



**BÀI GIẢNG MÔN**  
**NGHIỆP VỤ**  
**THƯƠNG MẠI**

**Giảng viên:**  
**Điện thoại:**  
**Bộ môn:**  
**Năm biên soạn:**

**TS. Nguyễn Hoài Anh**  
**0948555117**  
**Quản trị - Khoa QTKD1**  
**2009**

# CHƯƠNG 9 QUẢN TRỊ KINH DOANH XUẤT NHẬP KHẨU CỦA DOANH NGHIỆP

## **9.1. KHÁI NIỆM VÀ ĐẶC ĐIỂM CỦA KINH DOANH XUẤT NHẬP KHẨU CỦA DOANH NGHIỆP**

## **9.2. HOẠT ĐỘNG NHẬP KHẨU HÀNG HÓA**

## **9.3. HOẠT ĐỘNG XUẤT KHẨU HÀNG HÓA**

## **9.4. QUẢN TRỊ KINH DOANH XUẤT NHẬP KHẨU Ở DOANH NGHIỆP**



## 9.1. KHÁI NIỆM VÀ ĐẶC ĐIỂM CỦA KINH DOANH XUẤT NHẬP KHẨU CỦA DOANH NGHIỆP

### 9.1.1. Khái niệm và vai trò kinh doanh xuất nhập khẩu đối với doanh nghiệp

- ❖ Trong xu thế khu vực hóa và toàn cầu hóa, các doanh nghiệp mở rộng địa bàn kinh doanh ra nước ngoài là một xu thế khách quan không thể đảo ngược. Khi nghiên cứu sự phát triển của “tư bản” Các Mác đã định nghĩa thương mại quốc tế (ngoại thương) là sự mở rộng thương mại ra khỏi phạm vi một nước.
- ❖ Thương mại quốc tế đóng vai trò lớn đối với sự phát triển của nền kinh tế quốc dân, vì nó mở rộng khả năng tiêu dùng và sản xuất của mỗi nước, gắn quá trình kinh tế trong nước với kinh tế khu vực và thế giới, làm thay đổi cơ cấu kinh tế giúp cho việc sử dụng hiệu quả hơn nguồn lực quốc gia, là động lực tăng trưởng và phát triển kinh tế.

- ❖ Đối với doanh nghiệp, hoạt động kinh doanh thương mại quốc tế chủ yếu thông qua xuất khẩu và nhập khẩu các hàng hóa, dịch vụ.
- ❖ Kinh doanh thương mại quốc tế là hình thức mua bán hàng hóa, dịch vụ giữa các cá nhân, tập thể, doanh nghiệp ở các quốc gia khác nhau nhằm thu được lợi nhuận.
- ❖ Đối với doanh nghiệp, mục đích của kinh doanh thương mại quốc tế là nhằm tối đa hoặc ổn định lợi nhuận của doanh nghiệp thông qua mở rộng thị trường tiêu thụ, bù đắp các chi phí đầu tư, thực hiện giảm chi phí theo quy mô và tìm kiếm nguồn lực, lợi thế từ nước ngoài, ...

- ❖ Thông qua giao lưu, quan hệ với các đối tác nước ngoài các doanh nghiệp có điều kiện học hỏi được kinh nghiệm về hoạt động marketing, phương thức kinh doanh, phong cách kinh doanh và quản lý doanh nghiệp để đổi mới hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp nhằm rút ngắn khoảng cách lạc hậu với đối tác nước ngoài.
- ❖ Có thể nói, xuất nhập khẩu không chỉ đóng vai trò thúc đẩy hỗ trợ hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp mà còn giải quyết tốt vấn đề thuộc phạm vi nội bộ doanh nghiệp như tổ chức bộ máy, lực lượng lao động, vốn kinh doanh và các nguồn lực khác để phát triển hoạt động kinh doanh.
- ❖ Theo số liệu thống kê cho đến nay trong ngành thương mại đã có hàng chục nghìn doanh nghiệp là đầu mối kinh doanh xuất nhập khẩu, một lực lượng đông đảo, quan trọng của các doanh nghiệp Việt Nam, bằng hành động thực tế để chứng minh rằng : Việt Nam không chỉ là bạn, mà còn là đối tác tin cậy của tất cả các quốc gia trên thế giới.

## 9.1.2. Đặc điểm kinh doanh xuất nhập khẩu của doanh nghiệp

Kinh doanh xuất nhập khẩu trên thị trường quốc tế khác biệt căn bản với kinh doanh hàng hóa, dịch vụ trong nước.

a) Hoạt động kinh doanh hàng hóa, dịch vụ được tiến hành với đối tác ở nước ngoài.

- ❖ Nghĩa là việc buôn bán diễn ra giữa các đối tác có ngôn ngữ, phong tục tập quán, tôn giáo khác nhau. Đặc điểm này đòi hỏi trong buôn bán các đối tác phải lựa chọn ngôn ngữ chung để giao dịch, đàm phán và ký kết hợp đồng. Sự khác nhau về văn hóa dễ dẫn tới hiểu lầm đáng tiếc và rủi ro khi không chung một ngôn ngữ, hệ thống luật pháp, nếp nghĩ, thói quen và cả những giá trị mà các bên theo đuổi giữ gìn.

- ❖ Trong buôn bán với nước ngoài, hàng hóa được chuyển từ trong nước ra nước ngoài hoặc ngược lại, đòi hỏi bao bì, ký mã hiệu phải tuân theo tiêu chuẩn quốc tế, bền chắc để có thể chuyển tải qua nhiều phương thức vận tải, nhiều phương tiện vận chuyển khác nhau. Nội dung của hợp đồng phải cụ thể, phải thể hiện ý chí của cả hai bên và theo mẫu quy định của hoạt động thương mại quốc tế.



*b) Phương thức thu nợ, thanh toán trong kinh doanh thương mại quốc tế phức tạp và đa dạng hơn so với kinh doanh trong nước*

- ❖ Cũng vì vậy khả năng rủi ro lớn hơn. Theo ước tính , nếu rủi ro trong buôn bán quốc tế là 100% thì khâu thanh toán chiếm hơn 70%. Đặc điểm này đòi hỏi các nhà kinh doanh tùy điều kiện phải lựa chọn được đồng tiền thanh toán,, các hình thức thanh toán bảo vệ quyền lợi của mình và thực hiện được hợp đồng.

*c) Phương thức, phương tiện trao đổi thông tin trong thương mại quốc tế hiện đại và phong phú hơn nhiều so với kinh doanh nội địa*

- ❖ Với sự phát triển của kỹ thuật công nghệ và thông tin, gần như giữa các đối tác không còn khoảng cách, họ có thể giao dịch trực tuyến để thảo luận về nội dung của hợp đồng, sử dụng các phương tiện quảng cáo và giao hàng tận nhà không bị cách trở bởi khoảng cách địa lý. Đặc điểm này đòi hỏi cán bộ giao dịch, buôn bán quốc tế phải thành thạo các công cụ, các phương tiện để chủ động thực hiện các nghiệp vụ kinh doanh.

d) *Buôn bán quốc tế phải theo chuẩn mực quốc gia và quốc tế*

Mỗi quốc gia đều có hệ thống luật pháp của mình, bởi vậy, trong soạn thảo nội dung hợp đồng mua bán, tổ chức thực hiện và giải quyết tranh chấp phải tuân thủ luật pháp của quốc gia, quốc tế và các thông lệ, tập quán thương mại quốc tế.

e) *Xu hướng phát triển quan hệ thương mại trực tiếp trong buôn bán quốc tế.*

Bảo đảm tính tự chủ của thương nhân, giảm chi phí phát triển mối quan hệ hợp tác trong thương mại quốc tế cả đối tác đều muốn thực hiện quan hệ trực tiếp để bảo vệ quyền lợi của mình. Tuy nhiên hình thức quan hệ gián tiếp vẫn được áp dụng trong những trường hợp cần thiết như dung lượng buôn bán nhỏ, thị trường biến động, việc tiếp cận, quảng cáo, phân phối hàng hóa có khó khăn.

*f) Hội nhập kinh tế không chỉ mang lại cơ hội thuận lợi mà còn mang lại khó khăn đối với các doanh nghiệp Việt Nam*

Là những doanh nghiệp có quy mô nhỏ, tiềm lực tài chính có hạn, kỹ thuật và cơ sở vật chất lạc hậu, chưa có nhiều kinh nghiệm trong xây dựng, quảng bá thương hiệu và xúc tiến thương mại. Chưa làm chủ các kênh phân phối sản phẩm trong nước và chưa thâm nhập vào các kênh phân phối ở thị trường nước ngoài.

*g) Hệ thống thông tin trong hoạt động thương mại quốc tế có tầm quan trọng đặc biệt*

Khác với hoạt động kinh doanh trong nước, buôn bán quốc tế cần hệ thống thông tin toàn diện, đầy đủ và chính xác hơn. Những thông tin về cung cầu, giá cả và sự cạnh tranh trên thị trường quốc tế là rất cần thiết. Những thông tin này cần phải cụ thể, cập nhật. Để đặt quan hệ cần phải có thông tin về đối tác, chính sách thương mại của các nước trong xuất nhập khẩu. Các quy định về hải quan cần tường tận, chính xác để doanh nghiệp có thể tiếp cận thị trường nước ngoài.



## 9.2. HOẠT ĐỘNG NHẬP KHẨU HÀNG HÓA

- Để thực hiện nhập khẩu hàng hóa, các doanh nghiệp thường tiến hành các hoạt động theo trình tự sau :

### 9.2.1. Xác định nhu cầu cụ thể về hàng hóa cần nhập khẩu

Các doanh nghiệp thương mại nhập khẩu hàng hóa là để bán lại cho người tiêu dùng, vì thế trước tiên phải xác định nhu cầu cụ thể về mặt hàng, quy cách, chủng loại, số lượng, thời hạn tiêu dùng, giá cả mà người tiêu dùng chấp nhận. Sau đó, doanh nghiệp sẽ tổng hợp các nhu cầu của khách hàng, cân đối với lượng hàng hóa tồn kho, để quyết định hàng hóa cần nhập khẩu theo công thức :

$$\begin{array}{l} \text{Yêu cầu hàng} \\ \text{hóa nhập khẩu} \end{array} = \begin{array}{l} \text{Nhu cầu hàng hóa} \\ \text{của khách hàng} \end{array} \pm \begin{array}{l} \text{Nhu cầu dự trữ} \\ \text{hàng hóa của} \\ \text{DNTM} \end{array}$$

Yêu cầu các mặt hàng cần nhập khẩu sẽ là căn cứ để ký hợp đồng với nước ngoài.

### **9.2.2. Nghiên cứu thị trường nước ngoài, chọn đối tác kinh doanh**

Một loại hàng hóa nào đó sẽ có nhiều thị trường (các nước) khác nhau cùng sản xuất, mỗi nước lại có nhiều hãng, ở mỗi hãng có thể sản xuất, kinh doanh nhiều loại sản phẩm, mà kết quả kinh doanh lại phụ thuộc vào từng đối tác cụ thể. Bởi vậy, doanh nghiệp phải nắm bắt được không chỉ khái quát về từng thị trường mà còn cần thông hiểu địa vị pháp lý, sức mạnh tài chính, quan điểm, triết lý kinh doanh và các sản phẩm hàng đầu của hãng để đặt hàng.

### 9.2.3. Tiến hành giao dịch, đàm phán và ký kết hợp đồng nhập khẩu hàng hóa

Muốn tiết kiệm chi phí đi lại, thăm dò khảo sát thị trường nước ngoài, doanh nghiệp phải lập kế hoạch giao dịch, tìm hình thức và biện pháp đàm phán phù hợp để ký hợp đồng nhập khẩu hàng hóa.

Trình tự giao dịch mua bán hàng hóa, dịch vụ trên trường quốc tế.

Người mua : hỏi giá → đặt hàng  
Người bán : chào hàng

→

Hoàn giá  
(mặc cả)

→

Chấp  
nhận

→

Xác  
nhận

Bước xác nhận cần thiết cho những thương vụ đàm phán kéo dài và để phân biệt thỏa thuận cuối cùng với những thỏa thuận trước đó, làm tăng tính chắc chắn.

Hợp đồng có thể được ký thông qua các hình thức đàm phán :

- Qua thư từ
- Qua điện thoại, điện báo
- Gặp gỡ trực tiếp

Do khác nhau về ngôn ngữ, phong tục tập quán và luật pháp giữa các quốc gia nên hoạt động xuất nhập khẩu thường được xác định cụ thể bằng hợp đồng mua, bán. Hợp đồng là cơ sở xác định trách nhiệm của các bên, làm căn cứ phân xử khi xảy ra tranh chấp, vi phạm hợp đồng. Bởi vậy, phải xác định những nội dung cơ bản.

Ngoài những thông tin về hai bên đối tác, các hợp đồng mua bán thường gồm những nội dung cơ bản sau :





Điều kiện phẩm chất

Điều kiện về số lượng

Điều kiện về bao bì

Điều kiện về giá cả

Thời gian, địa điểm giao hàng, điều kiện giao hàng

Điều kiện thanh toán

Điều kiện khiếu nại, xử phạt hợp đồng

Và những điều kiện khác mà hai bên thỏa thuận với nhau

Hợp đồng này được ký kết là căn cứ quan trọng để tiến hành bước tiếp theo

## 9.2.4. Thực hiện hợp đồng nhập khẩu bao gồm :

- Xin giấy phép nhập khẩu
- Mở L/C theo yêu cầu của bên bán
- Thuê phương tiện vận chuyển
- Mua bảo hiểm hàng hóa
- Làm thủ tục hải quan
- Giao nhận hàng hóa với tàu
- Kiểm tra số lượng, chất lượng hàng nhập khẩu
- Giao hàng cho đơn vị nhận hàng trong nước
- Làm các thủ tục thanh toán
- Khiếu nại với người bán, người vận chuyển, người bảo hiểm (nếu có).

## 9.2.5. Đánh giá kết quả hoạt động nhập khẩu và tiếp tục hoạt động buôn bán

Các chỉ tiêu thường được dùng để so sánh, đánh giá hoạt động là :

- Số lượng thực hiện nhập khẩu so với đơn hàng
- Chứng loại mặt hàng thực hiện so với kế hoạch
- Tiến độ nhập hàng so với hợp đồng đã ký
- Doanh số mua và bán hàng hóa
- Chi phí kinh doanh
- Lợi nhuận đạt được so với kế hoạch và cùng kỳ năm trước



## 9.3. HOẠT ĐỘNG XUẤT KHẨU HÀNG HÓA

### 9.3.1. Nghiên cứu tiếp cận thị trường để nhận biết sản phẩm, dịch vụ mà thị trường có nhu cầu.

- Nhận biết hàng hóa xuất khẩu cần tìm hiểu trị thương phẩm hàng hóa, tình hình sản xuất mặt hàng, chu kỳ sống mà sản phẩm đang trải qua, tỷ suất ngoại tệ của mặt hàng kinh doanh.
- Tỷ suất ngoại tệ hàng xuất khẩu là số tiền Việt Nam phải chi ra để thu được một đơn vị ngoại tệ. Trên cơ sở so sánh tỷ suất này với tỷ giá hối đoái hiện hành, với mức doanh lợi thu được từ thị trường trong nước để quyết định có xuất khẩu hàng hóa hay không ?
- Đây là bước quan trọng thể hiện tư tưởng chỉ bán cái mà thị trường đang cần chứ không phải bán cái mà doanh nghiệp đang có.

### 9.3.2. Nghiên cứu thị trường nước ngoài và chọn đối tác kinh doanh

Doanh nghiệp phải hiểu rõ điều kiện chính trị, thương mại, luật pháp, vận tải, tiền tệ, tập quán thị hiếu, ước tính được dung lượng thị trường và sự biến động giá cả của mặt hàng xuất khẩu ở thị trường nước ngoài.

Kết quả xuất khẩu phụ thuộc vào thương nhân cụ thể mà doanh nghiệp lựa chọn, vì vậy phải làm rõ thái độ chính trị, triết lý kinh doanh, khả năng tài chính và uy tín của họ trên thị trường. Kết thúc bước này phải lập được phương án kinh doanh xuất khẩu. Nội dung của phương án kinh doanh thường bao gồm :

- Những đánh giá khái quát về thị trường và thương nhân
- Chọn mặt hàng, thời cơ và phương thức xuất khẩu
- Mục tiêu và biện pháp thực hiện
- Ước tính sơ bộ hiệu quả xuất khẩu : Xác định các chỉ tiêu tỷ suất ngoại tệ xuất khẩu, tỷ suất doanh lợi, điểm hòa vốn và thời gian hòa vốn.

### 9.3.3. Tìm hình thức và biện pháp giao dịch, đàm phán để ký kết hợp đồng xuất khẩu

Trong nội dung cơ bản của hợp đồng xuất khẩu, hai bên phải thỏa thuận các vấn đề :

- Nội dung công việc xuất khẩu
- Bao bì đóng gói, ký mã hiệu hàng hóa
- Thời gian, phương tiện và địa điểm giao hàng, quyền sở hữu hàng hóa
- Giám định hàng hóa
- Sát trùng hàng hóa (nếu bên mua yêu cầu)
- Điều kiện xếp dỡ hàng hóa và thưởng phạt
- Những chứng từ cần thiết cho lô hàng xuất khẩu
- Đồng tiền thanh toán, phương thức, hình thức và thời hạn thanh toán
- Các trường hợp bất khả kháng
- Trách nhiệm của các bên do vi phạm hợp đồng
- Thủ tục giải quyết tranh chấp hợp đồng
- Các điều kiện khác
- Hiệu lực của hợp đồng

### 9.3.4. Thực hiện hợp đồng xuất khẩu

- Kiểm tra L/C do bên mua mở
- Xin giấy phép xuất khẩu (nếu có)
- Chuẩn bị hàng hóa xuất khẩu
- Ủy thác thuê tàu
- Kiểm nghiệm hàng hóa
- Làm thủ tục hải quan
- Giao hàng lên tàu
- Mua bảo hiểm hàng hóa
- Làm thủ tục thanh toán
- Giải quyết khiếu nại (nếu có).3

### **9.4.5. Đánh giá kết quả hoạt động xuất khẩu và tiếp tục quá trình buôn bán**

Có thể sử dụng các chỉ tiêu tương tự như đánh giá nhập khẩu, cần phân tích hoạt động xuất khẩu theo từng mặt hàng, từng thị trường và từng khách hàng cụ thể để làm căn cứ đánh giá hoạt động xuất khẩu nói chung của doanh nghiệp. Cần làm rõ :

- Về lượng hàng xuất khẩu tăng giảm so với kỳ trước và so với kế hoạch
- Giá trị kim ngạch đạt được của từng mặt hàng, từng thị trường, từng khách hàng, so với kỳ trước và kế hoạch





- Mức độ chiếm lĩnh thị trường đối với những mặt hàng, nhóm mặt hàng quan trọng , tăng giảm và nguyên nhân.

- Các ý kiến phản hồi của khách hàng, của cơ quan quản lý về hàng hóa xuất khẩu của doanh nghiệp.

- Uy tín của doanh nghiệp và triển vọng phát triển xuất khẩu.

- Các vướng mắc trong quá trình thực hiện, các ý kiến đề xuất với cơ quan chuyên môn và cơ quan quản lý.

Nội dung Mục II và III có thể tìm đọc ở giáo trình “Quản trị kinh doanh thương mại quốc tế”.



## 9.4. QUẢN TRỊ KINH DOANH XUẤT NHẬP KHẨU Ở DOANH NGHIỆP

Quản trị kinh doanh xuất nhập khẩu hàng hóa, dịch vụ của doanh nghiệp là toàn bộ các chính sách, biện pháp và hoạt động của nhà quản trị nhằm thực hiện kế hoạch xuất nhập khẩu đề ra với hiệu quả kinh tế cao nhất.

### 9.4.1. Nghiên cứu thị trường để lựa chọn đối tác, thị trường và lập chiến lược kinh doanh thương mại quốc tế

Nghiên cứu thị trường là hoạt động tiên quyết đầu tiên đối với bất kỳ doanh nghiệp nào muốn tham gia vào thị trường quốc tế. Đó là quá trình điều tra, khảo sát để tìm khả năng bán hàng (hoặc mua) đối với một hoặc một nhóm sản phẩm, kể cả phương pháp thực hiện mục tiêu đó. Trong nghiên cứu thị trường xuất khẩu phải chỉ ra :

- Thị trường nào là có triển vọng nhất đối với sản phẩm của doanh nghiệp
- Dung lượng thị trường là bao nhiêu
- Sản phẩm cần có những thay đổi, thích ứng gì đối với những đòi hỏi của thị trường.
- Sử dụng phương tiện quảng cáo và phương pháp xúc tiến nào?
- Chọn phương pháp bán nào là phù hợp

Tiến trình nghiên cứu thị trường bao gồm các bước thu thập thông tin, xử lý thông tin và ra quyết định.

Nghiên cứu thị trường để lựa chọn đối tác làm ăn buôn bán nên cần làm rõ.

- Tư cách pháp nhân của đối tác
- Năng lực và nguồn lực của đối tác
- Kinh nghiệm và năng lực chuyên môn của đối tác về hàng hóa dịch vụ mua bán với đối tác
- Quan điểm của đối tác trong buôn bán kinh doanh nói chung và trong kinh doanh với đối tác Việt Nam nói riêng.

Trên cơ sở kết quả nghiên cứu tình hình thị trường, đối tác và tiềm năng của doanh nghiệp để xây dựng chiến lược kinh doanh xuất nhập khẩu riêng biệt cho từng thị trường hay chiến lược chung toàn cầu cho các thị trường trọng điểm.

## 9.4.2. Lựa chọn phương thức gia nhập thị trường quốc tế sau :

**a) Xuất khẩu gián tiếp** : Là hình thức bán hàng hóa qua một số trung gian nước ngoài để họ bán lại cho người tiêu dùng. Xuất khẩu gián tiếp ít gặp nguy hiểm khi doanh nghiệp không nắm vững thị trường nước ngoài và có thể sử dụng tiềm lực của người trung gian. Nhưng mức lợi nhuận nhận được không cao.

**b) Xuất khẩu trực tiếp** : Doanh nghiệp quan hệ trực tiếp với khách hàng nước ngoài hoặc lập ra các văn phòng đại diện, các đại lý hoặc chi nhánh ở nước ngoài và đưa hàng ra bán.

Doanh nghiệp sẽ phải chịu bất lợi về chi phí vận chuyển, thuế xuất nhập khẩu và chi phí để duy trì của hàng, văn phòng đại diện ở nước ngoài, nhưng lại kiểm soát và nắm chắc được hoạt động kinh doanh và có cơ may để đứng chân vững chắc ở thị trường nước ngoài

### **c) *Tạm nhập, tái xuất, tạm xuất, tái nhập và chuyển khẩu hàng hóa***

Tạm nhập, tái xuất hàng hóa là việc hàng hóa được đưa từ nước ngoài hoặc từ các khu vực đặc biệt nằm trên lãnh thổ Việt Nam được coi là khu vực hải quan riêng theo quy định của pháp luật Việt Nam, có làm thủ tục nhập khẩu vào Việt Nam và làm thủ tục xuất khẩu chính hàng hóa đó ra khỏi Việt Nam.

Tạm xuất, tái nhập hàng hóa là việc hàng hóa được đưa ra nước ngoài hoặc đưa vào các khu vực đặc biệt nằm trên lãnh thổ Việt Nam được coi là khu vực hải quan riêng theo quy định của pháp luật, có làm thủ tục xuất khẩu ra khỏi Việt Nam và làm thủ tục nhập khẩu lại chính hàng hóa đó ra vào Việt Nam.

Chuyển khẩu hàng hóa là việc mua hàng hóa từ một nước vùng lãnh thổ để bán sang một nước, vùng lãnh thổ nhưng ngoài lãnh thổ Việt Nam mà không làm thủ tục nhập khẩu vào Việt Nam và không làm thủ tục xuất khẩu ra khỏi Việt Nam. Chuyển khẩu hàng hóa được thực hiện theo các hình thức sau đây :

- Hàng hóa được vận chuyển thẳng từ nước xuất khẩu sang nước nhập khẩu thông qua cửa khẩu Việt Nam
- Hàng hóa được vận chuyển từ nước xuất khẩu đến nước nhập khẩu có qua cửa khẩu Việt Nam nhưng không làm thủ tục nhập khẩu vào Việt Nam và không làm thủ tục xuất khẩu ra khỏi Việt Nam
- Hàng hóa được vận chuyển từ nước xuất khẩu đến nước nhập khẩu có qua cửa khẩu Việt Nam và đưa vào kho ngoại quan, khu vực trung chuyển hàng hóa tại các cảng Việt Nam, không làm thủ tục nhập khẩu vào Việt Nam và không làm thủ tục xuất khẩu ra khỏi Việt Nam

**d) Liên doanh** : Là hình thức được nhiều doanh nghiệp ưa thích thông qua hai hay nhiều nhà đầu tư cùng sở hữu một xí nghiệp theo tỉ lệ góp vốn 6/4 hoặc 7/3.

Liên doanh giúp nhà đầu tư hiểu rõ tình hình thị trường, tận dụng tri thức của đối tác tại địa phương về điều kiện bán hàng, cạnh tranh tại nước chủ nhà và san sẻ chi phí đầu tư

Ở nhiều nước, liên doanh là hình thức hợp tác duy nhất khả thi nhưng có khi bị rạn nứt do sự khác biệt về văn hóa, cách quản lý, triết lý kinh doanh và có nguy cơ mất quyền kiểm soát về kỹ thuật, công nghệ. Nhà nước và các DNTM cần có chính sách và biện pháp kiểm soát chặt chẽ hoạt động của các liên doanh ở Việt Nam tránh hiện tượng “lãi thật, lỗ giả” hiện nay.

Các nhà đầu tư nước ngoài vào Việt Nam lúc đầu vì chưa hiểu rõ thị trường, cung cách làm ăn nên liên doanh là hình thức phổ biến được ưa chuộng.



### **e) Thành lập chi nhánh thuộc quyền sở hữu của doanh nghiệp nước ngoài**

Thực chất là hình thức đầu tư trực tiếp cho phép tạo ra hình ảnh vững chắc của doanh nghiệp ở nước ngoài, giảm chi phí sản xuất, chuyên chở, phân phối, có lợi nhuận cao và kiểm soát được thị trường nhưng chi phí đầu tư cao, có thể có nguy hiểm khi đồng tiền nơi đầu tư bị lạm phát hoặc bị tước đoạt, sung công.

### 9.4.3. Xây dựng chiến lược thị trường và phát triển thị trường xuất, nhập khẩu.

Thị trường là mảnh đất tồn tại và phát triển của doanh nghiệp, để đứng vững ở thị trường nước ngoài cần xây dựng chiến lược thị trường khi bắt đầu kinh doanh.

Trong điều kiện cạnh tranh gay gắt, các doanh nghiệp xuất nhập khẩu thường có chiến lược đa dạng hóa thị trường để tránh mất thị trường, ảnh hưởng đến khối lượng hàng hóa xuất nhập khẩu. Không nên “độc canh” trên một thị trường sẽ gặp rủi ro khi thị trường thay đổi. Cần lựa chọn một số thị trường nhất định để khỏi phụ thuộc vào một khách hàng nào đó nhằm phát triển thị trường.

Phát triển thị trường xuất nhập khẩu là tổng hợp những cách thức, biện pháp của doanh nghiệp nhằm đưa khối lượng mua (hoặc bán) đạt mức tối đa, mở rộng quy mô sản xuất kinh doanh, tăng lợi nhuận và nâng cao uy tín của doanh nghiệp.



Nội dung phát triển thị trường là phát triển sản phẩm, phát triển khách hàng và phát triển địa bàn kinh doanh của doanh nghiệp trên thị trường.

Phương hướng phát triển thị trường là phát triển thị trường theo chiều rộng, chiều sâu, và phát triển hỗn hợp (xem thêm chương VI. Thị trường và phát triển thị trường của DNTM).

#### **9.4.4. Nâng cao năng lực cạnh tranh trong xuất nhập khẩu hàng hóa của doanh nghiệp trên thị trường quốc tế**

Trên thị trường quốc tế chỉ có các sản phẩm, các doanh nghiệp có năng lực cạnh tranh mới có thể xâm nhập và mở rộng thị trường xuất khẩu; ngược lại những sản phẩm kém năng lực cạnh tranh sẽ không tiêu thụ được, các doanh nghiệp phải nâng cao chất lượng cạnh tranh nếu không muốn bị phá sản.

Năng lực cạnh tranh của sản phẩm xuất khẩu là khả năng đáp ứng nhu cầu khách hàng nước ngoài về chất lượng, giá cả, kiểu dáng, thương hiệu, bao bì, tính độc đáo hay sự khác biệt so với sản phẩm cùng loại trên thị trường quốc tế.

Các yếu tố có liên quan đến năng lực cạnh tranh của sản phẩm



- Chất lượng sản phẩm, kiểu dáng, màu sắc, bao bì, nhãn hiệu, tính độc đáo.
- Chi phí bao gồm chi phí đầu vào chủ yếu, cơ cấu giá thành, chi phí quản lý và chi phí khác.
- Giá bán sản phẩm
- Khả năng sinh lời trên một sản phẩm
- Khả năng đổi mới, thay thế sản phẩm

Trong lĩnh vực xuất khẩu, năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp là tổng thể các yếu tố gắn với hàng hóa và các điều kiện cấu thành nguồn lực của doanh nghiệp trong cuộc ganh đua chiếm lĩnh thị trường, chinh phục khách hàng nước ngoài và mang lại lợi nhuận cho doanh nghiệp.

=> Như vậy, năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp trong xuất khẩu, ngoài sản phẩm, còn phụ thuộc vào khả năng quản lý của doanh nghiệp, thường được xem xét trên các mặt :

- Hiệu quả kinh doanh xuất khẩu, liên quan đến chi phí và lợi nhuận trong xuất khẩu
- Thị phần và tốc độ phát triển thị phần
- Quản trị chiến lược kinh doanh xuất khẩu
- Khoa học công nghệ, bao gồm cả nghiên cứu và phát triển
- Đào tạo nhân lực kinh doanh xuất khẩu
- Khả năng liên kết, hội nhập vào thị trường quốc tế

Năng lực cạnh tranh của quốc gia, của doanh nghiệp và của sản phẩm có mối quan hệ tương hỗ, chế định lẫn nhau. Trong đó năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp có tầm quan trọng , quyết định năng lực cạnh tranh của sản phẩm, bởi vậy cần phải quan tâm nâng cao không ngừng

### 9.4.5. Lập và thực hiện các phương án kinh doanh xuất nhập khẩu

Xây dựng chiến lược, kế hoạch kinh doanh chỉ là bước khởi đầu để biến chiến lược, kế hoạch thành hiện thực, thường phải xây dựng phương án kinh doanh đối với từng mặt hàng, từng thị trường và từng thương vụ kinh doanh cụ thể :

Trước mỗi thương vụ mua bán, nhân viên kinh doanh phải lập phương án kinh doanh cụ thể để trình lãnh đạo

Những nhận định, đánh giá về cung cầu, giá cả thị trường trong thời gian tới

Nguồn lực của doanh nghiệp và mục tiêu nhiệm vụ kinh doanh phải thực hiện

Căn cứ vào chiến lược, kế hoạch kinh doanh đã duyệt, nhân viên kinh doanh tự tính thương vụ kinh doanh trên các mặt

- Doanh thu
- Chi phí
- Điểm hòa vốn, tỷ suất ngoại tệ xuất khẩu hoặc nhập khẩu
- Lãi dự tính
- Đánh giá rủi ro trên các mặt tỷ giá, thuế, khả năng thực hiện hợp đồng và kiến nghị về phương án

Lãnh đạo các phòng, ban kinh doanh sẽ thẩm định khả năng thực thi của phương án và xét duyệt để cán bộ cấp dưới thực hiện



### 9.4.6. Khắc phục rào cản trong thương mại quốc tế của doanh nghiệp

Thương mại tự do và thương mại bảo hộ luôn song hành. Các quốc gia một mặt kêu gọi tự do buôn bán nhưng mặt khác, lại dựng nên những rào cản sự thông thương. Đó là các rào cản trong thương mại quốc tế

Rào cản thương mại quốc tế là tất cả chính sách, quy định, biện pháp của Chính phủ nhằm hạn chế, ngăn cản sự thông thương hàng hóa của nước mình với các nước bao gồm :

- Thuế quan các loại
- Qouta, giấy phép nhập khẩu, các quy định hạn chế hoặc ngăn cấm nhập khẩu, chống bán phá giá
- Các tiêu chuẩn kỹ thuật : về chất lượng, quy cách bao bì, kỹ mã hiệu, nhãn hiệu sản phẩm, các tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm, các trách nhiệm về xã hội và môi trường của doanh nghiệp

Trong đó các rào cản kỹ thuật có xu hướng được sử dụng phổ biến và chủ yếu trong thương mại quốc tế

Về phía Nhà nước tăng cường đàm phán ký kết gia nhập tổ chức thương mại quốc tế, giải quyết các tranh chấp ở cấp hai nhà nước. Các doanh nghiệp cần phải :

- Tìm hiểu luật pháp kỹ lưỡng trước khi xâm nhập thị trường
- Tham gia các hội nghị, hội thảo để tìm hiểu về các quy định
- Tham gia các đoàn nghiên cứu, khảo sát thị trường để có nhìn nhận và đánh giá chính xác
- Xây dựng các hệ thống quản lý chất lượng như HACCP, SA 8000, ISO 9000, ISO 14000
- Đầu tư, nâng cấp thiết bị máy móc để đảm bảo chất lượng hàng hóa theo quy định
- Liên doanh liên kết với các doanh nghiệp nước ngoài để hội nhập nhanh chóng vào thị trường thế giới

### 9.4.7. Thường xuyên phân tích hoạt động kinh doanh thương mại quốc tế để có biện pháp điều chỉnh kịp thời

*Các chỉ tiêu cần phân tích :*

a) Phân tích tình hình nhập khẩu theo tổng lượng danh mục mặt hàng, theo các phương thức xuất nhập khẩu

b) Phân tích chi phí kinh doanh

+ Các chỉ tiêu tổng số tiền chi phí, tỷ lệ chi phí, mức lợi nhuận trên phí kinh doanh.

+ Các khoản mục chi phí kinh doanh chủ yếu

- Chi phí kinh doanh trong nước : chi phí vận chuyển, lãi suất tín dụng, chi phí tiền lương, ...

- Chi phí kinh doanh ngoài nước : chi phí vận chuyển, chi phí bảo hiểm...

### **c) Kế hoạch lợi nhuận**

- Tổng lợi nhuận kế hoạch so với thực hiện
- Tỷ suất lợi nhuận bình quân

### **d) Phân tích tình hình tài chính**

- Tình hình dự trữ hàng hóa
- Các nguồn vốn : vốn pháp định, vốn tự bổ sung, liên doanh hoặc cổ phần, vốn tín dụng
- Tình hình công nợ và khả năng thanh toán của doanh nghiệp :
  - + Các khoản tiền dùng để thanh toán : tiền mặt tồn quỹ, tiền gửi ngân hàng, các khoản nợ phải thu
  - + Các khoản nợ phải thanh toán : lương, bảo hiểm xã hội trả cho cán bộ công nhân viên; các khoản nộp ngân sách ; các khoản nợ phải trả.

### *e) Hiệu quả sử dụng vốn*

- Mức doanh thu tính trên một đồng vốn lưu động bình quân
- Mức lợi nhuận tính theo một đồng vốn lưu động bình quân
- Số vòng lưu chuyển vốn lưu động
- Số ngày cần thiết cho một vòng lưu chuyển
- Số tiền tiết kiệm về vốn lưu động do tăng nhanh tốc độ chu chuyển vốn lưu động
- Điểm hòa vốn và khả năng bảo toàn vốn

#### 9.4.8. Hạn chế rủi ro trong kinh doanh thương mại quốc tế

Trong kinh doanh thương mại quốc tế các doanh nghiệp cần đề phòng các rủi ro sau :

- Rủi ro về chính trị phát sinh từ rối loạn chính trị như bạo động, biểu tình, khủng bố, nội chiến, chiến tranh giữa các quốc gia.

- Rủi ro về kinh tế thường đi liền với những biến động về tiền tệ

- Do vấn đề quản trị chiến lược quốc tế : các thông lệ và nguyên tắc quản trị không phải dễ áp dụng thành công ở các nước khác nhau có hệ thống luật pháp , chính trị, tiền tệ , kinh tế xã hội khác nhau



Bởi vậy, trong thời đại khu vực hóa và toàn cầu hóa trở thành xu thế phổ biến, tốc độ hội nhập của Việt Nam phụ thuộc rất nhiều vào tốc độ và trình độ đổi mới nền kinh tế, vào đào tạo và đào tạo lại đội ngũ cán bộ, chuyên gia kinh doanh thương mại đủ về số lượng, tốt về chất lượng, am hiểu luật pháp và thông lệ quốc tế, tinh thông nghiệp vụ xuất nhập khẩu, dày dặn kinh nghiệm kinh doanh trong cơ chế thị trường là cơ sở để đưa nền thương mại Việt Nam sớm “sánh vai với các cường quốc năm châu” trong khu vực và thế giới

## TÓM TẮT CHƯƠNG 9

### 9.1. Khái niệm và đặc điểm kinh doanh xuất nhập khẩu của doanh nghiệp

Kinh doanh thương mại quốc tế gắn bó chặt chẽ với kinh doanh thương mại trong nước và là hoạt động quan trọng của doanh nghiệp đòi hỏi phải được quản trị chặt chẽ và hiệu quả

- khái niệm và vai trò kinh doanh xuất nhập khẩu đối với doanh nghiệp
- đặc điểm kinh doanh xuất nhập khẩu của doanh nghiệp

### 2. Hoạt động nhập khẩu hàng hóa

Nhập khẩu trước mắt và trong một thời gian dài vẫn là cần thiết để đảm bảo nhu cầu cho khách hàng. Trình tự hoạt động nhập khẩu



- Xác định nhu cầu cụ thể về hàng hóa cần nhập khẩu
- Nghiên cứu thị trường nước ngoài, chọn đối tác kinh doanh
- Tiến hành giao dịch, đàm phán, ký kết hợp đồng nhập khẩu
- Tổ chức thực hiện hợp đồng
- Đánh giá kết quả

### **9.3. Hoạt động xuất khẩu hàng hóa**

Xuất khẩu hàng hóa là chủ trương lớn và quan trọng của Đảng và Chính phủ, do các doanh nghiệp thực hiện, các bước tiến hành xuất khẩu hàng hóa gồm :

- Nghiên cứu tiếp cận thị trường để biết sản phẩm dịch vụ mà thị trường có nhu cầu
- Nghiên cứu thị trường nước ngoài, chọn đối tác kinh doanh



- Xây dựng chiến lược thị trường và phát triển thị trường
- Lập và thực hiện các phương án kinh doanh xuất nhập khẩu
- Nâng cao năng lực cạnh tranh trong xuất khẩu
- Khắc phục các rào cản thương mại quốc tế
- Phân tích các hoạt động kinh doanh thương mại quốc tế để điều chỉnh
- Hạn chế các rủi ro trong thương mại quốc tế



## CÂU HỎI ÔN TẬP VÀ THẢO LUẬN

1. Vai trò xuất nhập khẩu hàng hóa đối với doanh nghiệp? Hãy cho biết và phân tích kinh doanh xuất nhập khẩu khác với kinh doanh trong nước ở điểm gì ?
2. Phân tích tiến trình hoạt động nhập khẩu và xuất khẩu của doanh nghiệp. Điểm khác biệt của hai tiến trình trên ?
3. Nội dung quản trị kinh doanh xuất nhập khẩu của doanh nghiệp?