467

Tài khoản : 8010219 tại ngân hàng nông nghiệp Đông Hưng _Trung Quốc

Do ông : **Hoàng Trung Trự** giám đốc làm đại diện

**_CÔNG TY MẬU DỊCH KINH TẾ ĐỐI NGOẠI ĐỨC BẢO QUẢNG TÂY
TRUNG QUỐC**

Địa chỉ : số 18 phố Đông An _Đông Quan _Quảng Tây _Trung Quốc

Điện thoại : 86 776 38822405

Fax : 86 7763825834

Tài khoản : 016652508093001 tại ngân hàng Trung Quốc chi nhánh Bách Sắc

Do ông : **Ngô Hồng Giang** giám đốc làm đại diện

_TRỊNH THỊ HẰNG

Địa chỉ : số 115 Lự 26 D _Lò Hồng Phong _Ngụ Quyền _Hải Phòng

Điện thoại : 0913246081

Fax : 0313 722199

Tài khoản : 421104001195 tại ngân hàng Nụng nghiệp Hải Phòng

Bà Trịnh Thị Hằng làm đại diện

_CÔNG TY CỔ PHẦN VẬT TƯ NÔNG SẢN

Địa chỉ : số14 Ngô Tất Tố- Quận Đống Đa- TP Hà Nội

Điện thoại : **04.8232995**

Mã số thuế : '0100104066

Đại diện: Ông Nguyễn Tiến Dũng Giám đốc làm đại diện

_CÔNG TY CỔ PHẦN SẢN XUẤT KINH DOANH XNK LAM SƠN THÁI BÈNH

Địa chỉ : Khu CN Đông La - Đông Hưng – Thái Bình

Điện thoại : 036.851.719

Mã số thuế : 1000139388

Đại diện : Ông Nguyễn Như Sơn Chức vụ: Giám đốc- làm đại diện

Thực trạng phát triển của công ty

BẢNG KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH NĂM 2007 VÀ NĂM 2006

Đơn vị tính : đồng

STT	Chỉ tiêu	NĂM 2007	Năm 2006
1	Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ	4.375.038.425	38.783.775.507
2	Các khoản giảm trừ doanh thu		
3	Doanh thu thuần về bán hàng và cung cấp dịch vụ	4.375.038.425	38.783.775.507
4	Giá vốn hàng bán	577.222.500	37.115.596.170
5	Lợi nhuận gộp về bán hàng và cung cấp dịch vụ	3.797.815.925	1.668.179.337
6	Doanh thu hoạt động tài chính	2.671.476	27.882.776
7	Chi phí tài chính	1.383.920	170.811.895
8	Trong đó : chi phí lãi vay		

9	Chi phí bán hàng	3.411.861.141	
10	Chi phí quản lý doanh nghiệp	315.868.621	1.471.900.630
11	Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh	71.373.719	53.349.588
12	Thu nhập khác		
13	Chi phí khác	39.000.000	39.966.025
14	Lợi nhuận khác		
15	Tổng lợi nhuận kế toán trước thuế	32.373.719	13.383.563
16	Lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp	23.309.078	9.636.165

Tỷ suất doanh thu so với tài sản năm 2007 cao hơn năm 2006. Điều này chứng tỏ sức bán hàng và cung cấp dịch vụ của Công ty tăng. Bên cạnh đó tỷ suất LNST so với tài sản năm 2007 cũng tăng so với năm 2006 điều đó chứng tỏ DN đó tiết kiệm được chi phí

- Tỷ suất lợi nhuận sau thuế so với VCSH năm 2007 tăng cao hơn năm 2006 cho thấy hiệu quả sử dụng vốn của công ty là tốt.

Như vậy, qua phân tích một số chỉ tiêu tài chính cho thấy hiệu quả kinh doanh của công ty trong hai năm gần đây có tăng trưởng. DN cần duy trì và phát huy hơn nữa trong những năm tiếp theo để từ đó nâng cao uy tín của DN trên thị trường.

BẢNG BÁO CÁO KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG 3 NĂM GẦN NHẤT

Đơn vị tính: nghìn đồng

Chỉ tiêu	Năm 2006	Năm 2007	Năm 2008
1. Doanh thu thuần	38.783.775	4.375.038	25.611.340
2. Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh	25.466	3.797.815	106.198

3. Lợi nhuận khác	27.882	-	-
4. Lợi nhuận trước thuế	13.383	32373	46.681
5. Lợi nhuận sau thuế	9.636	23.309	46.681

Doanh thu của công ty có sự thay đổi đáng kể và có chiều hướng giảm, nhưng lợi nhuận sau thuế của công ty có xu hướng tăng. Điều này là do công ty chủ yếu kinh doanh về lĩnh vực hàng kho ngoại quan, tạm nhập tái xuất, CK giảm lượng hàng nhập khẩu nên chi phí hàng bán ít, chi phí cho dịch vụ hàng xuất là chủ yếu

3. Những ưu nhược điểm, khó khăn tồn tại của công ty, phương hướng chiến lược phát triển

3.1. Ưu điểm

_ Công ty có đội ngũ công nhân viên trẻ, có năng lực, nhiệt huyết với công việc và rất đoàn kết.

_ Ban lãnh đạo công ty là những người có nhiều kinh nghiệm và có những chính sách đúng đắn. Đặc biệt, ban lãnh đạo luôn có những buổi trò chuyện hết sức thân thiện với nhân viên của công ty, luôn lắng nghe những ý kiến đóng góp từ nhân viên điều này làm cho không khí trong công ty luôn vui vẻ, thoải mái góp phần tạo một môi trường làm việc rất hiệu quả.

_ Công ty có đội ngũ nhân viên kỹ thuật được đào tạo bài bản, thành thạo công việc, không ngừng được nâng cao trình độ góp phần nâng cao hiệu quả sử dụng kho.

_ Chủ hàng của công ty luôn có 1 lượng hàng xuất khẩu khá ổn định điều này đảm bảo mức lợi nhuận cho công ty và giúp công ty giữ được uy tín đối với chủ hàng

_ Công ty có đội ngũ nhân viên phụng kinh doanh rất năng động và có trình độ giao tiếp tốt giúp tìm kiếm chủ hàng mới cho công ty, góp phần tăng thêm lợi nhuận cho công ty

_ Có chế độ khen thưởng, kỷ luật rừ ràng vừa khuyến khích nhân viên đạt thành tích cao trong công việc, vừa nghiêm khắc xử phạt với những hành vi sai phạm

_ Hàng tháng công ty có tổ chức các buổi liên hoan, tạo cho công nhân viên có được những tâm lý thoải mái trước khi bước vào công việc nâng cao hiệu quả làm

việc.

_ Công ty hiện đang trở thành 1 trong những công ty XNK có thương hiệu lớn ở Móng Cái , điều đó giúp cho công ty có được uy tín đối với những chủ hàng và lời cuốn họ hợp tác lâu dài với công ty.

_ Chính sách đẩy mạnh xúc tiến thương mại , xuất nhập khẩu của Tỉnh đề ra nên công ty có nhiều điều kiện thuận lợi để phát triển hơn.

3.2. Nhược điểm

_ Cơ sở vật chất kỹ thuật của công ty cũn yếu kộm cụ thể là kho ngoại quan ,kho bảo quản hàng đông lạnh ,hàng khô của công ty cũn chật hẹp. Trang thiết bị trong cộc phũng cũn thiếu thốn.

_ Công ty có 1 chi nhánh ở Hải Phũng nờn khú khấn trong việc quản lý của ban lónh đạo, mọi việc điều hành đều sử dụng các dịch vụ viễn thông =>khó khấn trong khâu quản lý

_ Công ty chưa có trang Web riêng , không sự quảng bá hõnh ảnh của cụng ty trờn mạng internet => những chủ hàng muón tởm đến công ty cũng rất khó khấn . Chủ hàng của công ty chủ yếu là do công ty tởm kiẻm ,vẫn chưa có những chủ hàng tự tởm đến để hợp tác.

3.3. Những khó khấn, tồn tại của công ty

_ Kho ngoại quan ,kho hàng của cụng ty ở cõch xa bến bói xuất hàng nờn gây khó khấn trong việc đi lại của nhân viên tổ xuất hàng.

_ Cụng ty chủ yếu kinh doanh kho bói, giao nhận hàng hừa XNK và kho ngoại quan nờn việc kinh doanh của cụng ty phụ thuộc vào hàng húa của chủ hàng, điều này làm cho việc kinh doanh của công ty không có tính chất ổn định.

_ Cơ sở hạ tầng (công trờnh giao thụng) khụng thuận tiện, tuyến đường lưu thông hàng hóa cũn hay xảy ra ỏch tắc, khiến hàng húa lưu thông chậm, gây tổn thất cho công ty.

3.4. Phương hướng, chiến lược phát triển của công ty

Thực hiện chiến lược phát triển kinh tế của Đảng và Nhà nước trong "*Phương hướng phát triển kinh tế xã hội tỉnh Quảng Ninh đến năm 2010 và định hướng đến 2020*" đặt ra đối với xuất nhập khẩu :

_Tập trung sức đẩy mạnh công tác xúc tiến thương mại , nâng cao khả năng cạnh tranh của hàng hoá để tăng kim ngạch xuất khẩu , phấn đấu để đạt tốc độ tăng kim ngạch xuất khẩu từ 15 - 20%.

_Phát triển xuất khẩu với sự tham gia của các thành phần kinh tế có sự quản lý thống nhất của Nhà nước. Kết hợp giữa phát triển xuất khẩu trực tiếp với đẩy mạnh xuất khẩu tại chỗ và các hoạt động tạm nhập tái xuất , chuyển khẩu, uỷ thác thu ngoại tệ và dịch vụ vận tải quá cảnh là lĩnh vực địa phương có nhiều lợi thế. Dự báo đến năm 2010 tổng giá trị kim ngạch xuất khẩu của Tỉnh (kể cả du lịch) sẽ đạt 1,5 - 1,8 tỷ USD. Trong đó : Xuất khẩu trực tiếp khoảng 61,3% (trong tỉnh khoảng 53,3%, ngoài tỉnh khoảng 8%); tạm nhập tái xuất và chuyển khẩu uỷ thác khoảng 10%, xuất khẩu tại chỗ 2%, du lịch và dịch vụ 26,7%.

Để thực hiện theo chính sách của tỉnh Quảng Ninh đó đề ra thờ cùng ty đó cú những chính sách mới

_ Tập trung chủ yếu kinh doanh về lĩnh vực hàng kho ngoại quan , tạm nhập tái xuất, CK, giảm lượng hàng nhập khẩu ,giảm chi phí về giá vốn hàng bán.

_Tăng cường các mối quan hệ hợp tác cùng bạn hàng,tạo lập uy tín trong kinh doanh xuất khẩu.

_Nâng cao hiệu quả nguồn hàng xuất khẩu, mở rộng danh mục mặt hàng xuất khẩu có hiệu quả kinh tế.

_Nâng cao hiệu quả các hoạt động nghiệp vụ xuất khẩu đặc biệt là nghiệp vụ giao dịch và đàm phán, ký kết và thực hiện hợp đồng.

CHƯƠNG III : Một số giải pháp thúc đẩy hoạt động kinh doanh XK của công ty

I. Định hướng phát triển kinh doanh

1. Phương hướng hoạt động của công ty trong thời gian tới

Do đứng trước xu thế biến động mạnh mẽ chung của nền kinh tế thế giới, bên cạnh

đó Đảng và Nhà nước ta đang có chính sách khuyến khích đầu tư kinh doanh, tạo điều kiện cho các thành phần kinh tế tham gia sản xuất kinh doanh với mục tiêu đến năm 2010 đưa đất nước ta trở thành một nước công nghiệp. Trước những thách thức lớn của nền kinh tế thế giới và những yêu cầu bức thiết của Đảng và Nhà nước ta, các nhà kinh doanh nói chung và công ty TNHH Sơn Tùng nói riêng phải từng bước đổi mới, đa dạng hoá mặt hàng xuất nhập khẩu, vạch ra các chiến lược kinh doanh hợp lý. Bước vào những năm tới, khó khăn và thuận lợi của những năm qua vẫn còn tác động đến hoạt động kinh doanh XNK của công ty, nhà nước sẽ giảm nhẹ các thủ tục nhằm khuyến khích XK nhưng về NK Nhà nước sẽ quản lý chặt chẽ hơn bằng công cụ thuế của mình trong khi hoạt động kinh doanh của công ty mấy năm gần đây là NK nhiều hơn XK. Để hoàn thành kế hoạch và nâng cao hiệu quả kinh doanh công ty sẽ tập trung hoạt động vào các vấn đề sau:

Tăng cường công tác chính trị tư tưởng làm cho cán bộ công nhân viên thấy hết được các khó khăn trong giải quyết công ăn việc làm, nâng cao đời sống cho cán bộ công nhân viên trong điều kiện thay đổi cơ chế cạnh tranh gay gắt, động viên toàn thể cán bộ công nhân viên vì lợi ích của mình và sự tồn tại phát triển của công ty mà ra sức làm việc có hiệu quả hơn.

Không ngừng đào tạo bồi dưỡng cán bộ kinh doanh, nâng cao trình độ chuyên môn để phù hợp với xu hướng phát triển của công ty.

Cùng với việc sắp xếp lại tổ chức, tăng cường bố trí cán bộ có kinh nghiệm về nghiệp vụ ngoại thương cho các phòng nghiệp vụ đồng thời bố trí cán bộ có năng lực cho các chi nhánh để có đủ điều kiện tìm hiểu thị trường trong và ngoài nước để từng bước dần dần tạo thế cân bằng giữa XK và NK làm cho hiệu suất kinh doanh ngày càng tăng.

Mở rộng mối quan hệ kinh doanh với các doanh nghiệp trong và ngoài nước, trên cơ sở duy trì các bạn hàng truyền thống và quen thuộc.

Tăng cường các công tác quản lý tài chính, tiết kiệm trong chi tiêu và sử dụng vốn có hiệu quả, áp dụng chế độ ký kết hợp đồng cụ thể hoá công việc cho người lao động và động viên tốt chức trách được giao.

Trong thời gian tới, công ty tiếp tục mở rộng kinh doanh, tận dụng những cơ hội trên thị trường, mở rộng các mặt hàng kinh doanh XNK sang các lĩnh vực khác, để tăng cường doanh số của công ty, nâng cao lợi nhuận để giúp cho công ty ổn định, phát triển và đứng vững trên thị trường.

Tăng cường các hoạt động XK hàng hoá bằng hình thức tạm nhập tái xuất hay XK trực tiếp để dần dần tạo thế cân bằng giữa XK và NK

2. Những căn cứ thực tiễn

Kể từ khi thành lập đến nay công ty Với đội ngũ nhân viên và ban lãnh đạo hùng hậu có trách nhiệm, có năng lực cao. Công ty đã có những bước kinh doanh nhạy bén, thu được lợi nhuận cao. Do đã làm quen được điều kiện kinh doanh khốc liệt nên giờ đây công ty đã phần nào chủ động được trong kinh doanh hơn. Vì đội ngũ lãnh đạo có năng lực, nhiệt tình với công việc nên việc bố trí cũng như phân cấp lao động hợp lý, tạo đà cho công nhân viên làm việc đúng với khả năng của bản thân, cộng thêm đó là niềm tin của các cán bộ công nhân viên đối với chiến lược kinh doanh của công ty. Trên đây là những tiền đề để công ty hội nhập kinh tế quốc tế ngày một tiến bộ hơn, nhanh hơn. Cho đến thời điểm hiện nay công ty đã có rất nhiều bạn hàng trên thị trường trung Quốc, do đó rất thuận tiện cho việc đẩy mạnh quan hệ thương mại. Bên cạnh đó được sự chú ý của Đảng và nhà nước dưới hình thức khuyến khích, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu các mặt hàng mà pháp luật Việt Nam không cấm. Trên đây là những thế mạnh để công ty hoạt động một cách có hiệu quả. Để có được những hiệu quả kinh doanh tương xứng, công ty phải từng bước đưa ra các chiến lược hợp lý hơn nữa trong kinh doanh, được vậy công ty mới thu được lợi nhuận. Mặt khác phải nâng cao hơn nữa trình độ đội ngũ cán bộ công nhân viên, áp dụng khoa học kỹ thuật vào hoạt động sản xuất kinh doanh, đa dạng hoá các mặt hàng xuất nhập khẩu. Công ty tiếp tục thực hiện các cơ chế mở cửa, cho phép các cán bộ kinh doanh trực tiếp giao dịch đối nội, đối ngoại thực hiện các hợp đồng thoả thuận giá cả và tiếp tục thực hiện việc giao khoán cho các phòng kinh doanh và các chi nhánh nhằm phát huy tính sáng tạo của đội ngũ cán bộ công nhân viên trong công ty. Hơn nữa ban lãnh đạo luôn luôn xem xét và sửa đổi các quy chế của công ty để phù hợp với xu thế

kinh tế trong tình hình mới, thực hiện linh hoạt các chính sách tiền lương, khen thưởng kỷ luật trong sản xuất kinh doanh của công ty. Cũng cố các tổ chức của đảng đoàn thể trong công ty và các chi nhánh trực thuộc, giữ gìn đoàn kết nhất trí nội bộ, bảo đảm cho công tác tổ chức an ninh trong công ty được an toàn, đảm bảo công ăn việc làm, đời sống cán bộ công nhân viên. Ưu tiên các mặt hàng kinh doanh sản xuất mũi nhọn.

3. Các định hướng

Trong điều kiện như hiện nay cộng với những tiềm lực vốn có của công ty, công ty đang có những lợi thế và khó khăn nhất định, chính vì thế công ty đã tự vạch ra cho mình hướng đi riêng trong năm mới, nhằm mục đích tập trung phát triển và khai thác những thị trường hiện có và cố gắng dành được những thị trường tiềm năng.

Về sản phẩm: Hiện tại tình hình kinh tế thế giới nói chung và tình hình kinh tế trong nước nói riêng đang có sự bất ổn, giá cả tăng liên tục. Nguyên nhân của tình trạng đó có cả nguyên nhân chủ quan lẫn khách quan, song nguyên nhân chính làm tăng các mặt hàng sản phẩm trên thị trường là: Do giá dầu bất ổn trên thị trường thế giới, cuộc khủng hoảng hạt nhân trên bán đảo Triều Tiên và Iran, dịch cúm gia cầm đã ảnh hưởng đến xu hướng tiêu dùng của người dân. Ngoài ra do đồng tiền Việt Nam đang có biểu hiện lạm phát. Trước tình hình đó công ty sẽ và phải cố gắng giữ vững tốc độ tăng trưởng kinh tế của công ty. Công ty đang cố gắng phát triển kinh doanh xuất nhập khẩu các mặt hàng công ty có thế mạnh như: Hàng nông sản,

Về giá: Trước tình hình kinh doanh đang có sự cạnh tranh khốc liệt, để công ty phát triển mạnh hơn nữa bên cạnh cần phải chú ý đến chất lượng sản phẩm còn cần phải chú ý cạnh tranh về giá cả hàng hoá. Với những điều kiện sẵn có về điều kiện tự nhiên, nhân lực cùng với sự phát triển khoa học kỹ thuật. Chắc chắn để có được sự cạnh tranh về giá cả trên thị trường có lợi cho công ty sẽ không khó để giải quyết

Về hệ thống phân phối: Để hàng hoá tiêu thụ được nhiều hơn nữa công ty cần có sự phân phối hàng hoá hợp lý hơn nữa, tạo được một hệ thống phân phối vững mạnh. Nhưng hiện tại để xây dựng được một hệ thống phân phối hành hoá của công ty tại thị trường nước ngoài hiện nay là rất khó khăn, do việc cạnh tranh với các

doanh nghiệp nước ngoài tại sân nhà của họ là rất khó khăn với tất cả các doanh nghiệp nước ta. Vì thế việc cần có phương án để có được hệ thống phân phối lớn ở nước ngoài là điều hợp lý. Đây cũng là điều mà công ty đang muốn xây dựng trong năm nay, đây là chính là cầu nối để tăng khả năng tiêu thụ sản phẩm trong năm nay. Đa dạng hoá các chủng loại hàng hoá dựa trên những nguồn hiện có sẵn để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng.

Các mục tiêu đến năm 2010:

- Về giá trị xuất khẩu : Đẩy mạnh xuất khẩu để tăng doanh thu tối đa.
- Về thị trường : Mở rộng thêm thị trường Trung Quốc với cụng ty hiệu rằng Trung Quốc là 1 thị trường rộng lớn và tiềm năng
- Hoàn tất các công trình dự án đầu tư, nâng cao chất lượng sản phẩm xuất khẩu nhằm tăng kim ngạch xuất khẩu và khẳng định vị thế và tên tuổi công ty trên thị trường

II. Một số giải pháp thúc đẩy hoạt động XK tại công ty TNHH Sơn Tùng

1. Đẩy mạnh nghiên cứu thị trường ,thu thập thông tin

Hiện nay, vấn đề trở thành trung tâm của mọi hoạt động sản xuất kinh doanh của bất kỳ doanh nghiệp nào là việc tiến hành công tác nghiên cứu thị trường, vì nó quyết định sự tồn tại hay phá sản của doanh nghiệp. Đối với doanh nghiệp XNK thì nghiên cứu thị trường càng đóng vai trò quan trọng và quyết định. Trước đây việc nghiên cứu thị trường nước ngoài là không quan trọng bởi XNK theo nghị định thư của Nhà nước nên bạn hàng là do Nhà nước chỉ định, nhưng sang cơ chế tự hoạch toán kinh doanh, công ty phải tự tìm bạn hàng, giao dịch, thị trường cũ quen biết biến động, thị trường mới mở rộng, thì nắm vững thị trường nước ngoài là công việc có ý nghĩa sống còn đối với công ty hiện nay. Việc nghiên cứu thị trường ở công ty mới ở mức trung bình, khái quát như nắm được tình hình chung về kinh tế - chính trị - xã hội ở thị trường đó, về bạn hàng cũng chỉ nắm sơ qua về loại hình kinh doanh của họ, đại diện của họ, mối quan hệ cũ của họ với công ty. Do đó trong thời gian

tới phòng, công ty cần đẩy mạnh hơn nữa công tác này, cần đi vào cụ thể, chi tiết hơn như phải nắm chính xác:

-Chế độ chính sách, luật pháp có ảnh hưởng như thế nào đến kinh doanh trực tiếp ở thị trường đó cũng như phong tục tập quán của họ.

-Cần nắm rõ hơn về uy tín, cơ sở vật chất kỹ thuật và nhất là tình hình kinh doanh nội tại của bạn hàng cần giao dịch.

-Xác định rõ phạm vi trách nhiệm và quyền hạn của người đứng tên giao dịch của đối tác.

Trong nền kinh tế thị trường năng động như hiện nay, thì công tác nghiên cứu thị trường thực hiện kế hoạch kinh doanh một cách bài bản và khoa học đang trở nên quan trọng hơn hết đối với bất kỳ doanh nghiệp nào. Nghiên cứu thị trường tốt sẽ giúp cho công ty có nhiều cơ hội kinh doanh mới và kinh doanh có hiệu quả.

Công tác nghiên cứu thị trường đòi hỏi công ty cần phải tiếp xúc, cọ sát nhiều hơn với thị trường, nắm bắt các thông tin một cách cập nhật, đặc biệt là thông tin của các đối thủ cạnh tranh, nhu cầu thị hiếu của khách hàng về mẫu mã, chất lượng chủng loại và giá cả của các sản phẩm có mặt trên thị trường, các chính sách ưu đãi của nhà nước về mặt hàng, hay những thay đổi của các chính sách nhà nước cũng như việc ban hành các văn bản hay pháp lệnh mới...

Qua tìm hiểu cho thấy việc nghiên cứu thị trường của công ty đã được tiến hành nhưng còn đang rời rạc và ít thực tế nên các thông tin này chưa thật hiệu quả. Do đó công ty cần có một đội ngũ cán bộ nghiên cứu thị trường có đủ trình độ chuyên môn và bám sát thực tế, các thông tin đơn vị cơ sở chứ không chỉ đơn thuần là các báo cáo của các đơn vị gửi lên hay các thông tin trên các phương tiện truyền thông đại chúng, vì đây chỉ là những thông tin thứ cấp do đó sẽ không mang tính cập nhật và chuẩn xác. Do đó các đội ngũ này cần phải nắm bắt thông tin thị trường một cách thực tế hơn để có thể giúp cho các nhà lãnh đạo ra quyết định một cách chính xác và đưa ra những chiến lược kinh doanh đúng đắn và có hiệu quả.

Như vậy người làm công tác phải phân tích chính xác tình hình biến động của thị trường. Việc xây dựng kế hoạch phát triển của doanh nghiệp cần phải dựa trên

những kinh nghiệm của những năm trước, bản chất của từng hợp đồng đã được ký kết và khả năng thu thập hàng hoá của công ty chỉ dựa hoàn toàn vào tình hình của thị trường. Nếu làm được điều này chắc chắn sẽ làm tăng hiệu quả hoạt động kinh doanh của công ty.

Xác định nhu cầu và dự đoán nhu cầu hàng hoá trên thị trường thế giới, cần tìm hiểu rõ những vấn đề sau: Xác định tiềm năng của thị trường về các mặt cần bán thông qua số liệu thống kê, bán hàng thử, thông qua thăm dò ý kiến khách hàng. Xác định yêu cầu cụ thể về mặt hàng của mình như chủng loại mẫu mã, những tiêu chuẩn kỹ thuật, những quy định về nhập khẩu, phương thức bán như thế nào cho phù hợp. Từ đó có các biện pháp đúng trong việc xác định kênh phân phối, chính sách quảng cáo, xúc tiến và giá cả.

Xem xét đến các yếu tố ảnh hưởng đến dung lượng thị trường như sự biến đổi tình hình thế giới, tính chất thời vụ trong sản xuất, phân phối và lưu thông hàng hoá. Sự tiến bộ của khoa học công nghệ, biện pháp chế độ, chính sách nhà nước, thị hiếu tập quán người tiêu dùng, các loại hàng hoá thay thế.

Nghiên cứu các chính sách ngoại thương của các quốc gia có ảnh hưởng như thế nào đến hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu, như sự can thiệp của chính phủ vào hoạt động xuất nhập khẩu: Việc hạn chế những loại mặt hàng nào và các chính sách ưu đãi khuyến khích những loại mặt hàng nào, điều này có ảnh hưởng trực tiếp đến kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của công ty. Đặc biệt là các văn bản pháp luật nhà nước ban hành, cần được nghiên cứu và áp dụng triệt để những lợi thế mà luật pháp cho phép.

Bên cạnh đó chúng ta cần xác định các đoạn thị trường mục tiêu, xác định các đoạn thị trường đang có nhu cầu của khách hàng mà công ty có thể đáp ứng được điều đó, tùy vào điều kiện của công ty mà xác định cho mình một thị trường phù hợp. Vì thị trường mục tiêu tác động đến lợi nhuận của công ty, do đó công ty cần phải xác định cho mình thị trường mục tiêu.

2. Đẩy mạnh công tác đào tạo cán bộ

Trong quá trình kinh doanh cũng cần tiếp tục giảm bớt những cán bộ làm việc không có hiệu quả để dần dần thanh lọc được một đội ngũ cán bộ có trình độ, có trách nhiệm, năng động, sáng tạo, phù hợp với cơ chế mới. Nên quy hoạch đào tạo sắp xếp lại đội ngũ cán bộ cho phù hợp, cần phải trẻ hoá đội ngũ cán bộ.

- Với cán bộ lãnh đạo: Phải là người có trình độ lãnh đạo trên mọi phương diện, có đầu óc sáng tạo năng động, có kiến thức trình độ cũng như kinh nghiệm trong việc tiến hành các hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu để từ đó có thể chủ động trong các cuộc giao dịch đàm phán. Hơn ai hết cán bộ lãnh đạo của công ty phải là người thông thạo ngoại ngữ đặc biệt là tiếng Trung. Bởi lẽ khi giao dịch mà nắm vững ngoại ngữ của bạn thì việc giao dịch giữa hai bên sẽ diễn ra thuận lợi hơn nhiều đồng thời có thể chủ động và phản ứng kịp thời những tình huống xảy ra trong giao dịch buôn bán. Một người lãnh đạo có tài còn là người biết tạo được môi trường thuận lợi thuận lợi ở cơ quan mình, vì như vậy mới tránh được tình trạng chán nản trong công việc và đương nhiên ngày làm việc sẽ có hiệu quả hơn. Cán bộ lãnh đạo chính là bộ mặt của công ty vì vậy hợp tác với công ty của các bạn hàng khác phụ thuộc rất nhiều vào việc ngoại giao của cán bộ lãnh đạo.

Đối với các cán bộ nghiệp vụ: Phải là những người có trình độ, kiến thức về ngoại thương, có phương pháp tư duy tốt, biết đánh giá phân tích là tổng kết tình hình. Đặc biệt là đối với cán bộ làm việc tại các cơ quan có liên quan đến nước khác thì việc đòi hỏi có ngoại ngữ là điều tất yếu. Hiện nay, ở công ty nói chung các cán bộ đều rất am hiểu ngoại ngữ vì vậy việc giao dịch với bạn hàng không có gì khó khăn lắm, đồng thời tránh được sức ép mà bên kia đưa ra, từ đó tránh được các thiệt hại về tài sản cho toàn công ty và thực hiện tốt các hợp đồng.

3. Xác định đúng đắn mục tiêu XNK

Mục tiêu số một của các nhà sản xuất kinh doanh nói chung là tạo ra lợi nhuận. Có được vậy đòi hỏi các đơn vị phải xác định đúng đắn các mục tiêu xuất nhập khẩu, cần quan tâm đến vấn đề điều hoà vốn và thời gian hoàn vốn. Vấn đề lợi nhuận chi phối toàn bộ quá trình kinh doanh, song cần chú ý đến những lợi ích chung của xã hội như: Môi trường, chủ quyền của quốc gia và hiệu quả chung của toàn xã hội.

Để đạt được kết quả tốt nhất cho công ty, ngoài vấn đề nâng cao hiệu quả tiềm lực sẵn có cần phải quan tâm đến các chiến lược, xác định được các mục tiêu kinh doanh đúng đắn, phải nhận biết được đâu là thuận lợi và thách thức đối với công ty, từ đó tìm ra nguyên nhân và giải pháp.

4. Đa dạng hóa hình thức kinh doanh

Trước thực tế, tình hình kinh doanh ngày càng cạnh tranh gay gắt hơn, thì việc đa dạng hoá hình thức kinh doanh xuất nhập khẩu của công ty là một hệ quả tất yếu. Trước đây công ty luôn dựa vào hình thức xuất nhập khẩu uỷ thác, nhưng nay do có nhiều nhà kinh doanh xuất nhập khẩu nên việc xuất nhập khẩu uỷ thác giảm dần. Tuy biết như vậy sẽ tạo ra khó khăn cho công ty, những việc đa dạng hoá hình thức xuất nhập khẩu sẽ tạo cho công ty chủ động hơn trong việc kinh doanh và cân đối được xuất khẩu và nhập khẩu, muốn vậy đòi hỏi trình độ các nhân viên của công ty phải được nâng cao hơn nữa để phù hợp với tình hình mới.

5. Mở rộng mặt hàng kinh doanh

Hiện tại sản phẩm trên thị trường rất đa dạng cả về chủng loại, có nhiều sản phẩm có khả năng thay thế được các mặt hàng khác. Vì thế công ty cần đa dạng hoá nhiều mặt hàng kinh doanh, có vậy sẽ khắc phục được nhược điểm của từng sản phẩm cho nhau trong quá trình kinh doanh. Việc đa dạng hoá sản phẩm kinh doanh còn làm tăng mối quan hệ với bạn hàng trong và ngoài nước. Tuy nhiên do công ty vừa mới bước chân vào đa dạng hoá sản phẩm kinh doanh nên kinh nghiệm còn hạn chế, trong khi đối thủ cạnh tranh lại nhiều, do đó đòi hỏi công ty phải linh động hơn nữa, đưa ra các quy chế trong kinh doanh, xác định mục tiêu và phương hướng trong kinh doanh

6. Củng cố và quan hệ tốt với bạn hàng cũ, mở rộng phát triển với các bạn hàng mới

Trong nền kinh tế thị trường hiện nay, thu được lợi nhuận là điều mà công ty cần quan tâm, song điều quan trọng không kém nữa đó là phải giữ được khách hàng.

Cái cốt yếu trên thương trường hiện nay của các công ty là giành phần thắng về khách hàng, muốn vậy công ty cần tạo chữ tín đối với khách hàng, không nên vì một lợi nhuận nhỏ mà làm mất đi bạn hàng trong kinh doanh, vì gây dựng được bạn hàng trong kinh doanh là điều rất quan trọng nhưng rất khó làm. Tuy nhiên cũng cần phải đánh giá tương lai triển vọng của các khách hàng, bạn hàng cũ từ đó tập trung coi mối quan hệ nào tốt hơn để đem lại hiệu quả hơn trong hợp tác kinh doanh cả về hiện tại và lâu dài. Do yếu tố cạnh tranh nên đòi hỏi công ty không được bó hẹp phạm vi kinh doanh, điều đó có nghĩa là cần phải mở rộng bạn hàng trong kinh doanh, bạn hàng kinh doanh ở đây không chỉ dừng lại ở trong nước mà cần phải bước ra cả nước ngoài nữa. Có được vậy công ty mới có khả năng đứng vững được trên thị trường kinh doanh.

7. Phải có những quy chế phù hợp trong kinh doanh

Để công ty làm ăn có hiệu quả hơn thì công ty cần đưa ra mục tiêu riêng cho mình, đưa ra mục tiêu cho từng phòng kinh doanh phải xuất nhập khẩu bao nhiêu? thời gian là bao nhiêu? Tuy vậy quá trình đặt mục tiêu cho từng phòng kinh doanh đòi hỏi cũng cần phải xem xét một cách khách quan, công bằng và đặt mục tiêu lợi nhuận của công ty lên hàng đầu. Mặt khác cũng cần phải đưa ra chỉ tiêu chất lượng hàng hoá xuất khẩu và nhập khẩu, tránh tình trạng xuất khẩu hoặc nhập khẩu các mặt hàng có chất lượng kém, lỗi thời, nếu như vậy sẽ làm cho doanh thu của công ty bị giảm thậm chí thua lỗ. Ngoài ra công ty cần phải có hình thức thưởng phạt xứng đáng cho các cá nhân và phòng kinh doanh trong quá trình hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu. Chẳng hạn như: Nếu một cá nhân nào đó hoạt động năng nổ, hiệu quả đem lại lợi nhuận cho công ty hoặc phòng kinh doanh xuất nhập khẩu nào đó hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ thì công ty nên có hình thức thưởng xứng đáng. Bên cạnh đó, nếu không hoàn thành công việc, kinh doanh kém hiệu quả thì cần có khiển trách, chỉ ra sai lầm của họ để lần sau họ làm việc hiệu quả tốt hơn. Tuy nhiên vấn đề thưởng phạt phải công minh, tránh tình trạng ganh tỵ nhau không lành mạnh sẽ dẫn đến bất đồng nội bộ. Công ty cần đưa ra số vốn tối thiểu nhất để các phòng có thể hoạt động kinh doanh đem lại hiệu quả, tránh tình trạng đưa vốn ra quá nhiều mà thu lại với thời gian lâu, có nghĩa là phải quay vòng vốn càng nhanh càng tốt.

III. Một số kiến nghị đối với nhà nước về những vấn đề liên quan đến quản lý vĩ mô

Để làm tốt việc kinh doanh XNK, ngoài nỗ lực của Công ty, kiến nghị Nhà nước cần phải có cơ chế và một số biện pháp thích hợp : Sự phát triển bền vững nền kinh tế chúng ta phụ thuộc phần lớn vào chính sách thương mại của Nhà nước. Chính sách thương mại phải có tác dụng gắn nền kinh tế nước ta với nền kinh tế khu vực và thế giới.

1. Về chính sách thuế XNK

Thuế là nguồn thu chủ yếu chiếm phần lớn trong ngân sách nước ta, do đó nộp thuế là nghĩa vụ và quyền lợi của mỗi người. Nhà nước dùng tiền mà các doanh nghiệp kinh doanh đóng thuế để xây dựng các công trình công cộng, an ninh quốc phòng. Tuy nhiên ngày hội nhập tổ chức thương mại thế giới WTO của Việt Nam đang đến gần, vì thế dần dần thuế xuất nhập khẩu sẽ bị xoá. Do đó nhà nước ta cần tăng thuế doanh thu, bên cạnh đó để bảo hộ ngành xuất khẩu của Việt Nam cần giảm thuế doanh thu đối với các mặt hàng xuất khẩu. Nhà nước cần làm mạnh hơn nữa để chống tình trạng buôn bán hàng lậu, hàng giả làm ảnh hưởng đến tình hình kinh doanh trên thị trường nước ta. Hệ thống thuế cần được kiện toàn lại đảm bảo chống thất thu.

2. Về chính sách hạn ngạch XNK

Hiện nay vấn đề xuất nhập khẩu ở nước ta đang chịu sự điều chỉnh của cơ quan Nhà nước, các doanh nghiệp kinh doanh xuất nhập khẩu phải chịu một mức hạn ngạch xuất nhập khẩu nhất định. Tuy nhiên việc phân bổ hạn ngạch xuất nhập khẩu Nhà nước cần xem xét lại cho phù hợp hơn, hiện nay việc phân bổ hạn ngạch đang có nhiều bất cập gây không ít phiền hà cho các cơ sở, không phù hợp với cơ chế thị trường. Cần thắt chặt vấn đề xuất nhập khẩu, chỉ cho phép các doanh nghiệp đã đăng ký kinh doanh xuất nhập khẩu mới được phép xuất nhập khẩu.

3. Về chính sách quản lý ngoại tệ

Quá trình xuất nhập khẩu cần phải được đảm bảo đầu vào lẫn đầu ra, có nghĩa là các doanh nghiệp luôn luôn phải giao dịch với các bạn hàng trong và ngoài nước, điều đó cũng đồng nghĩa với việc luôn cần một lượng ngoại tệ để trao đổi mua bán hàng hoá. Vì hiện nay cả nước có rất nhiều đơn vị kinh doanh xuất nhập khẩu, do đó nhà nước cần có biện pháp quản lý chính sách phù hợp để tránh tình trạng khan hiếm ngoại tệ. Hiện nay đồng tiền Việt Nam đang bị mất giá, do đó Nhà nước cần có chính sách mạnh để kìm hãm sự mất giá của đồng tiền, làm được điều đó thì việc xuất nhập khẩu của các công ty kinh doanh xuất nhập khẩu làm ăn mới có lãi.

4. Tăng cường công tác tiếp thị Xuất khẩu

Hiện nay có một số doanh nghiệp Việt nam sản xuất được mặt hàng chất lượng cao, có thể xuất khẩu ra nước ngoài, song thực tế cho thấy các mặt hàng đó chưa có chỗ đứng trên thị trường do việc tiếp thị thị trường kém. Trong khi đó, một số vài năm gần đây chúng ta mắc phải tình trạng nhập khẩu các lô hàng công nghệ cũ kỹ mà giá thành lại cao. Đó chính là việc yếu kém ở khâu tiếp thị và thu thập thông tin, vì thế nhà nước ta cần hỗ trợ các doanh nghiệp xuất nhập khẩu trong việc nghiên cứu tiếp cận thị trường nước ngoài

5. Nhà nước cần tạo môi trường kinh doanh cho các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế

Thực tế cho thấy hiện nay trong nhân dân có một lượng lớn kinh doanh nhỏ lẻ, vì sự sống còn của loại hình thức này mà nhà nước nên tạo môi trường kinh doanh cho họ. Nhà nước nên thực hiện các chính sách hành lang, tạo điều kiện cho các đơn vị này liên kết với các đơn vị kinh doanh xuất nhập khẩu trong và ngoài nước. Bên cạnh đó nhà nước cần khuyến khích các nhà đầu tư nước ngoài đầu tư vào Việt nam mạnh mẽ hơn nữa. Hiện nay mặc dù Nhà nước đã tạo được môi trường kinh doanh cho các doanh nghiệp, nhưng chưa được hoàn thiện, tuy nhiên thực hiện điều này cần có thời gian và Nhà nước cần quan tâm hơn nữa đến việc bảo vệ quyền kinh doanh của các doanh nghiệp đặc biệt là các doanh nghiệp XNK như công ty TNHH

Sơn Tùng

Xuất nhập khẩu là đòn bẩy kinh tế đáng kể, nó làm cho nền kinh tế phát triển hơn, làm cho mối quan hệ giữa các quốc gia ngày một xích lại gần nhau hơn.

Tài Liệu Tham khảo

1. Thời báo kinh tế Việt Nam 2004- 2005.
2. Giáo trình Kinh tế ngoại thương - Trường ĐH Ngoại thương.
3. Giáo trình quản lý học kinh tế quốc dân- khoa khoa học quản lý - Đại học kinh tế quốc dân- Tác giả: Nguyễn Hoàng Toàn- Mai Văn Bưu.
4. Báo điện tử vietnamnet.vn
5. Các doanh nghiệp XNK trong cơ chế thị trường - thư viện Trường ĐHKQTĐ
6. Giáo trình Thương Mại Quốc Tế – khoa Thương Mại- Đại Học Kinh Tế Quốc Dân-Tác giả: Trần Hoà
7. Báo Lao động số ra ngày 10 tháng 1 năm 2006.
8. Báo cáo tổng kết cuối năm của công ty TNHH Sơn Tùng
10. Các văn bản hợp đồng của công ty TNHH Sơn Tùng
11. Một số tài liệu về lịch sử hình thành và phát triển của công ty TNHH Sơn Tùng (Do phòng tổ chức cung cấp)

12. Giáo trình Triết học chủ nghĩa Mac-Lenin- Nhà xuất bản chính trị quốc gia

13. Giáo trình Kinh tế chính trị-Nhà xuất bản giáo dục.

Mục lục

Lời nói đầu	1
Chương I: Cơ sở lý luận chung về hoạt động sản xuất kinh doanh xuất nhập khẩu	2
I. Một số khái niệm	2
1. Khái niệm, bản chất của hoạt động sản xuất kinh doanh	2
1.1. Định nghĩa	2
1.2. Bản chất	2
2. Khái niệm thương mại và kinh doanh thương mại	2
2.1. Khái niệm về thương mại	2
2.2. Khái niệm về kinh doanh thương mại	3
3. Khái niệm, bản chất của hiệu quả sản xuất kinh doanh xuất nhập khẩu	3
3.1. Khái niệm hiệu quả sản xuất kinh doanh xuất nhập khẩu	3
3.2. Bản chất của hiệu quả sản xuất kinh doanh xuất nhập khẩu	3
4. Khái niệm về công ty cổ phần	4
II. Đặc điểm hoạt động kinh doanh của Công ty dịch vụ kinh doanh xuất nhập khẩu	4
1. Công ty XNK và hoạt động kinh doanh thương mại trong nền kinh tế quốc dân	4
1.1. Vai trò XNK và hoạt động kinh doanh thương mại trong nền kinh tế quốc dân	4
1.1.1. Vai trò của kinh doanh nhập khẩu	4
1.1.2. Tầm quan trọng của xuất khẩu đối với quá trình phát triển kinh tế	5
1.2. Vị trí của Công ty XNK trong nền kinh tế quốc dân	6
1.2.1. Khái niệm hoạt động xuất nhập khẩu	6
1.2.2. Vị trí của công ty XNK trong nền kinh tế quốc dân	6
2. Các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả sản xuất kinh doanh xuất nhập khẩu	7
2.1. Nhóm nhân tố khách quan	7
2.2. Nhóm nhân tố chủ quan	10
3. Hệ thống chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sản xuất kinh doanh	12
3.1. Các chỉ tiêu hiệu quả kinh doanh tổng hợp	13
3.1.1. Các chỉ tiêu doanh lợi	13

3.1.2. Các chỉ tiêu hiệu quả kinh doanh theo chi phí	13
3.2. Một số chỉ tiêu hiệu quả kinh doanh theo lĩnh vực hoạt động	14
3.2.1. Hiệu quả sử dụng lao động	14
3.2.2. Hiệu quả sử dụng vốn	15
3.2.3. Hiệu quả sử dụng nguyên vật liệu	17
III. Nội dung cơ bản của hoạt động xuất nhập khẩu	17
1. Nghiên cứu tiếp cận thị trường xuất nhập khẩu	18
2. Xây dựng chiến lược và kế hoạch kinh doanh XNK.....	18
3. Tổ chức thực hiện chiến lược - kế hoạch kinh doanh XNK.....	19
4. Đánh giá hoạt động kinh doanh XNK	19
5. Phương hướng cơ bản nhằm thúc đẩy hoạt động kinh doanh XNK của doanh nghiệp	20
IV. Sự cần thiết nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh XNK	21
1. Đối với công ty	21
2. Đối với việc kinh doanh của công ty	21
3. Đối với Nhà nước	22
Chương II: Thực trạng về tình hình hoạt động sản xuất XNK của Công ty cổ phần sản xuất dịch vụ XNK Từ Liêm - TULTRACO	23
I. Tóm lược về tình hình chung của công ty	23
1. Quá trình hình thành và phát triển của doanh nghiệp	23
2. Chức năng và nhiệm vụ của Công ty cổ phần sản xuất dịch vụ XNK Từ Liêm - TULTRACO.....	24
2.1. Chức năng của công ty	24
2.2. Nhiệm vụ của công ty	25
3. Cơ cấu bộ máy quản lý của công ty	25
4. Đặc điểm kinh doanh của công ty	28
4.1. Mặt hàng kinh doanh của công ty	28
4.1.1. Về mặt hàng xuất khẩu.....	29
4.1.2. Về mặt hàng nhập khẩu.....	32
4.2. Thị trường, môi trường kinh doanh của công ty	35
4.2.1. Môi trường kinh doanh quốc tế	35

4.2.2. Môi trường kinh doanh trong nước.....	36
4.3. Về thị trường kinh doanh	37
4.4. Tình hình kinh doanh của công ty	39
5. Nhận xét về tình hình kinh doanh của công ty	40
II. Phân tích tình hình kinh doanh của Công ty	42
1. Kế hoạch của công ty	42
2. Ký kết và thực hiện hợp đồng XNK trong năm 2005	43
3. Tình hình thực hiện các chỉ tiêu tài chính.....	46
4. Đánh giá hiệu quả kinh doanh XNK của Công ty	47
Chương III: Một số giải pháp thúc đẩy hoạt động sản xuất kinh doanh xuất nhập của của Công ty	49
I. Định hướng phát triển kinh doanh và mục tiêu phát triển thị trường của công ty	49
1. Phương hướng hoạt động kinh doanh của Công ty trong thời gian tới.....	49
2. Những căn cứ thực tiễn.....	50
3. Các định hướng	51
II. Một số giải pháp đẩy mạnh hoạt động sản xuất kinh doanh xuất nhập khẩu tại Công ty cổ phần sản xuất dịch vụ XNK Từ Liêm - TULTRACO	55
1. Đẩy mạnh nghiên cứu thị trường, thu thập thông tin	55
2. Đẩy mạnh công tác đào tạo cán bộ.....	57
3. Xác định đúng đắn mục tiêu xuất nhập khẩu	58
4. Đa dạng hoá hình thức kinh doanh	59
5. Mở rộng mặt hàng kinh doanh	59
6. Củng cố và quan hệ tốt với bạn hàng cũ, mở rộng phát triển với các bạn hàng mới	59
7. Tích cực tham gia vào các cuộc hội chợ triển lãm.....	60
8. Xây dựng thương hiệu riêng cho các sản phẩm của công ty	60
9. Phải có những quy chế phù hợp trong kinh doanh	61
III. Một số kiến nghị đối với Nhà nước về những vấn đề liên quan đến quản lý vĩ mô	62
1. Chính sách thuế xuất nhập khẩu.....	62

2. Về chính sách hạn ngạch xuất nhập khẩu.....	62
3. Về chính sách quản lý ngoại tệ	63
4. Tăng cường công tác tiếp thị xuất và nhập khẩu.....	63
5. Nhà nước cần tạo môi trường kinh doanh cho các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế.....	63
Kết luận	65
Tài liệu tham khảo	66