

Hoạt động xuất khẩu sản phẩm bia của Tổng công ty cổ
phần Bia - Rượu - Nước giải khát Hà Nội: / Nguyễn Thành
Trung, Nghd. : PGS.TS. Nguyễn Xuân Thiên. - H. :
ĐHKT, 2010. - 91p. + CD-ROM

DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT	i
DANH MỤC BẢNG	iii
DANH MỤC SƠ ĐỒ	iv
DANH MỤC BIỂU ĐỒ	v
LỜI MỞ ĐẦU	1
CHƯƠNG 1: LÝ LUẬN CHUNG VỀ HOẠT ĐỘNG XUẤT KHẨU CỦA DOANH NGHIỆP TRONG NỀN KINH TẾ QUỐC TẾ	6
1.1. Khái niệm hoạt động xuất khẩu	6
1.2. Vai trò của hoạt động xuất khẩu	7
1.3. Các hình thức xuất khẩu	11
<i>1.3.1. Xuất khẩu trực tiếp</i>	11
<i>1.3.2. Xuất khẩu qua trung gian</i>	11
<i>1.3.3. Xuất khẩu ủy thác</i>	12
<i>1.3.4. Hình thức buôn bán đối lưu</i>	12
<i>1.3.5. Hình thức tạm nhập tái xuất</i>	13
1.4. Các bước thực hiện hoạt động kinh doanh xuất khẩu	13
<i>1.4.1. Nghiên cứu tiếp cận thị trường</i>	13
<i>1.4.2. Nghiên cứu nguồn hàng và tổ chức thu mua xuất khẩu</i>	15
<i>1.4.3. Lựa chọn đối tác kinh doanh</i>	16
<i>1.4.4. Đàm phán và ký kết hợp đồng</i>	16
<i>1.4.5. Thực hiện hợp đồng xuất khẩu</i>	17
1.4.5.1. Xin giấy phép xuất khẩu hàng hóa	18
1.4.5.2. Chuẩn bị hàng hóa xuất khẩu	18
1.4.5.3. Kiểm tra hàng hóa xuất khẩu	19
1.4.5.4. Thuê tàu	19
1.4.5.5. Mua bảo hiểm	19
1.4.5.6. Làm thủ tục hải quan	20

1.4.5.7. Thanh toán hợp đồng.....	21
1.4.5.8. Giải quyết tranh chấp	22
1.5. Các nhân tố ảnh hưởng tới hoạt động xuất khẩu	22
1.5.1. Các nhân tố thuộc môi trường kinh doanh	22
1.5.1.1. Môi trường cạnh tranh trong nước và quốc tế	22
1.5.1.2. Môi trường văn hóa xã hội	23
1.5.1.3. Môi trường chính trị - luật pháp và chính sách kinh tế của Nhà nước.....	23
1.5.1.4. Môi trường kinh tế - công nghệ	25
1.5.1.5. Các quan hệ kinh tế quốc tế.....	26
1.5.2. Các nhân tố thuộc bản thân doanh nghiệp	26
1.5.2.1. Nguồn lực của doanh nghiệp	26
1.5.2.2. Tiềm lực về tài chính.....	27
1.5.2.3. Nguồn tài sản hữu hình và trình độ ứng dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật công nghệ	28
1.5.2.4. Trình độ quản trị doanh nghiệp.....	29
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG XUẤT KHẨU BIA CỦA TỔNG CÔNG TY CỔ PHẦN BIA - RƯỢU - NƯỚC GIẢI KHÁT HÀ NỘI.....	30
2.1. Lịch sử hình thành và phát triển của Tổng công ty cổ phần Bia – Rượu – Nước giải khát Hà Nội.....	30
2.1.1. Lịch sử hình thành.....	30
2.1.2. Chức năng và nhiệm vụ	32
2.1.3. Cơ cấu tổ chức quản lý của Tổng công ty	33
2.1.3.1. Các vị trí quan trọng của Tổng công ty	33
2.1.3.2. Các phòng ban của Tổng công ty.....	34
2.1.3.3. Mô hình tổ chức tổ hợp công ty mẹ - công ty con.....	37
2.1.4. Nguồn lực của Tổng công ty	39
2.1.4.1. Nguồn lực về nhân sự của Tổng công ty	39
2.1.4.2. Tình hình tài chính của Tổng công ty.....	40
2.1.4.3. Yếu tố dây chuyền, công nghệ sản xuất	42
2.2. Tình hình hoạt động xuất khẩu sản phẩm bia của Tổng công ty	44
2.2.1. Tình hình tiêu thụ sản phẩm bia của Tổng công ty	44
2.2.2. Doanh thu, lợi nhuận và nộp ngân sách cho Nhà nước của Tổng công ty.....	47
2.2.3. Kim ngạch xuất khẩu bia của Tổng công ty.....	49

2.2.4. Cơ cấu sản phẩm xuất khẩu của Tổng công ty	50
2.2.5. Cơ cấu thị trường xuất khẩu của Tổng công ty	52
2.2.6. Cơ cấu các sản phẩm xuất khẩu sang từng thị trường của Tổng công ty	54
2.2.7. Đối thủ cạnh tranh của Tổng công ty	55
2.3. Hiệu quả xuất khẩu sản phẩm bia của Tổng công ty	64
2.3.1. Hiệu quả kinh doanh	64
2.3.2. Hiệu quả kinh tế - xã hội	67
CHƯƠNG 3. GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH HOẠT ĐỘNG XUẤT KHẨU SẢN PHẨM BIA CỦA TỔNG CÔNG TY CỔ PHẦN BIA - RƯỢU - NƯỚC GIẢI KHÁT HÀ NỘI	69
3.1. Phương hướng và mục tiêu	69
3.1.1. Phương hướng	69
3.1.2. Mục tiêu	70
3.2. Các giải pháp nhằm đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu bia của Tổng công ty cổ phần Bia – Rượu – Nước giải khát Hà Nội	71
3.2.1. Về phía doanh nghiệp	71
3.2.1.1. Mở rộng thị trường.....	71
3.2.1.2. Nâng cao trình độ cán bộ.....	73
3.2.1.3. Tăng cường đầu tư và đào tạo nguồn nhân lực mới cho hoạt động xuất khẩu.....	74
3.2.1.4. Lựa chọn phương thức thích hợp để chủ động thâm nhập vào các kênh phân phối trên thị trường nước ngoài.....	76
3.2.1.5. Đẩy mạnh áp dụng thương mại điện tử trong kinh doanh và trong xuất khẩu bia sang thị trường nước ngoài	77
3.2.1.6. Mô hình SWOT và chiến lược Marketing để mở rộng thị trường xuất khẩu cho Tổng công ty.....	78
3.2.1.7. Thiết lập mạng lưới phân phối và lựa chọn đối tác.....	81
3.2.2. Về phía Nhà nước	83
3.2.2.1. Nhà nước cần sửa đổi hỗ trợ vốn cho doanh nghiệp xuất khẩu.....	83
3.2.2.2. Cải tiến thủ tục hành chính trong việc quản lý xuất nhập khẩu.....	83
3.2.2.3. Áp dụng tỷ giá hối đoái tương đối ổn định phù hợp và khuyến khích xuất khẩu...	84
3.2.2.4. Tích cực hỗ trợ các doanh nghiệp hơn nữa về thông tin thị trường	85
KẾT LUẬN	86
TÀI LIỆU THAM KHẢO	88

