**MỤC LỤC**

**Trang**

[DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT 3](#_Toc449387990)

[DANH MỤC BẢNG BIỂU VÀ SƠ ĐỒ 4](#_Toc449387991)

[LỜI MỞ ĐẦU 5](#_Toc449387992)

[**1. Lý do chọn đề tài** 5](#_Toc449387993)

[**2. Đối tượng nghiên cứu** 5](#_Toc449387994)

[**3. Phạm vi nghiên cứu** 5](#_Toc449387995)

[**4. Hướng tiếp cận và cách giải quyết vấn đề** 6](#_Toc449387996)

[**5. Kết cấu bài báo cáo thực tập** 6](#_Toc449387997)

[CHƯƠNG 1: GIỚI THIỆU CHUNG VỀ CÔNG TY TNHH MTV XUẤT NHẬP KHẨU 2 -9 DAK LAK (SIMEXCO DAKLAK LTD) 7](#_Toc449387998)

[**1.1.** **Khái quát về công ty** 7](#_Toc449387999)

[1.1.1. Thông tin chung về công ty 7](#_Toc449388000)

[1.1.2. Quá trình hình thành và phát triển 8](#_Toc449388001)

[1.1.3. Lĩnh vực kinh doanh 9](#_Toc449388002)

[1.1.4. Phương châm hoạt động 9](#_Toc449388003)

[**1.2.** **Chức năng và nhiệm vụ chủ yếu của công ty** 10](#_Toc449388004)

[1.2.1. Chức năng cuả công ty 10](#_Toc449388005)

[1.2.2. Nhiệm vụ chủ yếu của công ty công ty TNHH MTV xuất nhập khẩu 2-9 Daklak 10](#_Toc449388006)

[**1.3.** **Đặc điểm kinh doanh** 11](#_Toc449388007)

[**1.4.** **Cơ cấu tổ chức và tình hình nhân sự của công ty** 11](#_Toc449388008)

[1.4.1. Cơ cấu tổ chức 11](#_Toc449388009)

[1.4.2. Tình hình nhân sự 15](#_Toc449388010)

[**1.5.** **Kết quả hoạt động kinh doanh của công ty trong nhưng năm gần đây và mục tiêu trong năm 2016** 16](#_Toc449388011)

[1.5.1. Kết quả hoạt động kinh doanh của công ty trong nhưng năm gần đây 16](#_Toc449388012)

[1.5.2. Kim ngạch xuất khẩu của công ty trong giai đoạn 2012 -2014 19](#_Toc449388013)

[1.5.3. Mục tiêu thực hiện sản xuất kinh doanh năm 2016 20](#_Toc449388014)

[CHƯƠNG 2: QUY TRÌNH THỰC HIỆN XUẤT KHẨU HỒ TIÊU SANG TRUNG ĐÔNG BẰNG ĐƯỜNG BIỂN CỦA CÔNG TY TNHH MỘT THÀNH VIÊN XUẤT NHẬP KHẨU 2 – 9 DAKLAK 22](#_Toc449388015)

[**2.1.** **Giới thiệu về thị trường Trung Đông.** 22](#_Toc449388016)

[2.1.1. Đặc điểm thị trường hồ tiêu tại Trung Đông 22](#_Toc449388017)

[2.1.2. Một số lưu ý khi xuất khẩu vào thị trường Trung Đông 27](#_Toc449388018)

[**2.2.** **Quy trình thực hiện xuất khẩu hồ tiêu qua Trung Đông** 27](#_Toc449388019)

[2.2.1. Sơ đồ quy trình xuất khẩu hồ tiêu của công ty SIMEXCO 27](#_Toc449388020)

[2.2.2. Phân tích và mô qả quy trình xuất khẩu hồ tiêu của công ty SIMEXCO 29](#_Toc449388021)

[2.2.3. Nhận xét quy trình xuất khẩu hồ tiêu của công tt SIMEXCO 35](#_Toc449388022)

[CHƯƠNG 3: CÁC GIẢI PHÁP VÀ KIẾN NGHỊ NHẰM NÂNG CAO HIỂU QUẢ XUẤT KHẨU HỒ TIÊU 37](#_Toc449388023)

[**3.1.** **Mục tiêu định hướng** 37](#_Toc449388024)

[**3.2.** **Phân tích điểm mạnh và cơ hội, điểm yếu và thách thức của công ty SIMEXCO** 37](#_Toc449388025)

[3.2.1. Điểm mạnh 38](#_Toc449388026)

[3.2.2. Cơ hội 39](#_Toc449388027)

[3.2.3. Điểm yếu 40](#_Toc449388028)

[3.2.4. Thách thức 40](#_Toc449388029)

[**3.3.** **Giải pháp** 41](#_Toc449388030)

[**3.4.** **Kiến nghị** 42](#_Toc449388031)

[KẾT LUẬN 44](#_Toc449388032)

[DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO 45](#_Toc449388033)

# **DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **STT** | **Từ viết tắt** | **Tiếng Anh** | **Tiếng Việt** |
| **1** | **TNHH** |  | Trách nhiệm hữu hạn |
| **2** | **CAD** | Cash Against Documents | Giao chứng từ nhận tiền ngay |
| **3** | **CIF** | Cost, Insurance and Freight | Giá thành, bảo hiểm và cước |
| **4** | **C/O** | Certificate of Origin | Giấy chứng nhận xuất xứ |
| **5** | **ETD** | Estimated Time of Departure | Thời gian tàu chạy dự kiến |
| **6** | **FCL** | Full Container Load | Hàng đủ xếp nguyên container |
| **7** | **FOB** | Free On Board | Giao hàng lên tàu |
| **8** | **FCL** | Full Container Load | Hàng nguyên Container |
| **9** | **G.W** | Gross Weight | Khối lượng cả bì |
| **10** | **HS Code** | Harmonized System Code | Mã phân loại của hàng hóa, để xác định thuế suất xuất nhập khẩu của hàng hóa đó |
| **11** | **L/C** | Letter of Credit | Tín dụng chứng từ |
| **12** | **N.W** | Net Weight | Khối lượng tịnh |
| **13** | **VCCI** | Viet Nam Chamber of Commerce and Industry | Phòng thương mại và công nghiệp Việt Nam |
| **14** | **SIMEXCO DAKLAK** | Daklak Septenber Second Import – Export imited Company | Trách nhiệm hữu hạn một thành viên xuất nhập khẩu 2 – 9 Daklak |
| **15** | **STT** |  | Số thứ tự |
| **10** | **USD** |  | Đô La Mỹ |
| **11** | **VND** |  | Việt Nam Đồng |
| **12** | **XNK** |  | Xuất nhập khẩu |

# **DANH MỤC BẢNG BIỂU VÀ SƠ ĐỒ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **STT** | **DANH MỤC BẢNG BIỂU** | **TRANG** |
| **1** | Bảng 1.1: Tỷ lệ nhân viên phân theo trình độ học vấn của công ty SIMEXCO | 16 |
| **2** | Bảng 1.2: Kết quả hoạt động kinh doanh của công ty giai đoạn 2012 - 2014 | 17 |
| **3** | Bảng 1.3: Kim ngạch xuất khẩu công ty SIMEXCO giai đoạn 2012 - 2014 | 19 |
| **4** | Bảng 2.1: Kim ngạch xuất nhập khẩu Việt Nam – Trung Đông giai đoạn 2012 - 2014 | 22 |
| **5** | Bảng 2.2: Sản lượng và kim ngạch nhập khẩu hồ tiêu của Trung Đông giai đoạn 2012 - 2014 | 24 |
| **6** | Bảng 2.3: Năm quốc gia có kim nghạch xuất khẩu hồ tiêu lớn nhất vào thị trường Trung Đông giai đoạn 2012 - 2014 | 26 |
| **7** | Bảng 3.1: Bảng phân tích SWOT công ty SIMEXCO | 39 |
| **STT** | **DANH MỤC HÌNH VA SƠ ĐỒ** | **TRANG** |
| **1** | Hình 1.1: Cơ cấu tổ chức nhân sự của công ty SIMEXCO | 12 |
| **2** | Hình 1.2: Cơ cấu tổ chức của chí nhánh thành phố Hồ Chí Minh | 13 |
| **3** | Hình 1.3: tỷ lệ trình độ học vấn của nhân viên công ty SIMEXCO | 16 |
| **4** | Hình 1.4: Doanh thu và lợi nhuận hoạt động kinh doanh giai đoạn 2012 – 2014 | 18 |
| **5** | Hình 1.5: Kim ngạch xuất khẩu công ty SIMEXCO giai đoạn 2012 - 2014 | 20 |
| **6** | Hình 2.1: Kim ngạch xuất nhập khẩu Việt Nam – Trung Đông giai đoạn 2012 - 2014 | 23 |
| **7** | Hình 2.2: Sản lượng và kim ngạch nhập khẩu hồ tiêu của Trung Đông giai đoạn 2012 - 2014 | 25 |
| **8** | Hình 2.3: Năm quốc gia có kim nghạch xuất khẩu hồ tiêu lớn nhất vào thị trường Trung Đông giai đoạn 2012 - 2014 | 27 |
| **9** | Hình 2.4 Quy trình xuất khẩu hồ tiêu của công ty SIMEXCO | 29 |
| **10** | Hình 2.5: Quy trình giao nhận của công ty SIMEXCO | 36 |

# **LỜI MỞ ĐẦU**

## **1. Lý do chọn đề tài**

Hiện nay, với sự tác động ngày cằng sâu sắc của xu hướng toàn cầu hóa, Việt Nam đang trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, đổi mới và phát triển mạnh mẽ. Trong việc góp phần thúc đẩy vào sự phát triển của nền kinh tế đất nước thì hoạt động xuất khẩu đóng một vai trò quan trọng, mà hồ tiêu là một trong những mặt hàng xuất khẩu chiếm tỷ trọng cao trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam. Nhờ vòa sản xuất và xuất khẩu hồ tiêu mà nhiều vấn đề về lao động, việc làm ở Việt Nam được giải quyết, phát triển kinh tế, hộ gia đình cũng như tăng ngân sách đất nước

Tuy nhiên, hoạt đông xuất khẩu vẫn còn tồn tại nhiều bất cập đòi hỏi mỗi doanh nghiệp và nhà nước phải thay đổi và hoàn thiện từng bước trong quy trình xuất khẩu nhằm nâng cao hiệu quả xuất khẩu với mặt hàng hồ tiêu.

Trong bối cảnh đó, công ty TNHH một thành viên xuất nhập khẩu 2 – 9 là một trong những nhà xuất khẩu hồ tiêu hàng đầu tại Việt Nam. Là doanh nghiệp có lịch sử lâu đời và nền tảng vững chắc, công ty TNHH một thanh viên xuất nhập khẩu 2 – 9 Daklak vẫn luôn chú tâm vào con đường xây dựtyng, cải thiện vị trí của công ty trên thị trường trong nước và quốc tế. Chính vì vậy trong thời gian tôi thực tập tại công ty đã thực hiện đề tài: “***Phân tích hoạt động xuất khẩu hồ tiêu sang thị trường Trung Đông bằng đường biển của Công ty TNHH MTV XNK 2-9 DakLak***”

## **2. Đối tượng nghiên cứu**

Công ty TNHH MTV XNK 2-9 DakLak (SIMEXCO) mà tôi thực tập là công ty nổi bật về xuất khẩu hồ tiêu, xét tổng quan trên tất cả những mặt mạnh cũng như những yếu điểm cần khắc phục. Với thị trường xuất khẩu rộng lớn, trên 50 quốc gia và vùng lãnh thổ, SIMEXCO hiện đang là một trong các doanh nghiệp xuất khẩu lớn của Việt Nam luôn tiên phong xuất khẩu vào những thị trường mới như Trung Đông. Với những lí do trên, tôi đã chọn đề tài “***Phân tích hoạt động xuất khẩu hồ tiêu sang thị trường Trung Đông bằng đường biển của Công ty TNHH MTV XNK 2-9 DakLak***” làm đề tài báo cáo thực tập tốt nghiệp.

## **3. Phạm vi nghiên cứu**

Bài báo cáo sẽ trình bày tình hình hoạt động xuất khẩu hồ tiêu sang Trung Đông của Công ty TNHH MTV XNK 2-9 DakLak.

## **4. Hướng tiếp cận và cách giải quyết vấn đề**

Để làm sáng tỏ đề tài, tôi chọn hướng giải quyết, phân tích vấn đề từ tổng thể đến chi tiết để có cái nhìn khái quát hơn về Công ty và vấn đề được đề cập. Do đặc điểm phân bổ công tác, nhiệm vụ điều phối công tác XNK của Tổng Công ty được phân công cho Chi nhánh Thành phố Hồ Chí Minh, cho nên mọi số liệu cũng như chứng từ tài liệu về XNK của Chi nhánh này là trùng khớp.

## **5. Kết cấu bài báo cáo thực tập**

Ngoài phần mở đầu, danh mục bảng biểu, phần kết luận, tài liệu tham khảo và phụ lục, bài báo cáo gồm 3 chương:

* **Chương 1:** Giới thiệu chung về Công ty TNHH MTV Xuất Nhập Khẩu 2-9 DakLak (SIMEXCO DAKLAK LTD)
* **Chương 2:** Quy trình thực hiện xuất khẩu hồ tiêu sang Nhật Bản bằng đường biển của Công ty TNHH MTV Xuất Nhập Khẩu 2-9 Đăk Lăk.
* **Chương 3:** Các giải pháp và kiến nghị nhằm nâng cao hiệu quả xuất khẩu hồ tiêu

# **CHƯƠNG 1: GIỚI THIỆU CHUNG VỀ CÔNG TY TNHH MTV XUẤT NHẬP KHẨU 2 -9 DAK LAK (SIMEXCO DAKLAK LTD)**

## **Khái quát về công ty**

### Thông tin chung về công ty

Tên doanh nghiệp: Công ty TNHH MTV XNK 2-9 DAKLAK

Tên giao dịch đối ngoại: DAKLAK SEPTEMBER 2ND IMPORT – EXPORT LIMITED COMPANY

Tên giao dịch viết tắt: SIMEXCO DAKLAK Ltd.

Loại hình doanh nghiệp: Nhà sản xuất, thương mại, kinh doanh dịch vụ.

Địa chỉ trụ sở chính: Số 23 đường Ngô Quyền, Phường Thắng Lợi, TP. Buôn Ma Thuột, Tỉnh DakLak, Việt Nam

Điện thoại: +84 500 950008

Fax: +84 500 950015

Email: simexcodl@dng.com.vn

Website: www.simexcodl.com.vn

Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh số: 4004.000010

Mã số thuế: 6000234538

Vốn điều lệ: 40.993.209.890 đồng

Chi nhánh tại Thành phố Hồ Chí Minh:

Địa chỉ: 83 Trương Công Định, Phường 14, Quận Tân Bình, TP Hồ Chí Minh

Điện thoại: +84 8 84 93274

Chi nhánh tại Tỉnh Lâm Đồng

Địa chỉ: Khu phố 12, Thị trấn Liên Nghĩa – Đức Trọng, Tỉnh Lâm Đồng.

Điện thoại: 063 841268

Chi nhánh tại Cư Jut:

Địa chỉ: Thôn 9, Xã Nam Dong, Huyện Cư Jut, Tỉnh Dak Nông

### Quá trình hình thành và phát triển

Ngày 08/06/1993, Công ty TNHH MTV XNK 2-9 DAKLAK được chính thức thành lập theo quyết định số 404/QĐ – UB của ủy ban nhân dân tỉnh Daklak về việc thành lập doanh nghiệp dưới tên gọi ban đầu là “Công ty 2-9”.

Đây là doanh nghiệp nhà nước thuộc tổ chức Đảng, trước đây thuộc Ban tài chính Tỉnh Ủy Tỉnh Daklak nhưng do Ban Tài Chính giải thể nên cơ quan chủ quản hiện nay là Văn phòng Tỉnh Ủy Daklak, là đơn vị hạch toán kinh tế độc lập, được mở tài khoản giao dịch tại ngân hàng, có khuôn dấu riêng.

Vốn cấp phát ban đầu là 542.000.000 đồng, trong đó vốn lưu động là 193.000.000 đồng, vốn cố định là 349.000.000 đồng. Chức năng ban đầu của công ty là kinh doanh chế biến nông sản và kinh doanh hàng vật tư tiêu dùng. Sau một thời gian đi vào hoạt động mang tính thăm dò thị trường, công ty đã từng bước thiết lập mối quan hệ làm ăn với nhiều doanh nghiệp trong và ngoài nước dần tạo thành vị thế trên thị trường.

ngày 10/01/1994, ban lãnh đạo công ty nhận thấy xu thế phát triển của đất nước, hiểu rõ tầm quan trọng của ngoại thương nên đã quyết định bổ sung vào doanh nghiệp của mình chức năng xuất nhập khẩu và lấy tên giao dịch mới của công ty là Công ty TNHH MTV XNK 2-9 DAKLAK. Theo quyết định số 1062/QĐ-UB, đồng thời mở thêm chi nhánh tại TP.HCM để tiện việc giao dịch trong và ngoài nước.

Ngày 24/03/2006, sau một thời gian dài hoạt động hiểu quả, theo chủ trương đổi mới của đảng, chuyển đổi các loại hình công ty nhà nước thành một trong các loại hình doanh nghiệp được quy định và hoạt động theo luật doanh nghiệp 2005. Do đó, ban thường vụ Tỉnh ủy Daklak quyết định phê duyệt phương án chuyển Công ty XNK 2-9 DAKLAK thành Công ty TNHH MTV XNK 2-9 DAKLAK do nhà nước làm chủ sở hữu theo quyết định số 146/QĐ-TU ngày 24/03/1006 của ban thường vụ tỉnh Daklak.

Ngày 04/07/2006, công ty nhận giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh được cấp lại vào do sở kế hoạch và đầu tư Tỉnh Daklak cấp.

Năm 1993, thành lập công ty với vốn điều lệ 10.000 USD

Giai đoạn 1994-2000, phát triển mạng lưới thu mua, kho và nhà máy chế biến

Năm 1998, bắt đầu đạt số lượng xuất khẩu hơn 1 triệu bao/60kg/năm

Năm 1999, vận hành nhà máy chế biến cà phê công nghệ cao đầu tiên (máy phân loại màu và đánh bóng)

Năm 2003, xây dựng kho tại Bình Dương, chỉ cách cảng Tp. HCM 40 km với diện tích 20.000m2

Năm 2004, quản trị rủi ro bằng công cụ tài chính phái sinh, hợp đồng tương lai, được Bộ Công thương trao tặng danh hiệu Doanh nghiệp Xuất khẩu uy tín.

Năm 2008, đạt mục tiêu phát triển kinh doanh và xây dựng các nhà máy, vinh hạnh nhận Huân chương Lao động hạng I.

Năm 2009 vận hành nhà máy thứ 3 tại Hòa Phú, với năng suất 3.500 bao/60kg/ngày.

Năm 2011 trị giá doanh nghiệp đạt 9 triệu USD, đạt giải thưởng Doanh nghiệp ưu tiên do Bộ công thương trao tặng.

Năm 2012 số lượng xuất khẩu hơn 2 triệu bao/năm, đạt giải thưởng thương hiệu Quốc gia.

Năm 2013 hơn 50% số lượng sản phẩm được bán trực tiếp

### Lĩnh vực kinh doanh

SIMEXCO tham gia vào rất nhiều hoạt động kinh doanh ở trên mọi lĩnh vực để tối đa hóa lợi nhuận của công ty. Các lĩnh vực mà công ty kinh doanh:

Kinh doanh chế biến nông sản

Sản xuất kinh doanh cà phê bột, cà phê hòa tan

Kinh doanh du lịch, nhà hàng, khách sạn

Cho thuê kho bãi, dịch vụ đóng hàng vận chuyển

Đầu tư xây dựng kinh doanh cơ sở hạ tầng…

### Phương châm hoạt động

Uy tín: Thưc hiện đúng mọi cam kết với khách hàng, đối tác kinh doanh và toàn thể nhân viên.

Chất lượng: Không ngừng nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vu để đáp ứng nhu cầu của khách hàng và mong muốn của toàn thể nhân viên. Quản lý điều hành theo hệ thống chất lượng ISO 9001:2000.

Hiệu quả: Uy tín, chất lương mang đên hiệu quả vượt bậc trong hoạt động doanh nghiệp. Khách hàng tín nhiệm, nguồn nhân lực trung thành đóng góp vào việ xây dựng doanh nghiệp

## **Chức năng và nhiệm vụ chủ yếu của công ty**

### Chức năng cuả công ty

**Chức năng chủ yếu của công ty TNHH MTV xuất nhập khẩu 2-9 Daklak chi nhánh Tp.HCM**

Xuất khẩu nông sản (cà phê, tiêu đen, tiêu trắng, cơm dừa, củ nghệ, hạt điều…) các mặt hàng lâm sản chế biến gỗ, thủy sản, lương thực chế biến, các mặt hàng thủ công mỹ nghệ…

Nhập khẩu máy móc, phụ từng chế biến gỗ, hạt nhựa, hóa chất, thiết bị máy mọc, máy nông ngư cơ, phân bón, phương tiện vận chuyển, linh kiện điện tử, hàng tiêu dùng.

Kinh doanh hàng nội địa nông sản (bắp, sắn lát), vật tư tiêu dùng, phân bón, kinh doanh du lịch, khách sạn, nhà hàng, bất động sản, cung ứng xuất khẩu lao động.

Chế biến nông sản, trồng rừng cao su, chăm sóc, khai thác mủ cao su, khai thác gỗ, sản xuất kinh doanh cà phê bột, cà phê hòa tan.

**Chức năng chủ yếu tại phòng xuất nhập khẩu công ty TNHH MTV xuất nhập khẩu 2-9 Daklak**

Một số công việc chủ yếu của phòng xuất nhập khẩu như tổ chức thực hiện các hợp đồng xuất nhập khẩu chủ yếu là cà phê, thực hiện book cont cho công ty; thực hiện việc ký kết các hợp đồng ngoại thương cho công ty; thực hiện việc tìm kiếm khách hàng, thực hiện việc chào hàng đên các đối tác nước ngoài

### Nhiệm vụ chủ yếu của công ty công ty TNHH MTV xuất nhập khẩu 2-9 Daklak

**Nhiệm vụ chủ yếu của công ty TNHH MTV xuất nhập khẩu 2-9 Daklak chi nhánh Tp.HCM**

Công ty TNHH MTV xuất nhập khẩu 2-9 Daklak có nghĩa vụ kinh doanh đúng nghành nghề và mục tiêu đã đăng ký, tuân theo quy định của pháp luật.

Công ty có trách nhiệm hoàn thành nguồn vốn được giao, tạo sự phát triển kinh tế, xã hội, tăng cường cơ sở vật chatascho công ty, nâng cao chất lượng hiểu quả trong kinh doanh.

Công ty phải chăm lo đời sống, bồi dường và nâng cao tay nghề, trình độ văn hóa cho nhân viên

Tuân thủ pháp luật trong hoạch toán và báo cáo trung thực.

Công ty chịu trách nhiệm với cơ quan chủ quản về hoàn thành các chỉ tiêu, nhiệm vụ mà đơn vị chủ quản giao, các hợp đồng đã ký với khách hàng.

**Nhiệm vụ chủ yếu tại phòng xuất nhập khẩu của công ty TNHH MTV xuất nhập khẩu 2-9 Daklak**

Xây dựng kế hoạch, định hướng sản xuất kinh doanh hàng năm, hàng quý, hàng tháng cũng như theo dõi tình hình thực hiện kế hoạch kịp thời báo cáo với ban giám đốc công ty.

Tăng cường công tác tiếp thị, nghiên cứu thị trường

Nghiên cứu theo dõi các chủ trương chính sách, thủ tục xuất nhập khẩu của nhà nước để tổ chức triển khai và thực hiện đúng quy định.

Thực hiên cung cấp chứng từ xuất nhập khẩu, hóa đơn xuất nhập khẩu hàng hóa, đồng thời quản lý chặt chẽ hàng hóa và hệ thống kho hàng của công ty.

## **Đặc điểm kinh doanh**

Với mục tiêu “Cùng nông dân phát triển”, công ty đã xây dựng thành công chuỗi cung ứng khép kín từ người nông dân đến tận tay người tiêu dùng, dần khẳng định là một trong những nhà xuất khẩu cà phê hàng đầu Việt Nam. Công ty đã đầu tư cơ sở hạ tầng và cáp dụng khao học công nghệ tiên tiến trong sản xuất và chế biến để cho ra sản phẩm chất lượng cao, luôn mang đến cho khách hàng sự tin cậy và hài lòng.

Công ty hiện đang là đối tác chiến lượt của những thương hiệu nổi tiếng hiện nay: MASTER BLENDERS, NESTLE, LAVAZZA…

Công ty cũng phát triển thị trường nội địa và trở thành nhà cung cấp tin cậy cho các đối tác lớn trong nước: HIGHLANDS COFFEE, TRUNG NGUYEN COFFEE

## **Cơ cấu tổ chức và tình hình nhân sự của công ty**

### Cơ cấu tổ chức

**Sơ đồ tổ chức**

Với tình hình lớn mạnh của công ty hiện tại, với nhiều chi nhánh, các khu vực nhà máy chế biến, nông trường, lâm trường, bộ máy công ty được tổ chức theo kiểu trực tuyến chức năng như sau:

“Nguồn: Phòng hành chính công ty SIMEXCO”

**Hình 1.1. Cơ cấu tổ chức của công ty SIMEXCO**

Hiện tại các thành viên trong ban lãnh đạo gồm:

* Chủ tịch hội đồng thành viên kiêm tổng giám đốc: Ông Lê Tiến Hùng
* Phó chủ tịch hội đồng thành viên kim phó tổng giám đốc: Ông Lê Đức Huy
* Phó tổng giám đốc: Ông Đỗ Quyệt

Riêng tại chi nhánh Thành phố Hồ Chí Minh, nơi đảm trách chính mảng XNK và chào hàng với khách hàng nước ngoài, với bộ máy tổ chức thích hợp với chuyên môn xuất khẩu

“Nguồn: Phòng hành chính công ty SIMEXCO”

**Hình 1.2: Cơ cấu tổ chức của Chi nhánh Thành phố Hồ Chí Minh**

Thành phần lãnh đạo tại chi nhánh Thành phố Hồ Chí Minh như sau:

Giám đốc: ông Thái Anh Tuấn.

Phó Giám đốc: ông Lê Đức Sơn.

Phó Giám đốc: ông Võ Hồng.

**Ưu điểm:** cơ cấu khá gọn nhẹ, đảm bảo tính liên kết ngang giữa các phòng ban cũng như tính gắn kết thống nhất và chặt chẽ từ trên xuống dưới (theo chiều dọc).

**Nhược điểm**: cơ cấu tổ chức thiếu phòng Marketing. Trong giai đoạn kinh doanh hiện nay, khi mà nhu cầu và thị hiếu tiêu 1dùng của người dân ngày càng gia tăng không ngừng đi kèm với những đòi hỏi khắt khe hơn thì sự có mặt của phòng Marketing là vô cùng cần thiết.

Vai trò của nó không chỉ đơn thuần là xây dựng, quảng bá hình ảnh, thương hiệu công ty, đi sâu tìm hiểu nghiên cứu và tìm cách thỏa mãn nhu cầu khách hàng mà còn đóng vai trò đặc biệt xuyên suốt tham gia vào mọi hoạt động từ khâu bắt đầu cho đến khâu kết thúc của một chuỗi cung ứng, giúp cải thiện và góp phần nâng cao vị thế của công ty trên trường quốc tế. Mặc dù đã có nhiều 1cố gắng trong việc quảng bá hình ảnh, song nhìn chung, công ty vẫn còn đánh giá quá thấp vai trò của phòng ban này nên vẫn còn khá chậm trễ trong việc cải tổ bộ máy tổ chức quản lý của công ty.

**Chức năng, nhiệm vụ các phòng ban**

**Ban TGĐ**: gồm một và ba Phó TGĐ: một Phó TGĐ Tổ chức, một Phó TGĐ phụ trách kinh doanh XNK và một Phó TGĐ phụ trách chi nhánh trực thuộc.

* **TGĐ**: TGĐ quản lý điều hành trực tiếp các phòng ban và các đơn vị trực thuộc.
* **Các Phó TGĐ**: giúp việc cho TGĐ về mặt chuyên môn, phác thảo kế hoạch, đề xuất những quyết định trong phạm vi chức năng và quyền hạn của mình, đồng thời trợ giúp TGĐ kiểm tra tình hình hoạt động của các phòng ban trực thuộc cũng như việc thực hiện các quyết định của công ty.

**Phòng Hành chính – Tổ chức:** thực hiện chức năng quản lý nhân sự, tiến hành các nghiệp vụ về hành chính tổ chức, điều động nhân sự sao cho phù hợp nhằm tăng hiệu quả công tác; điều hành hoạt động quản trị, lưu trữ công văn hồ sơ, chứng từ và các công việc khác có liên quan; chịu trách nhiệm chăm lo đời sống, lao động và thực hiện pháp luật của cán bộ, công nhân viên trong công ty.

**Phòng Kế toán**: quản lý hoạt động tài chính của công ty, tiến hành các thủ tục tài chính về tiền tệ, sử dụng vốn, quản lý nguồn vốn. Thực hiện các nghiệp vụ kế toán, theo dõi công nợ; kiểm soát nguồn tài chính của công ty.

**Phòng kinh doanh XNK:** tham mưu cho Ban TGĐ trong công tác giao dịch, đàm phán ký kết các hợp đồng với đối tác trong và ngoài nước; nghiên cứu thị trường, tổ chức hàng hóa xuất khẩu. Đây được xem là bộ phận nòng cốt của công ty, gồm hai bộ phận trực thuộc:

* **Các điểm thu mua:** có vai trò thu mua hàng nông sản, chủ yếu là cà phê, tiếp cận với người sản xuất để làm cầu nối thông tin hai chiều giữa công ty và người sản xuất, kiêm luôn vai trò đưa hàng về kho.
* **Kho hàng:** là nơi tập trung hàng từ các điểm thu mua, chuẩn bị hàng cho xuất khẩu. Hiện nay công ty có ba kho hàng chính đặt tại DakLak, từ đây hàng hóa sẽ được vận chuyển về kho Bình Dương – là nơi tập kết hàng hóa cho xuất khẩu.

**Phòng KCS:** có nhiệm vụ kiểm tra, giám định chất lượng sản phẩm của công ty trước khi đưa ra thị trường tiêu thụ hay mang đi xuất khẩu.

**Nông trường Cư – Jut:** trồng cà phê và cao su phục vụ xuất khẩu.

**Xưởng chế biến gỗ:** cung cấp, sơ chế gỗ phục vụ xuất khẩu.

**Chi nhánh Thành phố Hồ Chí Minh:** là đầu mối liên kết với đối tác, địa điểm trung chuyển sản phẩm, hàng hóa từ kho DakLak và đảm nhiệm toàn bộ các hoạt động nghiệp vụ XNK

* **Giám đốc:** có quyền điều hành cao nhất tại công ty chi nhánh, chịu trách nhiệm trước Nhà nước và cơ quan cấp trên về tổ chức, quản lý, điều hành công ty, thực hiện nghĩa vụ với Nhà nước và đảm bảo quyền lợi cho người lao động, quyết định mọi vấn đề chung về tình hình sản xuất kinh doanh.
* **Phó Giám đốc:** có vai trò tham mưu về mặt chuyên môn, chuẩn bị kế hoạch các dự thảo, quyết định trong phạm vi chức năng của mình, giúp Giám đốc kiểm tra các bộ phận trực thuộc trong việc thực hiện các quyết định, được phép kí thay khi Giám đốc vắng mặt.
* **Phòng Kế toán – Hành chính:** thực hiện chức năng quản lý nhân sự, tiến hành các nghiệp vụ về tổ chức hành chính, điều hành các hoạt động quản trị, lưu trữ công văn, hồ sơ, văn thư và các công việc liên quan khác; xây đựng kế hoạch vốn và nguồn vốn, quản lý việc sử dụng tài sản, thu chi tài chính; lập báo cáo quyết toán định kì theo đúng tiến độ, chịu trách nhiệm báo cáo với các cơ quan ban ngành về tình hìn tài chính, kinh doanh của đơn vị.
* **Phòng kinh doanh XNK:** thực hiện việc kinh doanh XNK từ việc giao dịch, liên hệ hãng tàu, tìm nguồn hàng.
* **Phòng Nghiệp vụ:**
* **Bộ phận Chứng từ**: lo các thủ tục liên quan đến bộ chứng từ như: kiểm tra L/C, xin giấy chứng nhận chất lượng, khối lượng, khử trùng, kiểm dịch thực vật, lập hóa đơn thương mại, kí phát hối phiếu và thu tiền.
* **Bộ phận Giao nhận**: thực hiện các công việc như khai hải quan, đặt tàu, đặt container rỗng, lên kế hoạch đóng hàng, xuất hàng, đưa lệnh xuất hàng xuống tổng kho tại Bình Dương để xuất khẩu.

### Tình hình nhân sự

Công ty có 390 nhân viên, trong đó có 140 nhân viên nữ, chiếm tỷ lệ 35.89% và 250 nhan viên nam chiếm tỷ lệ 64.11% (Năm 2014).

**Bảng 1.1: Tỷ lệ nhân viên phân theo trình độ học vấn của công ty SIMEXCO**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Đại học** | **Cao đẳng** | **Trung cấp** | **Lao động phổ thông** | **Tổng Lao động** |
| **Tỷ lệ** | 37.44% | 22.56% | 14.87% | 25.13% | 100% |
| **Số lượng (người)** | 146 | 88 | 58 | 98 | 390 |

“Nguồn: Báo cáo công đoàn giai đoạn 2012 – 2014”

**Hình 1.3: Tỷ lệ trình độ học vấn của nhân viên công ty SIMEXCO**

Số nhân viên có trình độ đại học, cao đẳng chiểm tỷ lệ khá cao. Tỷ lệ lao động phổ thông chỉ chiếm 25% tổng số nhân viên. Số nhân viên thành thạo vi tính văn phòng và ngoại ngữ chiếm tỷ lệ trên 50%. Chất lượng nhân viên khá tốt.

## **Kết quả hoạt động kinh doanh của công ty trong nhưng năm gần đây và mục tiêu trong năm 2016**

### Kết quả hoạt động kinh doanh của công ty trong nhưng năm gần đây

**Bảng 1.2: Kết quả hoạt động kinh doanh của công ty giai đoạn 2012 - 21014**

**ĐVT: Đồng**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Chỉ tiêu** | **Năm 2012** | **Năm 2013** | **Năm 2014** |
| **Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ** | 41,970,165,850 | 50,397,970,190 | 56,190,870,912 |
| **Các khoản giảm trừ doanh thu** | 12,980,765,200 | 14,560,200,913 | 17,680,915,000 |
| **Doanh thu thuần** | 28,989,400,650 | 35,837,769,280 | 37,509,955,910 |
| **Giá vốn hàng bán** | 9,998,680,000 | 10,920,000,750 | 11,135,750,925 |
| **Lợi nhuận gộp** | 18,990,720,650 | 24,917,768,530 | 28,374,204,990 |
| **Doanh thu hoạt động tài chính** | - | - | - |
| **Chi phí lãi vay** | - | - | - |
| **Chi phí bán hàng** | 4,595,135,437 | 5,235,190,070 | 6,453,652,198 |
| **Chi phí quản lý doanh nghiệp** | 5,890,650,156 | 6,249,899,923 | 7,900,750,896 |
| **Lợi nhuận thuần** | 8,504,935,257 | 13,432,678,540 | 14,019,801,900 |
| **Thu nhập khác** | 8,010,635,523 | 9,429,570,019 | 12,439,675,936 |
| **Chi phí khác** | 3,210,431,147 | 3,959,018,672 | 4,850,789,863 |
| **Lợi nhuận khác** | 4,800,204,376 | 5,470,551,347 | 7,588,877,073 |
| **Tổng lợi nhuận trước thuế** | 13,305,139,630 | 18,930,229,890 | 21,608,678,970 |
| **Chi phí thuế TNDN hiện hành** | 2,813,925,013 | 3,499,090,872 | 4,013,082,750 |
| **Chi phí thuế TNHDN hoãn lại** | 1,118,206,580 | 1,850,979,350 | 2,010,351,062 |
| **Lợi nhuận sau thuế** | 9,373,008.037 | 13,553,159,670 | 15,585,245,160 |

“Nguồn: Báo cáo tài chính năm 2012 – 2014”

**Hình 1.4: Doanh thu và lợi nhuận hoạt động kinh doanh giai đoạn 2012 – 2014**

Qua kết quả hoạt động kinh doanh của công ty SIMEXCO giai đoạn 2012 – 2014, ta thấy chỉ tiêu doanh thu thuần 2 năm đều dương và tăng lên qua từng năm. Doanh thu thuần năm 2013 đạt 35,837,769,280 đồng tăng 1.2 lần so với năm 2012, năm 2014 đạt 37,509,955,910 đồng tăng 1.3 lần so với năm 2012 và tăng 1.05 lần so với năm 2013. Ngoài ra, chỉ tiêu lợi nhuận trước thuế của công ty qua 3 năm đều tăng lên. Điều đó cho thây công ty thực hiện hoạt động sản xuất kinh doanh có hiệu quả. Nhưng các khoản chi phí: Chi phí bán hàng, chi phí quản lý doanh nghiệp, giá vốn hàng bán và chi phí khác tăng lên từng năm. Điều đó thể hiện việc quản lý các chi phí của công ty còn chưa tốt cần phải khắc phục.

### Kim ngạch xuất khẩu của công ty trong giai đoạn 2012 -2014

**Bảng 1.3: Kim ngạch xuất khẩu công ty SIMEXCO giai đoạn 2012 - 2014**

**ĐVT: Đồng**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Loại** | **Năm 2012** | **Tỷ trọng** | **Năm 2013** | **Tỷ trọng** | **Năm 2014** | **Tỷ trọng** |
| **Cà phê** | 129,064,857.97 | 86.85% | 183,970,474.16 | 86.05% | 256,776,772.80 | 87.79% |
| **Tiêu đen** | 17,639,306.17 | 11.87% | 28,882,527.74 | 13.51% | 22,414,349.99 | 7.66% |
| **Nghệ** | 123,300.00 | 0.08% | 277,252.80 | 0.13% | 22,950.00 | 0.01% |
| **Dừa** | 657,154.49 | 0.44% | 654,254.86 | 0.31% | 264,376.66 | 0.09% |
| **Hạt điều** | 1,117,081.30 | 0.75% | - | 0.00% | - | 0.00% |
| **Tổng** | 148,601,717.93 | 100.00% | 213,784,400.56 | 100.00% | 292,478,399.40 | 100.00% |

“Nguồn: Báo cáo tài chính năm 2012 – 2014”

Qua bảng tổng kim ngạch xuất khẩu của công ty SIMEXCO, ta thấy công ty chủ yếu xuất khẩu mặt hàng là cà phê, tiêu đen, nghệ, dừa, hạt điều. Trong đó, nặt hàng cà phê là nghành xuất khẩu chủ lực luôn chiếm trên 86% tổng kim ngạch xuất khẩu các năm. Kim ngạch xuất khẩu cà phê tăng đều từ 129,064,857.97 USD (Năm 2012) lên 183,970,474.16 (Năm 2013) và tăng mạnh đến 256,776,772.80 USD (năm 2014) nguyên nhân cho sự tăng mạng vào năm 2014 là do mùa vụ 2014 có thời tiết thuận lợi, mùa mưa kéo dài hơn mọi năm nên giúp cây tăng trưởng tốt cho năng suất nhiều hơn mọi năm. Đồng thời giá cà phê ôn định từ 40,000 đ/kg đên 42,000 đ/kg nên làm cho kim ngạch tăng cao

“Nguồn: Báo cáo tài chính giai đoạn 2012 – 2014”

**Hình 1.5: Kim ngạch xuất khẩu công ty SIMEXCO giai đoạn 2012 – 2014**

Mặt hàng hồ tiêu chiếm tỷ trọng thứ 2 sau cà phê. Sản lượng tiêu 2014 giảm mạnh từ 28,882,527.74 USD (Năm 2013) xuống còn 22,414,349.99 USD (Năm 2014). Nguyên nhân xuất phát từ các cơn mua trái mùa làm cho cây tiêu đang trong thời kỳ ra hoa bị rụng hoa, khả năng đậu trái giảm mạnh. Làm giảm sản lượng vụ mùa nên tổng kim ngạch tiêu giảm xuống

Còn các mặt hàng nghệ, dừa, hạt điều chiểm tỷ trọng thấp và có xu hướng giảm qua các năm. Đặt biệt là hạt điều, với kim ngạch năm 2012 là 1,117,081.30 USD nhưng đến năm 2013, 2014 lại là 0 USD. Hai mặt hàng dừa và nghệ có kim ngạch liên tiếp giảm qua các năm và giảm mạnh vào năm 2014 từ 654,254.86 USD (mặt hàng dừa 2013) xuống còn 264,376.66 USD (Năm 2014)

### Mục tiêu thực hiện sản xuất kinh doanh năm 2016

Các chỉ tiêu chính mà SIMEXCO đặt ra trong năm 2016:

Tổng doanh thu trên 5000 tỉ;

Kim ngạch xuất khẩu: 180 – 185 triệu USD;

Lợi nhuận: 20 – 25 tỉ VND;

Nộp ngân sách đầy đủ, kịp thời, đúng quy định;

Thu nhập của người lao động bình quân 8 triệu đồng/tháng/người;

Khối lượng hàng hóa chủ yếu:

* Cà phê xuất khẩu: 85 – 90 ngàn tấn;
* Tiêu xuất khẩu: 5 – 6 ngàn tấn;
* Cà phê kinh doanh nội địa: 5 – 7 ngàn tấn
* Về sản xuất dịch vụ:
* Ổn định chương trình phát triển cà phê bên vững (UTZ, 4C, Rainforest, triển khai và thực hiện tốt hợp đồng liên kết với tập đoàn Modelez)
* Doanh thu du lịch, khách sạn: 25 – 26 tỷ VND
* Khai thác mũ cao su: 210 – 220 tấn quy khô
* Chế biến, phân loại cà phê nhân xuất khẩu đạt 80 – 90 ngàn tấn/năm
* Công tác chủ yếu khác:
* Đảm bảo nguồn tiền phục vụ mua cà phê 2016 – 2017
* Tăng cường công tác quản lý, công tác giám sát nâng cao trách nhiệm từng cá nhân, tập thể, tuyệt đối không để xảy ra thất thoát tiền hàng.

# **CHƯƠNG 2: QUY TRÌNH THỰC HIỆN XUẤT KHẨU HỒ TIÊU SANG TRUNG ĐÔNG BẰNG ĐƯỜNG BIỂN CỦA CÔNG TY TNHH MỘT THÀNH VIÊN XUẤT NHẬP KHẨU 2 – 9 DAKLAK**

## **Giới thiệu về thị trường Trung Đông.**

### Đặc điểm thị trường hồ tiêu tại Trung Đông

Khu vực Trung Đông luôn có một vị trí quan trọng trên bản đồ thương mại thế giới. Với diện tích hơn 6 triệu Km2 và dân số khoảng 300 triệu người, khu vực này được xem là thị trường có nhiều tiềm năng trong hoạt động trao đổi ngoại thương đối với mặt hàng hạt tiêu xuất khẩu của Việt Nam.

Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan, kim ngạch xuất khẩu hạt tiêu của Việt Nam sang. Trung Đông trong tháng 9 năm 2013 đạt 80,5 triệu USD, giảm 3,2% so với cùng kỳ 2012. Với tình hình thị trường xuất khẩu như hiện nay, dự tính tổng kim ngạch xuất khẩu hạt tiêu của Việt Nam sang các nước Trung Đông sẽ đạt trên 100 triệu USD cho cả năm 2013

**Bảng 2.1: Kim ngạch xuất nhập khẩu Việt Nam – Trung Đông giai đoạn 2012 - 2014**

**ĐVT: USD**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **Năm 2012** | **Năm 2013** | **Năm 2014** |
| **Việt Nam Xuất khẩu** | 221,815,000 | 185,165,000 | 227,630,000 |
| **Việt Nam Nhập Khẩu** | 212,000 | 1,370,000 | 463,000 |
| **Tổng Xuất Nhập Khẩu** | 222,027,000 | 186,535,000 | 228,093,000 |

“Nguồn: Trademap”

**Hình 2.1: Biểu đồ kim ngạch xuất nhập khẩu Việt Nam – Trung Đông giai đoạn 2012 - 2014**

Trên biểu đồ ta thấy hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam năm 2013 bị sụt giảm, từ 221,815,000 USD (Năm 2012) xuống còn 185,165,000 USD (Năm 2013). Điều này là do sự bất ổn chính trị trong khu vực. Trong ngắn hạn, bất ổn tại khu vực sẽ vẫn tiếp diễn do một số nước chưa giải quyết được khủng hoảng chính trị, tôn giáo, sắc tộc. Tuy nhiên, về dài hạn, dự báo đến năm 2020, tình hình Trung Đông kinh tế, ổn định chính trị, xã hội. Tốc độ tăng trưởng kinh tế của khu vực dự báo khoảng từ 4-5% đến năm 2015. Bên cạnh đó, với mức gia tăng dân số trên 2% và với nguồn thu lớn từ dầu mỏ, sức mua và nhu cầu nhập khẩu hàng hóa tại các nước trong khu vực Trung Đông sẽ vẫn tiếp tục tăng. Điều này được thấy rõ vào năm 2014, khi tình hình được ổn định thì xuất khẩu sang Trung Đông tăng từ 185,165,000 USD (Năm 2013) lên 227,630,000 USD (Năm 2014).

Xét về kim ngạch nhập khẩu, các mặt hàng nhập khẩu từ Trung Đông chủ yếu là sản phẩm xăng dầu, khí đốt hóa lỏng, chất dẻo nguyên liệu. Đây là những mặt hàng thế mạnh của khu vực Trung Đông, đồng thời cũng là những mặt hàng nhiên liệu và nguyên liệu đầu vào quan trọng phục vụ cho sản xuất trong nước của Việt Nam Cơ cấu mặt hàng nhập khẩu tập trung chủ yếu vào 3 nhóm chính: 1) chất dẻo nguyên liệu; 2) dầu diesel; 3) khí đốt hóa lỏng. Tổng tỷ trọng của cả 3 mặt hàng chiếm tới 77% tổng kim ngạch nhập khẩu từ khu vực Trung Đông. Từ năm 2012 kim ngạch nhập khẩu tăng 212,000 USD lên 1,370,000 USD (Năm 2013). Tuy nhiên, do ảnh hưởng từ việc dư thừa nguồn cung dầu làm ảnh hưởng tới hoạt đông nhập khẩu từ Trung Đông của Việt Nam, giảm mạnh từ 1,370,000(Năm 2013) USD xuống còn 463,000 USD (Năm 2014).

Nhìn chung, khu vực Trung Đông là khu vực đầy tiềm năng cho hàng xuất khẩu Việt Nam. Các nước Trung Đông có nhu cầu nhập khẩu lương thực, thực phẩm, nông sản, thủy sản và hàng tiêu dùng. Các mặt hàng nhập khẩu này khá phù hợp với những mặt hàng xuất khẩu thế mạnh của Việt Nam. Hơn nữa, các nước thuộc khối Hội đồng hợp tác Vùng Vịnh (GCC) áp dụng thuế nhập khẩu khá thấp. Đây là những thuận lợi khi kinh doanh tại thị trường Trung Đông. Một thuận lợi khác, đây còn là thị trường có sức mua lớn, khả năng thanh toán cao do có nguồn tài chính dồi dào. Ngoài ra, giữa Việt Nam với các nước trong khu vực này đã có quan hệ hợp tác truyền thống hữu nghị lâu dài.

**Nhập khẩu Hồ Tiêu của thị trường trung Đông**

Điều kiện tự nhiên của Trung Đông không thích hợp trồng hồ tiêu nên nguồn cung chủ yếu vẫn là nhập khẩu. Do đó hàng năm Trung Đông nhập khẩu rất lớn hồ tiêu để phục vụ nhu cầu trong nước

**Bảng 2.2: Sản lượng và kim ngạch nhập khẩu Hồ Tiêu của Trung Đông giai đoạn 2010 - 2014**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Năm** | **Sản lượng  (Tấn )** | **% Thay đổi** | **Tổng kim ngạch  (1000 USD)** | **% Thay đổi** |
| **2010** | 66,069 | 0 | 134,821 | 0 |
| **2011** | 62,156 | -5.92% | 203,918 | 51.25% |
| **2012** | 66,996 | 7.79% | 242,956 | 19.14% |
| **2013** | 66,079 | -1.37% | 241,323 | -0.67% |
| **2014** | 71,046 | 7.52% | 305,124 | 26.44% |

“Nguồn: Trade Map”

**Hình 2.2: Sản lượng và kim ngạch nhập khẩu Hồ Tiêu của Trung Đông giai đoạn 2010 - 2014**

Hằng năm, Trung Đông nhập khẩu 1 lượng hồ tiêu rất lớn nhưng lại không ổn định do tinh hình khu vực diễn biến phức tạp. Sản lượng nhập khẩu năm 2011 giảm 5.92% so với năm trước nhưng năm 2012 lại tăng lên 7.79%. Tuy nhiên năm 2013 lại giảm 1.37%. Đến năm 2014 lượng hồ tiêu nhập khẩu tăng 7.52%. Sự mất ổn định này liên quan trực tiếp tới tình hình chính trị và an ninh khu vực Trung Đông như xung đột sắc tộc, chiến tranh…

Tuy nhiên, điều này lại ít ảnh hưởng tới kim ngạch xuất khẩu. Kim ngạch xuất khẩu tăng mạnh qua các năm, năm 2011 tăng 51.25% so với năm trước và năm 2012 tăng 19.14% so với năm 2011. Tuy nhiên, năm 2013 do tình Lybia căng thẳng, ảnh hưởng đến toàn khu vực khiến cho kim ngạch nhập khẩu giảm 0.67% so với năm 2013, nhưng đến năm 2014 việc nhập khẩu hồ tiêu tăng mạnh 26.44%

**Cơ cấu thị trường nhập khẩu**

Năm quốc giá có kim ngạch xuất khẩu hồ tiêu lớn nhất vào thị trường Trung Đông là: Việt Nam, Mexico, Brazil, Singapore, Sri Lanka, Indonesia.

**Bảng 2.3: Năm quốc gia có kim ngạch xuất khẩu hồ tiêu lớn nhất vào thị trường Trung Đông giai đoạn 2012 - 2014**

**Đơn vị tính: 1000 USD**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Năm 2012** | | **Năm 2013** | | **Năm 2014** | |
| **1000 USD** | **%(\*)** | **1000 USD** | **%(\*)** | **1000 USD** | **%(\*)** |
| **Mexico** | 3,070 | 1.26% | 4,599 | 1.91% | 4,627 | 1.52% |
| **Brazil** | 5,192 | 2.14% | 3,504 | 1.45% | 2,975 | 0.98% |
| **Viet Nam** | 125,209 | 51.54% | 108,867 | 45.11% | 160,664 | 52.66% |
| **Singapore** | 28,524 | 11.74% | 41,024 | 17.00% | 51,282 | 16.81% |
| **Sri Lanka** | 13,592 | 5.59% | 22,148 | 9.18% | 3,449 | 1.13% |
| **Indonesia** | 4,017 | 1.65% | 3,443 | 1.43% | 2,565 | 0.84% |
| **Tổng** | **179,604** | **73.92%** | **183,585** | **76.07%** | **225,562** | **73.92%** |

“Nguồn: Trade Map”

**Hình 2.3: Năm quốc gia có kim ngạch xuất khẩu hồ tiêu lớn nhất vào thị trường Trung Đông giai đoạn 2012 - 2014**

(\*) Tỷ lệ phần trăm so với tổng kim ngạch Hồ Tiêu Nhập Khẩu vào thị trường Trung Đông

Trên hình 2.3 ta thấy Việt Nam luôn là nước xuất khẩu Hồ Tiêu lớn nhất cho thị trường Trung Đông, sau đó lần lượt là Singapore, Sỉi Lanka, Mexico, Indonesia, Brazil. Chỉ riêng Việt Nam đã chiếm gần 50% kim ngạch nhập khẩu của Trung Đông và luôn giữ vững vị trí này. Như vậy, Trung Đông là khu vực đầy tiềm năng cho hàng hóa của Việt Nam phát triển, đặc biệt là các mặt hàng nông nghiệp

### Một số lưu ý khi xuất khẩu vào thị trường Trung Đông

Trung Đông là khu vực có nền chính trị, tôn giáo và văn hóa vô cùng khác biệt với Việt Nam, do đó khi xuất khẩu qua thị trường Trung Đông, ta nên lưu ý những vấn đề sau:

Chính trị: Khu vực Trung Đông luôn xảy ra bất ổn về chính trị, điều này làm cho việc xuất khẩu gặp rất nhiều rủi ro về giao dịch hàng hóa. Nên khi xuất khẩu các doanh nghiệp nên lưu ý tới vấn đề chính trị để tránh việc mất hàng hóa, lừa đảo khi giao dịch.

Tôn giáo: Đa phần người Trung Đông theo đạo hồi, nên rất khắt khe trong việc sử dụng hàng hóa. Do đó các doanh nghiệp nên nghiên cứu kỹ nhưng lưu ý trong đạo hồi để tránh xảy ra những trường hợp đáng tiết xãy ra. Các doanh nghiệp cũng nên tìm hiểu về giấy chứng nhận Halai – giấy phép xuất khẩu vào thị trường hồi giáo.

Văn hóa: Văn hóa, ngôn ngữ là điều đặc biệt phải biết khi tham gia vào thị trường Trung Đông. Quy cách bao bì, màu sắc, trang trí của Trung Đông rất khác biệt so với Việt Nam. Thông thường, bên đối tác Trung Đông sẽ gữi mẫu hay yêu cầu cho đối tác Việt Nam và yêu cầu bên Việt Nam gửi lại mẫu lần nữa để bên họ xác nhận lại.

Các loại giấy phép cần lưu ý: GMP, ISO 22000, HACCP, IFS, SONCAP, NAFDAC

## **Quy trình thực hiện xuất khẩu hồ tiêu qua Trung Đông**

### Sơ đồ quy trình xuất khẩu hồ tiêu của công ty SIMEXCO

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Bước** | **NỘI DUNG** | **NƠI THỰC HIỆN** |
| **1** |  | Phòng kinh doanh |
| **2** | Phòng kinh doanh |
| **3** | Phòng kinh doanh |
| **4** | Giám đốc |
| **5** | Phòng đầu tư thu mua |
| **5.1** | Phòng đầu tư thu mua |
| **6** | Kiểm nghiệm giao nhận vận tải, XNK thị trường |
| **7** | Kiểm nghiệm giao nhận vận tải |
| **8** | Kho Bình Dương |
| **9** | Phòng XNK thị trường |
| **10** | Kho Bình Dương |
| **11** | Phòng kế toán |
| **12** | Phòng XNK thị trường |
| **12.1** | Phòng XNK thị trường |
| **13** | Phòng kế toán |

“Nguồn: Phòng xuất nhập khẩu”

**Hình 2.4: Quy trình xuất khẩu hồ tiêu của công ty SIMEXCO**

### Phân tích và mô qả quy trình xuất khẩu hồ tiêu của công ty SIMEXCO

**Bước 1: Nhận đơn hàng từ khách hàng**

Khách hàng quen của công ty thì hợp đồng sẽ gửi qua văn phòng đại diện hoặc gửi trực tiếp đến công ty. Một số các khách hàng lớn như TALOCA, NESTLE, MARUBENI… sẽ gửi hợp đồng trực tiếp đến công ty.

Nếu là khách hàng nhỏ hoặc khách hàng mới sẽ giao dịch với bộ phận bán hàng của công ty qua mail và ký kết hợp đồng sau khi đã thỏa thuận về số lượng, giá cả thanh toán và các điều khoản khác. Sau khi hợp đồng được ký kết sẽ được chuyển 1xuống chi nhánh Tp. Hồ Chí Minh đề lên kế hoạch xuất hàng.

**Bước 2: Trao đổi thông tin**

Sau khi có đề nghị đặt mua CỦA khách hàng, công ty SIMEXCO và đối tác nước ngoài trao đổi những thông tin cơ bản thông qua mail. Việc này cũng xảy ra giữa công ty SIMEXCO với những đối tác có văn phòng đại diện tại Việt Nam.

Khi dã xem xét quyết định bán, SIMEXCO sẽ gữi mẫu hàng cho đối tác theo như thỏa thuận. Hàng mẫu phải đáp ứng đầy đủ tiêu chí của khách hàng.

Đối với đơn hàng hợp đồng số: PP-BR/16/032 thì yêu cầu của khách hàng là hạt tiêu đen có khối lượng theo thể tích 500G/L, độ ẩm tối đa 13.5%, trộn tối ta 1%, mật độ thấp nhất 500G/L

**Bước 3: Đàm phán**

Sau khi ben đối tác chấp nhận hàng mẫu và hài long về tiêu chuẩn kỹ thuật của sản phẩm, hai bên sẽ tiến hành đàm phán. Tùy theo điều kiện công ty sẽ có cách đám phán khác nhau.

Thứ nhất là hai bên sẽ gặp mặt trực tiếp đàm phán: vì là hàng xuất khẩu và phần lớn đối tác là các nước Trung Đông, Châu Âu nên cách đàm phán này tốn kém chi phí.

Thứ hai là đàm phán qua mail: Tiết kiệm chi phí nhưng thời gian sẽ bị kéo dài. Nhưng vì đa số đối tác công ty là khách hàng quen và đã hợp tác nhiều lần nên có thể sử dụng loại đàm phán này.

Thứ ba, đàm phán thông qua người đại diện của đối tác có trụ sở tại Việt Nam: Ít tốn kém chi phí hơn cách đàm phán thứ nhất nhưng tốn kém chi phí đi lại và không nhiều công ty khác hàng có được người đại diện. Nên cách này cung không hiệu quả cho lắm.

Thông thường công ty giao dịch qua mail và ký trên Fax. Người đứng ký là giám đốc công ty sau khi đã xem xét và tính toán. Nội dung cuộc đàm phán bao gồm: giá thành, thời gian xuất hàng, địa điểm giao hàng, phương thức thanh toán, vận chuyển…

**Bước 4: Ký kết hợp đồng**

Giám đốc và trưởng phòng xuất nhập khẩu của công ty liên hệ với công ty “ICE LAND 200” ESMAIL ELSHORBAGY & PARTNERS để đàm phán và ký kết hợp đồng ngoại thương số PP-BR/16/032 vào ngày 03/03/2016 với nhưng nội dung và điều khoản sau:

* Mô tả hàng hóa: Tiêu đen Viêt Nam có dung trọng 500G/L
* Chất lượng: Độ ẩm tối đa 13.5%, trộn tối ta 1%, mật độ thấp nhất 500G/L
* Số lượng 13.5 tấn
* Giá: 6,875 USD
* Ngày giao hàng 25/03/2015
* Cảng đến: DEMIETTA, EGYPT
* Điều kiện thanh toán: 20% trả bằng TTR chậm nhất là ngày 07/03/2016, 80% bằng D/P.
* Điều kiện giao hàng: FOB

**Bước 5 và 5.1: Chuẩn bị hàng xuất khẩu**

Thu mua và kiểm tra hàng trước khi xuất khẩu

Thu mua: Công ty thiết lập mạng lưới thu mua rộng khắp Dak Lak, hiên nay công ty đã có trên 50 điểm thu mua.

Mặt hàng hồ tiêu do bộ phận thu mua nông sản tại trụ sở chính điều động vận chuyển từ hai kho của công ty trên DakLak xuống kho Bình Dương. Hoặc ban lãnh đạo chi nhánh Tp. Hồ Chí Minh trực tiếp thu mua và vận chuyển về kho Bình Dương để chuẩn bị xuất hàng.

Sau khi ký kết hợp đồng thì SIMEXCO sẽ nhận được bảng hướng dẫn chi tiết từ người mua về: loại hàng, quy cách đóng gói, cách vẽ ký mã hiệu…

Căn cứ vào bảng hướng dẫn thì SIMEXCO sẽ chuẩn bị hàng theo đúng yêu cầu. Sau đó có bộ phận kiểm tra. Nếu có sai sót thì sẽ phải chuẩn bị lại. Ngược lại, nếu đúng sẽ chuyển sang bước kế tiếp.

**Bước 6: Chuẩn bị xuất hàng**

Mở tờ khai: Mở trước ngày cắt máng (closing time) ít nhất 1 ngày.

Kiểm dịch (phytosanitary cẻificate): Lập bảng kê khai kiểm dịch kèm theo hồ sơ (1 đơn đăng ký, 1 hợp đồng) đăng ký kiểm dịch, sau khi kiểm dịch thì đơn phải có xác nhận của cơ qua kiểm dịch.

Khử trùng: Fax hoặc mail đơn yêu cầu khử trùng, hợp đồng qua các đơn vị khử trùng.

Công ty thường khử trùng tại đơn vị VFC

Giám định: Fax hoặc mail đoen yêu cầu giám định, hợp đồng qua các đơn vị giám định (SGS, ICC hoặc CFC) để giám định hàng hóa. Khi fax cho SGS phải fax kèm hợp đồng và marking (nếu có).

Với lô hàng này, công ty đã thuê công ty giám định là TERM ITE CONTROL AND FUMIGATION COMPANY.

Sau đó lập Cargo list: Bảng kê chi tiết hàng hóa

**Bước 7: Chuẩn bị phương tiện vận tải**

Trong quá trình hợp đồng, việc thuê tàu dựa vào:

* Những điều khoản của hợp đồng xuất khẩu
* Đặc điểm của hàng xuất khẩu

Điều kiện vận tải:

Đối với đơn hàng FOB, bộ phận điều độ sẽ nhận bảng hướng dẫn của khách hàng và lập bảng Cargo List gửi xuống kho tại Bình Dương với các thông tin: Tên hàng, số lượng, chất lượng, tên tau, số hiệu tàu, số container, số seal, ngày tàu khởi hành, ngày tàu dự kiên đến… Sau đó lấy booking dựa trên kế hoạch xuất hàng và hướng dẫn của khách hàng trước đó. Booking được lấy dựa vào số hợp đồng đặt tàu và hang tàu do khách hàng gửi.

Đối với đơn hàng CIF, CFR thì bộ phận điều độ tiến hành liên hệ với hãng tàu để đặt chỗ và ký hợp đồng vận tải. Khi đó hãng tàu sẽ cấp booking.

Sau khi lấy booking để đổi lấy lệnh cấp container và đóng tiền phí sẽ nhận biên lai giao nhận đã đóng dấu xác nhận “Đã thu tiền”. Nhân viên giao nhận đến phòng điều độ cảng để đăng ký container. Khi hạ container, nhân viên giao nhận tiến hàng kiểm tra xem đủ số lượng container và đảm bảo chất lượng hau không rồi báo về văn phòng đại diện hãng tàu. Sau đó điều xe đến chở container về kho đóng hàng.

Nhân viên công ty kiểm tra vệ sinh/kỹ thuật của cont trước khi đem về kho

**Bước 8: Đóng hàng**

Bộ phận điều độ sẽ báo trước 1 tuần cho kho Bình Dương về việc đóng hàng để chuẩn bị khử trùng hàng hóa.

Đóng hàng: bộ phận giao nhận tại kho liên hệ với công ty vận tải để kéo cont về kho. Hàng hóa sẽ được đóng vào cont theo điều khoản hợp đông quy định.

Hàng hóa được đóng dưới sự giám sát của cơ quan giám định và người của công ty. Hàng được đóng vào container và khóa bằng seal của hãng tàu và cơ quan giám định.

Theo như hợp đồng thì hàng sẽ được đống vào bao 50kg/bao và có 270 bao với sự giám định của TCFC.

**Bước 9: Làm thủ tục hải quan và xác nhận C/O**

Sau khi đóng hàng thì công ty thực hiện làm thủ tục khai báo hải quan và xác nhận C/O

**Thực hiện thủ tục hải quan**

Công ty sử dụng phần mềm khai hải quan điện tử ECUS 5 – VNACCS qua hệ thống máy tính được nối mạng với cơ quan hải quan.

Công ty tiến hàng khai và truyền tờ khai hải quna điện tử, tờ khai trị giá theo đúng tiêu chí và khuôn dạng chuẩn gửi tới hệ thống của cơ quan hải quan. Việc khai báo hải quan dựa trên các thông tin từ hợp đồng, cargolist, booking

Sau khi truyền tờ khai, công ty sẽ nhận được thông tin phản hồi từ cơ quan hải quan. Trường hợp hệ thống thấy lỗi sẽ có thông báo trên màn hình máy tính, công ty chỉnh sửa chính xác rồi truyền lại

Khi các bước thực hiện và thông tin trên tời khai hợp lệ, hệ thống sẽ trả về số tờ khai hải quan, kết quả phân luồng.

Sau đó, công ty in tờ khai trên hệ thống của mình để thanh lý hàng

Vì là hàng nông sản nên đơn hàng của công ty được phân luồng xanh – miễn kiểm tra chi tiết hồ sơ, miễn kiểm tra chi tiết hàng hóa.

Số tờ khai hải quan: 30075852700

Cơ quan tiếp nhận tờ khai: BMTHUOTDL – Hải quan Buôn Ma Thuột Daklak

**Xin cấp C/O (Certificate of Origin)**

Theo hướng dẫn của khách hàng, nhân viện bộ phận chứng từ của công ty sẽ tiến hành làm giấy chứng nhận xuất xứ form A, D, AJ…

Nhân viên bộ phận chứng từ chuẩn bị đầy đủ bộ hồ sơ sau:

* Đơn xin C/O
* Phiếu ghi chép C/O
* Mẫu C/O
* Tờ khai hải quan hàng xuất khẩu (bản gốc)
* Tờ khai hải quan hàng xuất khẩu (Sao y)
* Commercial Invoice
* Bill of Lading
* Backing list
* Bảng khai nguyên liệu sử dụng

Sau đó, nhân viên bộ phận chứng từ sẽ nộp bộ hờ sơ đầy đủ tại phòng Thương Mai và Công Nghiệp Việt Nam Thành phố Hồ Chí Minh (VCCI HCM). Nhân viên của VCCI HCM sẽ tiếp nhận và kiểm tra. Nếu hồ sơ đầy đủ, hợp lệ, hoàn chỉnh thì công ty sẽ được cấp C/O trong ngày. Nếu cần xác minh, cán bộ C/O sẽ thông báo trước cho công ty. Thời hạn xác minh không quá 7 ngày kể từ ngày tiếp nhận hồ sơ. Trong trường hợp cần thiết, thời hạn này có thể kéo dài không quá 3 ngày.

Khi được cấp C/O, nhân viện bộ chứng từ sẽ gửi cấp trên ký, đóng dấu. Sau đó, nộp lại tại VCCI HCM. Nhân viên VCCI HCM kiểm tra thầy đầy đủ và hợp lệ sẽ tiến hành ký, đóng dấu, thu phí cấp C/O và trả lại C/O cho công ty.

**Bước 10: Giao hàng cho người vận chuyển**

**Hạ bãi container**

Sau khi đóng hàng xong, container ssuwojc vận chuyển ra cảng chờ ngày xếp hàng lên tàu. Lúc này hang tàu sẽ chịu trách nhiệm về container. Bộ phận điều độ cảng chỉ định nơi để container hạ bãi. Số container và số scal của lô hàng sẽ được ghi lại và đăng lên toàn bộ hệ thống mạng của cảng để chứng tỏ hàng đã được hạ bãi trước giờ cắt máng và phục vụ cho việc thanh lý tờ khai.

**Thanh lý tờ khi hải quan**

Nhận viên gian nhận của công ty photo tờ khai và đến hải quan thanh lý hàng xuất ở cảng để thanh lý. Sau đó mang tờ khai đã thông quan đến hải quan giám sát bãi ghi số container/seal, táu/chuyến lên tờ khai gốc rồi nộp tời khai (photo và gốc để kiểm tra) tại phòng thanh lý. Hải quan thanh lý kiểm tra đóng dấu xác nhận và trả lại tờ khai bản gốc.

**Vào sổ tàu**

Căn cứ vào booking mà nhân viên giao nhận của công ty sẽ viết sơ hiệu tàu, số hiệu chuyến đi, số container, số seal vào tờ khai để tiền hành vào sổ tàu. Sau đó, nộp tờ khia để Hải quan vào sổ tàu. Hải quan trả lại tờ khai và phiếu xác nhận vào sổ tàu. Kết thúc quá trình làm thủ tục thông quan cho lô hàng xuất khẩu tại cnagr. Hàng hóa sẽ được sắp xếp lên tàu theo kế hoạch của hang tàu.

**Bước 11: Lập bộ chứng từ thanh toán và theo dõi thanh toán**

Sau khi hoàn tất việc giao hàng, công ty tiến hành thành lập, xuất trình các giấy tờ thanh toán theo quy định trong hợp đồng.

Bộ chứng từ gồm:

* Thư xác nhận đã giao hàng cho người nhập khẩu có đại diện ở Việt Nam cấp.
* Bản sao vận đơn và hóa đơn thương mại có xác nhận của đại diện người nhập khẩu tại Việt Nam.
* Ba bản vận đơn gốc.
* Hóa đơn thương mại gốc.
* Giấy chứng nhận chất lượng hàng hóa.
* Giấy chứng nhận trọng lượng hàng hóa.
* Giấy chứng nhận xuất sứ hàng hóa.
* Giấy chứng nhận hun trùng.
* Bảng kê khai hàng hóa.

**Vận tải đơn (Bill of Landing – B/L)**

**Quy trình giao nhận của công ty SIMEXCO**

Hãng tàu cung cấp B/L chính thức cho Simexco

Simexco xác nhận B/L nháp

Hãng tàu cấp B/L nháp cho Simexco

“Nguồn: Phòng xuất nhập khẩu”

**Hình 2.5: Quy trình giao nhận của công ty SIMEXCO**

Căn cứ vào Booking note hàng tàu sẽ cung cấp B/L nháp cho công ty. Nhận viên bộ phận chứng từ sẽ kiễm tra các mục trong B/L và xác nhận B/L có phù hợp và chính xác hay không. Nếu có sai sót thì phải thông bảo cho bên thực hiện B/L chính thức sửa và phải chịu thêm một khoản phí chỉnh sữa B/L. Khi hàng tàu nhận được xác nhận B/L nháp của công ty và kiểm tra trê nhệ thống xem hàng có tại cảng chưa rồi cấp B/L chính thức gồm ba bản gốc cho công ty.

**Hóa đơn thương mại (commercial invoice)**

Chứng từ do bên Simexco phát hành để đòi tiền bên mua cho lô hàng đã bán theo thoả thuận trong hợp đồng. Nội dung hóa đơn thương mại gồm có: Số, ngày lập, tên địa chỉ của người nhập khẩu, người nhập khẩu, cảng giao hàng, cảng nhận hàng, cách đóng gói, điều kiện thanh toán, thông tin về hàng hóa…

**Bước 12 và 12.1: Khiếu nại**

Khiếu nại là một trong hai cách giải quyết các tranh chấp phát sinh trong ngoại thương. Trong quá trình thực hiện hợp đồng, khi hàng hóa có tổn thất hoặc mất mát dẫn đến tranh chấp thì hai bên căn cứ vào các điều khoản trong hợp đồng để đưa ra cách giải quyết hợp lý và ít tốn kém nhất.

Cho tới nay công ty chưa xảy ra trường hợp khiếu nại trong quá trình thiwcj hiện hợp đồng đối với bất kỳ khác hàng nào

**Bước 13: Thanh lý hợp đồng**

Sau khi hoàn thành nghĩa vụ đã ký kết trong hợp đồng thì SIMEXCO vẫn chưa hết trách nhiệm với hợp đồng đó. Chỉ khi nào hết thời hạn khiếu nại của hợp đồng mà người mua không khiếu nại gì thì công ty mới hoàn toàn hết trách nhiệm đối với hợp đồng đã ký.

### Nhận xét quy trình xuất khẩu hồ tiêu của công tt SIMEXCO

**Ưu điểm:** Sau hơn 20 năm thành lập, quy trình xuất khẩu hồ tiêu của công ty SIMEXCO luôn được thay đổi, bổ sung để ngày càng hoàn thiện đáp ứng nhu cầu phát triển của công ty. Thực tế đã cho thấy quy trình của công ty ít xảy ra sai xót.

Đối với những khách hàng quen thuộc của công ty thì những bước đầu trong quy trình đều được đơn giản hóa, công ty cũng chủ động chuẩn bị những nôi dung yêu cầu bắt buột của đơn hàng (bao bì, đóng gói, cách dóng container…) nhằm tiết kiệm thời gian và chi phí cho đơn hàng. Ngoài ra với những khách hàng này thì công ty cũng chủ động sử dụng phương thức thanh toán CAD để tăng khả năng xoay vòng vốn.

**Nhược điểm:** Tại một số bước (bước 5, 5.1, 6, 8) trong quy trình có nhiều bộ phận cùng tham gia thực hiện, điều này đôi lúc làm cho các “bên dẫm lên chân nhau” để làm việc làm ảnh hưởng tới đơn hàng. Ngoài ra, các nhân viên trong công ty làm lâu năm nên thường dựa vào kinh nghiệm của mình, điều này đôi lúc làm sai đơn hàng ảnh hưởng đến tiến độ xuất hàng.

# **CHƯƠNG 3: CÁC GIẢI PHÁP VÀ KIẾN NGHỊ NHẰM NÂNG CAO HIỂU QUẢ XUẤT KHẨU HỒ TIÊU**

## **Mục tiêu định hướng**

Nhằm đưa ra những giải pháp thiết thực và có hiệu quả nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động xuất khẩu của công ty. Hướng đến mục tiêu là một doanh nghiệp năng động, tiếp tục theo đuổi các chiến lược chính trong chính sách phát triển với mục tiêu trở thành một trong những doanh nghiệp hàng đầu trong lĩnh vực cung cấp các mặt hàng nông sản tại Việt Nam và trên toàn thế giới.

**Mục tiêu năm 2016**

Tổng doanh thu trên 5000 tỉ;

Kim ngạch xuất khẩu: 180 – 185 triệu USD;

Lợi nhuận: 20 – 25 tỉ VND;

Nộp ngân sách đầy đủ, kịp thời, đúng quy định;

Thu nhập của người lao động bình quân 8 triệu đồng/tháng/người;

Trong năm 2016 công ty phấn đấu sẽ xuất đi 85 – 90 ngàn tấn cà phê, 5 – 6 ngàn tấn hồ tiêu. Đối với kinh doanh nội địa, công ty đặt mục tiêu như sau: sản lượng cà phê sẽ bán ra là 5 – 7 ngàn tấn, doanh thu từ hoạt động du lịch khách sạn là 25 – 26 tỷ VNĐ, mũ cao su dự tính sẽ khai thác là 210 – 220 tấn quy khô. Tiếp tục ổn định chương trình phát triển nông sản bền vững.

## **Phân tích điểm mạnh và cơ hội, điểm yếu và thách thức của công ty SIMEXCO**

|  |  |
| --- | --- |
| **S**  S1: Có lợi thế về nguồn nguyên liệu  S2: Đội ngũ nhân viên nhiều kinh nghiệm  S3: Công ty có nhiều khách hàng thân thiết trên khắp thế giới  S4: Đa dạng về phương thức thanh toán  S5: Là doanh nghiệp uy tín được nhà nước công nhận | **W**  W1: Hoạt động mang tính thời vụ  W2: Vốn kinh doanh luôn bị thiếu hụt  W3: Áp dụng phương thức xuất khẩu chưa linh hoạt  W4: Hoạt động marketing còn hạn chế |
| **O**  O1: Nhu cầu hồ tiêu của thị trường còn lớn  O2: Nhà nước có những chính sách hỗ trợ xuất khẩu nông sản  O3: Việt Nam tham gia vào nhiều tổ chức quốc tế | **T**  T1: Gặp sự cạnh tranh trong nước cũng như ngoài nước  T2: Giá hồ tiêu xuất khẩu không ổn định  T3: Bị ảnh hưởng nhiều bởi thời tiết, hạn hán, thiếu nước tưới  T4: Chất lượng sản phẩm chưa cao, không đồng đều |

**Bảng 3.1: Bảng tóm tắt phân tích SWOT công ty SIMEXCO**

### Điểm mạnh

**S1:** Có lợi thế về nguồn nguyên liệu

Công ty có trụ sở chính tại Dak Lak là một trong những vùng trồng hồ tiêu lớn của cả nước nên rất thuận tiện cho công tác thu mua và bảo quản hồ tiêu phục vụ xuất khẩu.

**S2**: Đội ngũ nhân viên nhiều kinh nghiệm

Với hơn 20 năm làm về xuất khẩu nông sản thì đội ngũ nhân viên công ty là những người có nhiều kinh nghiệm và thâm niên trong nghành.

**S3:** Công ty có nhiều khách hàng thân thiết trên khắp thế giới

Thị trường xuất khẩu vô còng rộng lớn, trải dài từ Châu Âu, Bắc Mỹ, Trung Đông… Các khách hàng nhập khẩu tiêu biểu là Nedcoffee, Armajro, Taloca, S

**S4:** Đa dạng về phương thức thanh toán

Do công ty có nhiều đối tác đã làm ăn lâu dài với công ty nên công ty thường dùng phương thức thanh toán CAD để giúp công ty xoay vòng vốn nhanh chóng. Không chỉ sử dụng CAD mà công ty còn sử dụng nhiều hình thức thanh toán khác nhau đối với từng loại khách hàng khác nhau để tăng tính linh hoạt và giảm thiểu rủi ro trong giao dịch

**S5:** Là doanh nghiệp uy tín được nhà nước công nhận

SIMEXCO là công ty uy tín được bộ công thương chứng nhận nên hồ tiêu xuất khẩu của công ty đa phần được phân “luồng xanh”, rất ít khi kiểm hóa nên giảm được thời gian xuất hàng. Điều này cũng làm công ty lấy được niềm tin từ những khách hàng mới.

### Cơ hội

**O1:** Nhu cầu hồ tiêu của thị trường lớn

Thị trường hồ tiêu ngày càng mở rộng, nhu cầu dùng hồ tiêu ngày càng lớn. Nhu cầu hồ tiêu đã tăng tới 60% trong vòng 10 năm qua, đặt biệt là Trung Đông có nhu cầu tăng tới 200%

**O2:** Nhà nước có những chính sách hỗ trợ xuất khẩu nông sản

Nhà nước đã có nhiều chính sách để hỗ trợ xuất khẩu nông sản nhằm tăng khả năng cạnh tranh của các công ty xuất khẩu nông sản Viêt Nam như nghị định 54/2013/NĐ-CP hỗ trợ, gia hạn thời hạn vay tín dụng xuất khẩu., phần lớn các mặt hàng nông sản xuất khẩu được phân luồng xanh…

**O3:** Việt Nam tham gia vào nhiều tổ chức quốc tế

Việt nam ngày càng hội nhập sâu và rộng vào các tổ chức kinh tế trên thế giới và ký kết nhiều hiệp định kinh tế như WTO, TTP…

### Điểm yếu

**W1:** Hoạt động mang tính thời vụ

Mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của công ty là các mặt hàng nông sản, vì vậy hoạt động kinh doanh của công ty mang tính thời vụ rất lớn. Có những giai đoạn vào mùa thì khối lượng công việc rất nhiều, nhân viên phải chịu áp lực lớn nên dẫn đến những sai sót trong quá trình làm chứng từ làm phát sinh những chi phí không đáng có.

**W2:** Vốn kinh doanh luôn bị thiếu hụt

Vốn kinh doanh luôn là vấn đề quan trọng, tuy đã có cổ phần hóa nhưng công ty vẫn gặp nhiều khó khăn trong việc huy động vốn, điều này gây trở ngại rất lớn trong việc thu mua hàng hóa.

Tỷ trọng sử dụng phương thức thanh toán CAD cao nhưng phương thức này dựa vào thiện chí của khách hàng nên rủi ro khá lớn.

W**3:** Áp dụng phương thức xuất khẩu chưa linh hoạt

Việc áp dụng các phương thức xuất khẩu chưa linh hoạt, chỉ tập trung vào xuất khẩu FOB nhưng lại không có cơ hội thuê tàu do đó công ty bị mất đi một phần lợi nhuận.

**W4:** Hoạt động marketing còn hạn chế

Còn hạn chế về hoạt động marketing, thông qua các báo cáo tình hình xuất khẩu hàng hóa cho thấy khách hàng của công ty hầu hết là khách hàng quen biết, rất ít khi có khách hàng mới.

**W5:** Thiếu hồ tiêu sạch để xuất khẩu

Hồ tiêu xuất khẩu chủ yếu là hồ tiêu đã qua sơ chế nên giá thành thấp, trong khi đó nhu cầu hồ tiêu sạch lại lớn và có giá thành cao. Nhận thấy điều này, SIMEXCO đã đầu tư nhà máy chế biến hồ tiêu sạch, tuy nhiên sản lượng vẫn không đáp ứng được nhu cầu.

### Thách thức

**T1:** Gặp sự cạnh tranh trong nước cũng như ngoài nước

Công ty còn gặp nhiều khó khăn trong việc cạnh tranh từ các nước xuất khẩu khác cũng như những đối thủ xuất khẩu hồ tiêu trong nước.

**T2:** Giá hồ tiêu xuất khẩu không ổn định

Giá cả của hồ tiên thay đổi nhanh chóng và không ổn định do phụ thuộc ào nhiều yếu tố như: được mùa hay mất mùa, tình hình hồ tiêu tại các nước xuất khẩu lớn, thời tiết… Ngoài ra, tại một số nước ở khu vực Trung Đông lại bị ảnh hưởng bởi yếu tố chính trị, tôn giáo, chiến tranh

**T3:** Bị ảnh hưởng nhiều bởi thời tiết, hạn hán, thiếu nước tưới

Hồ tiêu là mặt hàng nông sản nên bị ảnh hưởng bởi thời tiết rất nhiều. Trong những năm gần đây, tình hình hạn hán và thiếu nước tưới ảnh hưởng rất nặng nề đến các hộ nông dân. Điều này làm cho sản lượng và năng suất hồ tiêu không ổn định.

**T4:** Chất lượng sản phẩm chưa cao, không đồng đều

Phương thức trồng hồ tiêu hiện nay của các hộ nông dân còn đơn giản, và không đồng đều tại các vùng. Điều này làm cho chất lượng hồ tiêu chưa cao và có sự khác biệt ở các vùng khác nhau.

## **Giải pháp**

**Nâng cao năng lực cạnh tranh của công ty**

Xây dựng thêm nhà máy chế biến tiêu sạch: Cần có thêm nhà máy chế biến tiêu nguyên liệu thành sản phẩm tiêu sạch để đáp ứng nhu cầu cho thị trường.

SIMEXCO nên phổ biến và mở rộng các cách thức trồng hồ tiêu mới để gia tăng chất lượng hồ tiêu và đảm bảo nguồn cung ổn định

Đa dạng hóa sản phẩm theo nhu cầu thị trường như xuất khẩu hồ tiêu sạch, đầu tư công nghệ để xuất khẩu hồ tiêu tiệt trùng. Điều này giúp công ty giảm sự cạnh tranh từ đối thủ mở rộng được thị trường.

**Mở rộng thị trường tiêu thụ**

Giữ vững thị trường sẵn có song song với viêc mở rộng thị trường tiêu thụ là yếu tố quan trọng để phát triển hoạt động xuất khẩu cho tất cả các mặt hàng của công ty. Phải biết vận dụng tất cả các ưu đãi về MFN và GSP và ưu đãi khác trong viêc tìm kiếm thị trường hay bạn hàng mới. Cũng cần quan tâm và chú trọng hơn thị trường trong nước vì đây là thị trường góp phần không nhỏ trong viêc tạo doanh thu cho công ty.

**Đầu tư vào hoạt động marketing và nghiên cứu thị trường**

Thiết lập web theo đúng nghĩa của nó: công cụ tích cực, ít tốn kém, không rườm rà và phải có nhân viên quản lý thường xuyên và nâng cấp web để thu hút thêm khách hàng thể hiện sự chuyên nghiệp. điều này sẽ làm tăng khả năng tiếp nhận và tìm kiếm bạn hàng, mang lại những lợi ích, giảm chi phí và có thể cập nhật được thường xuyên những thông tin mới nhất trên thị trường.

Bộ phận marketing của công ty còn chưa chuyên nghiệp vì thế hình ảnh của công ty còn hạn chế và chua khai thác được hết thuận lợi từ thương mại điện tử. Hoạt động nghiên cứu thị trường còn chưa được chú trọng nhiều. Do đó việc nâng cao hiệu quả hoạt động marketing và nghiên cứu thị trường là hết sức cần thiết. Những giải pháp nêu trên được thực hiện tốt nhất khi có sự kết hợp giữa bộ phận kinh doanh và bộ phận arketing để đạt được hiệu quả tốt nhất.

Tại những quốc gia có sự biển động lớn về chính trị, chiến tranh như Trung Đông thì việc nghiên cứu môi trường và cập nhật thông tin là điều cần thiết để giảm thiểu rủi roc ho công ty

**Linh hoạt trong sử dụng các phương thức thanh toán**

Mở rộng phương thức và nâng cao nghiệp vụ thanh toán: Công ty cần đẩy mạnh hơn nữa phương thức thanh toán CAD và L/C, TTR với những bạn hàng tốt có quan hệ làm ăn lâu năm với công ty. Công ty chỉ mất từ 5 -7 ngày để nhận tiền thanh toán, góp phần tăng nhanh vòng quay của vốn kinh doanh tạo được vốn lưu động để công ty có thể tiếp tục thu gom nguồn hàng cho đơn hàng tiếp theo.

**Trang thiết bị máy móc**

Nâng cấp và trang bị thêm thiết bị hiện đại, tạo một văn phòng làm việc thông minh để theo kiệp khoa học công nghệ tiên tiến hiện nay và đáp ứng được tốc độ làm việc với số lượng hợp đồng ngày càng tăng.

**Giảm các chi phí cố định**

Mỗi năm, công ty chi hơn khoản 6 tỷ đồng cho phí kiểm dịch thực vật nhưng đây là khoản chi phí không thực sự cần thiết vì nhiều khách hàng ở các nước lớn như Anh, Đức, Pháp… không yêu cầu phải có giấy kiểm dịch thực phẩm trong hợp đồng. Mặt khác trong những năm gần đây, lượng nông sản bị trả về do tôn dư thuốc bảo vệ thực vật hoặc kháng sinh cũng khá cao. Vì vậy công ty nên gửi công văn và trình bày với các bên có liên quan (nhà nước, cơ quan hải quan) nhằm giảm chi phí cho khoản chi này và nâng cao sức mạnh cạnh tranh của công ty.

Kiểm tra lại tất cả các chi phí cố định để xác định được các chi phí có thể cắt giảm hoặc cắt bỏ nhằm giảm các chi phí cố định cho công ty.

## **Kiến nghị**

**Đối với nhà nước**

Nâng cao chất lượng hồ tiêu: Bộ Nông Nghiệp và Phát Triển Nông Thôn có những chương trình tái canh, đưa ra giống mới có năng suât cao và trình Chính Phủ để thực hiện chiến lược phát triển hồ tiêu bền vững. Trong đó có nâng cao chất lượng hồ tiêu bằng cách nâng cao phương thức chế biến, tăng đầu tư cho nông dân, mở giao dịch qua sàn.

Tạo thành hợp tác xã, quy tụ các hộ nông dân nhỏ lẻ lại để quản lý dể dàng hơn, hồ tiêu được sản xuất với tiêu chuẩn đồng bộ hơn sẽ khiến chất lượng tốt và giá cả cao hơn.

Hồ tiêu là nông sản có giá cả lên xuống thất thường nên các doanh nghiêp nhiều khi gặp khó khăn về vốn nên phải đi vay, hoặc nhiều doanh nghiệp phải bán hồ tiêu với mức giá thấp để kịp có tiền trả ngân hàng. Do đó Nhà Nước nên có chính sách cho vay hợp lý đối với các doanh nghiệp xuất khẩu hồ tiêu như cho vay lãi suất thấp hoặc hỗ trợ lãi để tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp trong mùa thu hoạch hồ tiêu.

Hỗ trợ vồn cho nống dân để họ có điều kiện mở rộng sản xuất, đẩy mạnh thâm canh, tăng năng suất và sản lượng phục vụ cho sản xuất.

Hỗ trợ phân bòn, thuốc trừ sâu để tạo điều kiện thuận lợi cho người dân tăng năng suất cây trồng, giảm thiểu sự tàn phá của dịch bệnh.

Nâng cấp hệ thống giao thông, mạng lưới điện cho sản xuất ở khu vực nông thôn, đặc biệt là hệ thống tưới tiêu hiện nay. Nhà nước nên hỗ trợ nhân dân trong việc đào giếng và tìm nguồn nước mới.

**Đối với cơ quan hải quan:**

Xử lý vướng mắc, đảm bảo vận hành hệ thống VNACCS/VCIS một cách ổn định an toàn.

Cần tiếp tục duy trì, phát triển hệ thống sao lưu dữ liệu, đảm bảo an ninh an toàn cho hệ thống công nghệ thông tin ngành hải quản.

Nổ lực để đạt được mục tieu “5e” bao gồm: Xử lý hồ sơ hải quan điện tử (e-declaration), thanh toán điện tử (e-payment), manifest điện tử (e-manifest), cấp giấy phép điện tử (e-permit), C/O điện tử (e-C/O)

Mở rộng áp dụng dự án mã vạch tại cục Hải quan Tp. Hồ Chí Minh và các cảng biển lớn trong cả nước.

# **KẾT LUẬN**

SIMEXCO Dak Lak là một trong những doanh nghiệp xuất khẩu nông sản nổi tiếng hiện nay. Thị trường xuất khẩu của công ty hiện nay lên đến hơn 50 nước trên thế giới, thị trường tiêu thụ chủ yếu của công ty là Châu Âu và Châu Á. Tuy nhiên với tiềm năng phát triển mạnh mẽ của thị trường Trung Đông thì công ty đã và đang tập trung phát triển thị trường này.

Công ty SIMEXCO luôn nằm trong top 10 các doanh nghiệp xuất khẩu hồ tiêu hàng đầu Việt Nam trong những năm gần đây. Với những thành công của SIMEXCO đã đóng góp rất nhiều vào hoạt động xuất khẩu của Việt Nam, trung bình mỗi năm góp tới 5% vào tổng kim ngạch xuất khẩu hồ tiêu của nước ta. IềTrong điều kiện hội nhập như hiện nay cùng với tiềm năng phát triển mạnh mẽ của mặt hàng hồ tiêu thì công ty SIMEXCO có nhiều cơ hội để phát triển. Bên cạnh đó, công ty cũng gặp không ít khó khăn và thách thứ ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh xuất khẩu hồ tiêu của công ty. Vì vậy, công ty cần nắm bắt cơ hội kịp thời và tích cực phát huy những điểm mạnh nhằm khắc phục những điểm yếu kém để giữ vững và nâng cao vị thế của mình. Công ty cũng cần chủ động tìm kiếm và mở rộng thị trường hơn nữa để tăng năng lực cạnh tranh trong bối cảnh khốc liệt như hiện nay. Công ty cũng cần phải có những chiến lược phát triển bền vững để không những mang lại lợi ích lâu dài của mình mà còn mang lại lợi ích cho người nông dân, giúp đât nước phát triển.

Bài báo cáo này được viết dựa trên cơ sở tổng hợp số liệu được thu thập từ công ty SIMEXCO Dak Lak. Thông qua việc phân tích đánh giá số liệu và ghi chép trong quá trình thực tập em đã đưa ra những nhận định và tình hình xuất khẩu hồ tiêu tại công ty cũng như đưa ra những ưu điểm và hạn chế còn tồn tại cần khắc phục nhằm hoàn thiện hơn trong việc tổ chức thực hiện xuất khẩu hồ tiêu.

# **DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO**

1. Bộ công thương Việt Nam, “*Quan hệ thương mại Việt Nam - Trung Đông phát triển nhanh*”, 2013
2. Báo cáo kế hoạch xuất khẩu của công ty SIMEXCO năm 2012 – 2014
3. Bảng cân đối kê toán và kết quả kinh doanh của công ty từ năm 2012 – 2014
4. Cục xúc tiến thương mại: http://www.vietrade.gov.vn/tin-tuc/20-tin-tuc/4265-tim-hng-t-pha-khu-vc-th-trng-chtim-huong-dot-pha-cho-khu-vuc-chau-phi-trung-dongau-phi-trung-ong.html
5. Hải Quan Việt Nam: http://customs.gov.vn
6. Hải quan Dubai: <http://www.dubaicustoms.gov.ae>
7. Hiệp hội hồ tiêu Việt Nam: http://peppervietnam.com/tin-tuc/tin-trong-nuoc/nhu-cau-va-nhung-van-de-san-xuat-da-khien-gia-ho-tieu-tang-toi-310--103186
8. PGS, TS.Phạm Thị Thanh Bình, “*Hợp tác kinh tế Việt Nam - Trung Đông, Bắc Phi sau khủng hoảng tài chính*”, 2014
9. Phạm Duy Liên, “*Giao Dịch Thương Mại Quốc Tế, NXB Thống kê”*, Hà Nội, 2012
10. Phòng Thương Mại Và Công Nghiệp Việt Nam: http://kekhai.covcci.com.vn
11. Trademap: http://www.trademap.org/
12. Tôn Nữ Tuấn Nam, “*Đánh giá chất lượng và thị trường hồ tiêu tại Việt Nam*”, 2008
13. Tổng cục hải quan, “*Thông tin thị trường Châu phi – Bắc Phi – Trung Đông*”, 2014
14. Thị trường nước ngoài: http://www.thitruongnuocngoai.vn/day-manh-xuat-khau-vao-thi-truong-trung-dong/
15. Trung Tâm WTO: http://www.trungtamwto.vn/fta
16. Võ Thanh Thu, “*Kỹ Thuật Kinh Doanh Xuất Nhập Khẩu”*, NXB Tổng hợp, Hồ Chí Minh, 2009.

**PHỤ LỤC: PHỤ LỤC BỘ CHỨNG TỪ**

Trong qua trình thực tập tại Công ty, tác giả đã được theo sát toàn bộ quy trình tạo lập bộ chứng từ và thu thập được một phần giấy tờ có liên quan đến hợp đồng PP-BR/16/032, bao gồm:

1. Commercial Invoice
2. Bill of Lading
3. Certificate of Origin
4. Giấy chứng nhận kiểm dịch thực vật – Phytosanitary Certificate
5. Fumigation Certificate
6. Certificate of Weight and Quality
7. Tờ khai hàng xuất khẩu
8. Danh sách container đủ điều kiện qua khu vực giám sát hải quan
9. Hợp đồng ngoại thương