

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KIẾN TRÚC ĐÀ NẴNG



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP
HOÀN THIỆN QUY TRÌNH XUẤT KHẨU CÀ PHÊ
SANG MỸ BẰNG ĐƯỜNG HÀNG KHÔNG TẠI
CÔNG TY TNHH QUỐC TẾ NPI

Giảng viên hướng dẫn	: TS. Phạm Thị Hoàng Mỹ
Sinh viên thực hiện	: Hà Thị Mỹ Duyên
Khóa học	: 2022 - 2026
MSSV	: 2154050186
Lớp	: 22LC2

Đà Nẵng, tháng 05 năm 2026

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KIẾN TRÚC ĐÀ NẴNG



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP
HOÀN THIỆN QUY TRÌNH XUẤT KHẨU CÀ PHÊ
SANG MỸ BẰNG ĐƯỜNG HÀNG KHÔNG TẠI
CÔNG TY TNHH QUỐC TẾ NPI

Giảng viên hướng dẫn	: TS. Phạm Thị Hoàng Mỹ
Sinh viên thực hiện	: Hà Thị Mỹ Duyên
Khóa học	: 2022 - 2026
MSSV	: 2154050186
Lớp	: 22LC2

Đà Nẵng, tháng 05 năm 2026

Đà Nẵng, ngày tháng năm 2026

GIAO NHIỆM VỤ KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Năm học: 2025 - 2026

1. Thông tin tác giả thực hiện

- Họ và tên sinh viên: Hà Thị Mỹ Duyên
- Chuyên ngành : Logistics và quản lý chuỗi cung ứng
- Trình độ đào tạo : Đại học
- Khóa học : 2022 - 2026

2. Tên đề tài Khóa luận tốt nghiệp

“ HOÀN THIỆN QUY TRÌNH XUẤT KHẨU CÀ PHÊ SANG MỸ BẰNG ĐƯỜNG HÀNG KHÔNG TẠI CÔNG TY TNHH QUỐC TẾ NPI ”

3. Các số liệu ban đầu thực hiện Khóa luận tốt nghiệp

- Số liệu về doanh thu, chi phí, lợi nhuận trong báo cáo hoạt động kinh doanh
- Số liệu về chứng từ

4. Các bảng biểu

- Bảng biểu được đính kèm trong phụ lục

5. Cán bộ hướng dẫn

- TS. Phạm Thị Hoàng Mỹ

6. Ngày giao nhiệm vụ làm Khóa luận tốt nghiệp

- 10/02/2026

7. Ngày sinh viên phải hoàn thành khóa luận

- 20/05/2026

Giảng viên hướng dẫn

Đà Nẵng, ngày 30 tháng 5 năm 2026

MẪU ĐƠN KHAI BÁO SỬ DỤNG AI

Khai báo của Sinh viên về việc Sử dụng Trí tuệ Nhân tạo Tạo sinh có Trách nhiệm
Tôi, ...Hà Thị Mỹ Duyên..., cam đoan rằng tôi đã sử dụng có trách nhiệm các công cụ Trí tuệ Nhân tạo Tạo sinh (GenAI) trong quá trình chuẩn bị Khoá luận này.

Bằng việc ký vào đơn này, tôi xác nhận các nội dung sau:

1. Khai báo sử dụng AI

Vui lòng cho biết bạn có sử dụng bất kỳ công cụ AI tạo sinh nào (ví dụ: ChatGPT, Gemini, v.v.) trong việc tạo ra bài làm này hay không:

- ☒ Có, tôi có sử dụng các công cụ AI trong bài đánh giá này.
- ☐ Không, tôi không sử dụng bất kỳ công cụ AI nào.

2. Chi tiết về việc sử dụng AI (Nếu bạn chọn "Có" ở trên)

- Các công cụ AI đã sử dụng:

Chat GPT, Grok

- Mục đích sử dụng AI (ví dụ: tìm ý tưởng, soạn thảo, tóm tắt, chỉnh sửa):

Lên ý tưởng, chia bài

- Các phần cụ thể có sự hỗ trợ của AI:

+ Định hướng và mục tiêu

+ Cách thức và điều kiện thực hiện giải pháp

Tôi xác nhận rằng tôi đã xem xét kỹ lưỡng và xác thực tất cả nội dung do AI tạo ra về tính chính xác, tính nguyên bản và sự phù hợp.

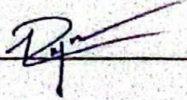
- ☒ Có

3. Liêm chính, Trách nhiệm Học thuật và Tuân thủ Đạo đức và Pháp luật

- Tôi chịu trách nhiệm hoàn toàn về nội dung của bài nộp này và xác nhận rằng AI chỉ được sử dụng như một công cụ hỗ trợ, không phải là tác giả chính cho bài làm của tôi.
- Tôi xác nhận rằng AI không được sử dụng để ngụy tạo, làm giả hoặc thao túng dữ liệu.
- Tôi đã đảm bảo rằng không có dữ liệu bí mật hoặc riêng tư nào được chia sẻ với các công cụ AI mà không có sự cho phép thích hợp.
- Tôi đã tuân thủ tất cả các yêu cầu pháp lý liên quan đến bảo vệ dữ liệu và sở hữu trí tuệ, đồng thời đã trích dẫn nguồn một cách thích hợp.
- Bài đánh giá này phản ánh nỗ lực trí tuệ cá nhân của tôi, và trách nhiệm đối với bài làm này hoàn toàn thuộc về cá nhân tôi.

Cam kết

- Tôi hiểu rằng bất kỳ sự thiếu tuân thủ nào đối với việc sử dụng AI có trách nhiệm, bao gồm việc không khai báo sử dụng AI hoặc trình bày sai sự thật, có thể dẫn đến việc Khóa luận tốt nghiệp của tôi bị từ chối mà không cần xem xét thêm.
- Bằng việc ký vào đơn này, tôi khẳng định rằng bài nộp này phản ánh trung thực bài làm của tôi và tôi đã tuân thủ các nguyên tắc sử dụng AI có trách nhiệm.

Chữ ký:  Ngày: 30/5/2026

LỜI CẢM ƠN

Trong hành trình hoàn thành khóa luận tốt nghiệp này, em đã nhận được rất nhiều sự giúp đỡ, hỗ trợ và động viên từ quý thầy cô, gia đình, bạn bè và các anh chị, các bạn đồng nghiệp. Em xin chân thành bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc nhất đến tất cả những tình cảm và sự góp sức quý báu ấy.

Trước tiên, em xin bày tỏ lòng biết ơn đến Ban Giám hiệu, quý Thầy Cô trong Khoa Kinh tế, đặc biệt là các Thầy Cô đã giảng dạy em trong suốt bốn năm đại học. Những bài giảng, những giờ thực hành và những buổi thảo luận đã trang bị cho em nền tảng kiến thức vững chắc, giúp em tự tin hơn trong quá trình nghiên cứu và hoàn thiện đề tài.

Em cũng xin gửi lời cảm ơn chân thành và sâu sắc nhất đến cô TS. Phạm Thị Hoàng Mỹ, người đã tận tình hướng dẫn, chỉ bảo em trong suốt quá trình thực hiện khóa luận. Từ việc định hướng đề tài, xây dựng khung lý thuyết, thiết kế phương pháp nghiên cứu, đến những góp ý chi tiết về nội dung, phương pháp trình bày và cách khắc phục hạn chế, Cô luôn dành thời gian, tâm huyết và truyền đạt cho em những kinh nghiệm quý báu.

Em xin chân thành cảm ơn Ban lãnh đạo cùng các anh chị tại Công ty TNHH Quốc tế NPI, Giám đốc Nguyễn Thị Minh Hiền và các phòng ban khác đã tạo điều kiện thuận lợi, nhiệt tình hỗ trợ em trong quá trình thu thập tài liệu, khảo sát thực tế và hoàn thành phần thực nghiệm của khóa luận.

Đặc biệt, em muốn gửi lời cảm ơn đến gia đình, người luôn ở sau lưng em. Cảm ơn bố mẹ đã luôn lo lắng, động viên và tạo mọi điều kiện để em yên tâm học tập.. Cuối cùng em xin chúc sức khỏe và thành công đến toàn thể quý Thầy Cô, gia đình và bạn bè.

Em xin chân thành cảm ơn!

Hà Thị Mỹ Duyên

DANH MỤC BẢNG BIỂU

Bảng 1.1 Sản lượng cà phê nhân xanh robusta niên vụ 2023-2026.....	8
Bảng 1.2 Phân loại điều kiện thương mại theo loại hình phương tiện vận tải	11
Bảng 2.1 Thiết bị chính tại xưởng rang Tourane Roastery (NPI)	34
Bảng 2.2 Cơ cấu nhân sự các phòng ban tại văn phòng theo trình độ	37
Bảng 2.3 Bảng cân đối kế toán của công ty TNHH Quốc tế NPI (2023-2025)	38
Bảng 2.4 Bảng so sánh lợi thế cạnh tranh của Tourane (NPI) so với các thương hiệu xưởng rang khác.	44
Bảng 2.5 Khách hàng mang lại doanh thu chính cho NPI	46
Bảng 2.6 Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty TNHH Quốc tế NPI giai đoạn 2023-2025	46
Bảng 2.7 Tỷ suất sinh lợi của công ty qua các năm 2022,2023,2024	48
Bảng 2.8 Bảng kế hoạch nguyên liệu cần sử dụng cho PO-251121-001	58
Bảng 2.9 Kế hoạch sản xuất và đánh giá mức độ hoàn thành	59
Bảng 2.10 Bảng so sánh giá của các công ty Forwarder	61

DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 2.1. Logo công ty TNHH Quốc Tế NPI và Logo thương hiệu Tourane Roastery.	27
Hình 2.2. Cà phê hòa tan Cappuccino dừa, Americano và 3-in-1.....	29
Hình 2.3. Arabica & Robusta Roasted Coffee	30
Hình 2.4. Hình ảnh cà phê nhân xanh.....	30
Hình 2.5. Sản phẩm túi Drip	31
Hình 2.6 Máy pha cà phê và tủ trưng bày tại Showroom	35
Hình 2.7 Văn phòng công ty	36
Hình 2.8. Chứng nhận ISO 22000:2018, HACCP, và FDA của Công ty TNHH Quốc Tế NPI	40
Hình 2.9 NPI gia công sản phẩm thương hiệu Trình và cà phê Đá (Mỹ)	41
Hình 2.10 Đơn đặt hàng (PO)	58
Hình 2.11 Hình ảnh sản phẩm, quy cách đóng gói và đo độ ẩm hạt sau khi rang.....	60
Hình 2.12 chứng nhận FDA và kiểm dịch thực vật (Phyto).....	63
Hình 2.13 Packing list và Commercial invoice	63
Hình 2.14 Vận đơn hàng không (AWB).....	64
Hình 2.15 Phiếu an toàn hóa chất (MSDS)	64
Hình 2.16 Khai báo Hải Quan thành công	65
Hình 2.17 Biên bản Danh sách hàng hóa đủ điều kiện qua khu vực giám sát	66
Hình 2.18 Biên bản cân đo hàng hóa của công ty Forwarder.....	66
Hình 2.19 Hóa đơn giá trị gia tăng	67

DANH MỤC SƠ ĐỒ, BIỂU ĐỒ

Biểu đồ 1.1 Thị trường xuất khẩu cà phê của Việt Nam trong 6 tháng năm 2024 và 6 tháng năm 2025 - % theo kim ngạch	9
Biểu đồ 1.2 Thị phần xuất khẩu cà phê Việt Nam năm 2022-2025	10
Biểu đồ 2.1 Cơ cấu nguồn lực theo độ tuổi và giới tính công ty NPI	38
Biểu đồ 3.1 Biến động giá cà phê tại Mỹ trong CPI giai đoạn năm 1995-2025.....	74
Biểu đồ 3.2 Quy mô và thị phần cà phê Hoa Kỳ.....	77
Biểu đồ 3.3 Thị trường cà phê tại Mỹ theo loại sản phẩm.....	78
Sơ đồ 2.1. Cơ cấu tổ chức của công ty TNHH Quốc Tế NPI.....	31
Sơ đồ 2.2 Quy trình xuất khẩu thực tế tại công ty TNHH Quốc tế NPI.....	49
Sơ đồ 3.1 Mở rộng cơ cấu nhân sự công ty TNHH Quốc tế NPI	86

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

Từ viết tắt	Tiếng anh	Tiếng việt
FDA	Food and Drug Administration	Cục Quản lý Thực phẩm và Dược phẩm Hoa Kỳ
DDU	Delivered Duty Unpaid	Điều kiện incoterms 2000 – Giao hàng chưa nộp thuế
IATA	International Air Transport Association	Hiệp hội Vận tải Hàng không Quốc tế
JIT	Just in time	Sản xuất đúng thời điểm
FTA	Free trade agreement	Hiệp định thương mại tự do
MAWB	Master Airway Bill	Vận đơn chủ
HAWB	House Airway Bill	Vận đơn của người gom hàng
VCCB	Vietnam Coffee Coordination Board	Ban Điều phối Ngành hàng Cà phê Việt Nam
EVFTA	EU-Vietnam Free Trade Agreement	Hiệp định thương mại tự do giữa Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam và Liên minh Châu Âu.
USDA	United States Department of Agriculture	Bộ Nông nghiệp Mỹ
C/O	Certificate of Origin	Chứng nhận xuất xứ hàng hóa
HACCP	Hazard Analysis and Critical Control Points	Phân tích mối nguy và Điểm kiểm soát tới hạn
GAP	Good Agricultural Practices	Thực hành sản xuất nông nghiệp tốt
SLA	Service Level Agreement	Thỏa thuận mức độ dịch vụ

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ QUY TRÌNH XUẤT KHẨU HÀNG HÓA BẰNG ĐƯỜNG HÀNG KHÔNG	1
1.1 Tổng quan về xuất khẩu hàng hóa bằng đường hàng không	1
1.1.1 Khái niệm, đặc điểm, vai trò hoạt động xuất khẩu bằng đường hàng không .	1
1.1.1.1 Khái niệm	1
1.1.1.2 Đặc điểm	1
1.1.1.3 Vai trò.....	2
1.1.2 Hình thức xuất khẩu bằng đường hàng không chủ yếu hiện nay [5].....	2
1.1.3 Các yếu tố ảnh hưởng đến xuất khẩu bằng đường hàng không của doanh nghiệp.....	4
1.1.4 Cà phê và đặc điểm cà phê xuất khẩu	6
1.1.4.1 Khái niệm về cà phê	6
1.1.4.2 Đặc điểm cà phê xuất khẩu	6
1.1.4.3 Vai trò cà phê xuất khẩu.....	7
1.1.4.4 Tình hình sản xuất và xuất khẩu cà phê Việt Nam	8
1.1.5 Điều kiện Incoterms 2000	10
1.2 Quy trình thực hiện hoạt động xuất khẩu hàng hóa bằng đường hàng không.....	13
1.2.1 Khái niệm và vai trò của quy trình xuất khẩu hàng hóa bằng đường hàng không	13
1.2.2 Các bước xuất khẩu hàng hóa bằng đường hàng không [10]	14
1.3 Các quy định pháp lý và hệ thống chứng từ	18
1.3.1 Các quy định pháp lý.....	18
1.3.2 Hệ thống chứng từ.....	21
1.3.2.1 Các loại chứng từ thường dùng trong xuất khẩu hàng không.....	21
1.3.2.1 Mối liên hệ giữa các bộ chứng từ trong xuất khẩu hàng không.....	25
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG QUY TRÌNH XUẤT KHẨU CÀ PHÊ SANG MỸ BẰNG ĐƯỜNG HÀNG KHÔNG TẠI CÔNG TY TNHH QUỐC TẾ NPI.....	26

2.1 Giới thiệu công ty.....	26
2.1.1 Lịch sử hình thành và phát triển [13]	26
2.1.2 Tầm nhìn, sứ mệnh, giá trị cốt lõi.....	28
2.1.3 Sản phẩm kinh doanh chủ lực của công ty TNHH Quốc tế NPI [14].....	29
2.1.4 Cơ cấu tổ chức và chức năng nhiệm vụ các phòng ban	31
2.1.5 Nguồn lực của doanh nghiệp ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh.....	33
2.1.5.1 Cơ sở vật chất	33
2.1.5.2 Nguồn nhân lực.....	36
2.1.5.3 Nguồn lực tài chính.....	38
2.2 Thực trạng hoạt động kinh doanh của Công ty TNHH Quốc tế NPI.....	39
2.2.1 Hoạt động kinh doanh của công ty	39
2.2.1.1 Lĩnh vực kinh doanh.....	39
2.2.1.2 Thị trường kinh doanh xuất khẩu của công ty TNHH QUỐC tế NPI	42
2.2.1.3 Đối thủ cạnh tranh – khách hàng	43
2.2.2 Kết quả hoạt động kinh doanh.....	46
2.3 Thực trạng quy trình thực hiện đơn hàng xuất khẩu cà phê sang Mỹ bằng đường hàng không tại Công ty TNHH Quốc tế NPI theo điều kiện DDU 2000	49
2.3.1 Sơ đồ quy trình xuất khẩu thực tế tại Công ty TNHH Quốc tế NPI.....	49
2.3.2 Mô tả chi tiết quy trình xuất khẩu cà phê sang Mỹ bằng đường hàng không tại Công ty TNHH Quốc tế NPI	49
2.3.2.1 Bước 1: Đàm phán, ký kết hợp đồng	49
2.3.2.2 Bước 2: Lập kế hoạch sản xuất và sản xuất.....	51
2.3.2.3 Bước 3: Kiểm tra chất lượng và đóng gói hàng hóa	51
2.3.2.4 Bước 4: Booking Forwarder.....	52
2.3.2.5 Bước 5: Lập chứng từ, biểu mẫu	53
2.3.2.6 Bước 6: Làm thủ tục hải quan xuất khẩu.....	54
2.3.2.7 Bước 7: Giao hàng cho hãng hàng không.....	55

2.3.2.8 Bước 8: Thanh toán và thu hồi chứng từ	55
2.3.2.9 Bước 9: Theo dõi tình hình đơn hàng và cập nhập thông tin đơn hàng cho khách và giải quyết khiếu nại nếu có.....	56
2.3.2.10 Bước 10: Đánh giá và lưu trữ	57
2.3.3 Minh họa quy trình xuất khẩu cà phê sang Mỹ bằng đường hàng không tại công ty TNHH Quốc tế NPI	57
2.3.3.1 Bước 1: Đàm phán, ký kết hợp đồng	57
2.3.3.2 Bước 2: Lập kế hoạch sản xuất và sản xuất.....	58
2.3.3.3 Bước 3: Kiểm tra chất lượng và đóng gói sản phẩm	60
2.3.3.4 Bước 4: Booking Forwarder.....	61
2.3.3.5 Bước 5: Lập chứng từ, biểu mẫu	62
2.3.3.6 Bước 6: Làm thủ tục hải quan xuất khẩu.....	65
2.3.3.7 Bước 7: Giao cho hãng hàng không.....	66
2.3.3.8 Bước 8: Thanh toán và thu hồi chứng từ	67
2.3.3.9 Bước 9: Theo dõi tình hình đơn hàng và cập nhật thông tin cho khách hàng và giải quyết khiếu nại nếu có	67
2.3.3.10 Bước 10: Đánh giá và lưu trữ	67
2.4 Nhận xét quy trình xuất khẩu cà phê tại công ty TNHH Quốc tế NPI	68
2.4.1 Ưu điểm – Hạn chế.....	68
2.4.1.1 Ưu điểm.....	68
2.4.1.2 Hạn chế	68
2.4.2 Nguyên nhân.....	70
2.4.2.1 Nguyên nhân khách quan.....	70
2.4.2.2 Nguyên nhân chủ quan	71
CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN QUY TRÌNH XUẤT KHẨU CÀ PHÊ SANG MỸ BẰNG ĐƯỜNG HÀNG KHÔNG TẠI CÔNG TY TNHH QUỐC TẾ NPI.....	73

3.1 Định hướng và mục tiêu	73
3.1.1 Nghiên cứu và dự báo môi trường kinh doanh.....	73
3.1.1.1 Thị trường và nhu cầu tiêu thụ cà phê tại Mỹ	73
3.1.1.2 Dự báo môi trường kinh doanh.....	76
3.1.2 Định hướng và mục tiêu phát triển của doanh nghiệp trong thời gian tới	79
3.1.2.1 Mục tiêu và các chiến lược phát triển doanh nghiệp trong thời gian tới.	79
3.1.2.2 Định hướng của doanh nghiệp trong thời gian tới.....	84
3.2 Hoàn thiện quy trình xuất khẩu cà phê sang Mỹ bằng đường hàng không tại Công ty TNHH Quốc tế NPI.....	87
3.2.1 Kiểm soát chi phí logistics và vận chuyển.....	87
3.2.2 Chuẩn hóa quy trình xử lý chứng từ và giảm thao tác thủ công	88
3.2.3 Giảm phụ thuộc vào forwarder và nâng cao khả năng kiểm soát tiến độ vận chuyển	89
3.2.4 Xây dựng hệ thống dự báo nhu cầu và lập kế hoạch sản xuất dài hạn	89
3.2.5 Ổn định quy mô đơn hàng và phát triển khách hàng dài hạn	90
3.3. Điều kiện và cách thức để thực hiện giải pháp.....	90
3.3.1 Điều kiện thực hiện giải pháp.....	90
3.3.2 Cách thức thực hiện giải pháp	92
3.3.2.1 Kiểm soát chi phí Logistics và vận chuyển hàng không	92
3.3.2.2 Chuẩn hóa quy trình xử lý chứng từ và giảm thao tác thủ công	93
3.3.2.3 Giảm phụ thuộc vào forwarder và nâng cao khả năng kiểm soát tiến độ vận chuyển.....	93
3.3.2.4 Xây dựng hệ thống dự báo nhu cầu và lập kế hoạch sản xuất dài hạn ...	94
3.3.2.5 Ổn định quy mô đơn hàng và phát triển khách hàng dài hạn.....	94

PHẦN MỞ ĐẦU

1 Tính cấp thiết của đề tài

Việt Nam đã trở thành một trong những nước sản xuất cà phê đặc sản hàng đầu thế giới trong những năm gần đây. Khí hậu, điều kiện đất đai và sự tận tụy của những người nông dân trồng cà phê Việt Nam đã tạo nên những hạt cà phê có hương vị và mùi thơm đặc trưng. Ngoài ra, cà phê là một trong những sản phẩm nông sản có giá trị kinh tế cao, do vậy mà việc xuất khẩu các loại cà phê có đóng góp vô cùng quan trọng đối với sự phát triển của nền kinh tế của Việt Nam. Cà phê góp phần giúp chuyển dịch cơ cấu cây trồng trong ngành nông nghiệp và đa dạng hóa các loại hình dịch vụ kinh doanh. Ngành cà phê phát triển giúp tối thiểu hóa những vùng đất bỏ hoang, làm phủ xanh đất trống, đồi trọc, từ đó tạo thêm động lực thúc đẩy sản xuất và các loại cây trồng khác có điều kiện phát triển.

Theo số liệu thống kê của Cục Hải quan Việt Nam, xuất khẩu cà phê của Việt Nam kỳ 1 tháng 11/2025 (tính từ 1-15/11) đạt 37,7 nghìn tấn, trị giá 218,3 triệu USD, tăng 69,7% về lượng và tăng 75,0% về giá trị so với kỳ 1 tháng 11/2024. Trong 10 tháng của năm 2025, xuất khẩu cà phê Việt Nam duy trì đà tăng trưởng ở hầu hết các chủng loại. Xuất khẩu cà phê Robusta vẫn giữ vai trò chủ lực, đạt gần 1,08 triệu tấn, trị giá 5,54 tỷ USD, tăng 11,8% về lượng và 60,5% về giá trị nhờ giá xuất khẩu tăng. Xuất khẩu cà phê Arabica đạt 62,9 nghìn tấn, trị giá 416,0 triệu USD, tăng 8,2% về lượng và tăng 108,4% về giá trị so với cùng kỳ năm 2024. Đặc biệt, cà phê chế biến đã trở thành động lực tăng trưởng mới với 1,46 tỷ USD, tăng 58% so với cùng kỳ năm 2024. Nhóm cà phê chế biến tăng trưởng mạnh, cho thấy chiến lược phát triển sâu trong chuỗi giá trị và nâng cao năng lực cạnh tranh quốc tế. [1]

Đặc biệt, thị trường Mỹ đang trở thành điểm đến đầy tiềm năng và chiến lược cho cà phê Việt Nam. Năm 2025, xuất khẩu cà phê của Việt Nam sang Mỹ tăng mạnh khoảng 56,8% về kim ngạch so với cùng kỳ, nhờ chính sách thuế quan thuận lợi hơn, nhu cầu cao về cà phê Robusta chất lượng cao, cà phê đặc sản và sản phẩm chế biến sâu, cùng với việc Mỹ đa dạng hóa nguồn cung để giảm phụ thuộc vào Brazil. [1]

Trong bối cảnh này, việc sử dụng đường hàng không để thực hiện đơn hàng xuất khẩu cà phê sang Mỹ ngày càng trở nên cấp thiết. Phương thức này giúp đáp ứng yêu

cầu giao hàng nhanh chóng, chỉ mất 2 đến 5 ngày giao đến điểm chỉ định. Điều này giúp giữ được chất lượng luôn được tươi mới, hương vị và độ ẩm lý tưởng cho các lô hàng nhỏ, hàng cao cấp, cà phê đặc sản hoặc đơn hàng cấp thiết cho những phân khúc mà thị trường Mỹ đang đòi hỏi cao hơn. Tuy nhiên, quy trình thực hiện đơn hàng bằng đường hàng không hiện vẫn tồn tại nhiều bất cập về thủ tục thông quan nhanh, chi phí logistics cao, tuân thủ nghiêm ngặt các tiêu chuẩn an toàn thực phẩm (Food and Drug Administration), truy xuất nguồn gốc, chứng từ điện tử và quản lý rủi ro chuỗi cung ứng.

Xuất phát từ tầm quan trọng của hoạt động xuất khẩu cà phê trong nền kinh tế hiện nay và những vấn đề thực tiễn của Công ty TNHH Quốc tế NPI, việc “ hoàn thiện quy trình xuất khẩu cà phê sang Mỹ bằng đường hàng không tại Công ty TNHH Quốc tế NPI ” không chỉ giúp doanh nghiệp nâng cao hiệu quả hoạt động, giảm thiểu rủi ro chậm trễ, tối ưu chi phí và tăng khả năng cạnh tranh, mà còn góp phần hỗ trợ ngành cà phê Việt Nam chuyển dịch mạnh mẽ từ xuất khẩu thô sang sản phẩm giá trị cao, tận dụng tối đa cơ hội từ thị trường Mỹ là một trong những thị trường tiêu thụ cà phê lớn nhất thế giới.

2 Mục tiêu nghiên cứu

- Tìm hiểu lý thuyết về hoạt động xuất khẩu, quy trình xuất khẩu hàng bằng đường hàng không và những nhân tố ảnh hưởng.
- Tìm hiểu tình hình hoạt động kinh doanh của Công ty TNHH Quốc tế NPI.
- Nghiên cứu và hoàn thiện các bước trong quy trình xuất khẩu cà phê bằng đường hàng không qua Mỹ của công ty TNHH Quốc Tế NPI.
- Tìm hiểu những thành công và những vấn đề còn tồn đọng liên quan đến quy trình và từ đó đề xuất một số kiến nghị nhằm hoàn thiện quy trình xuất khẩu cà phê bằng đường hàng không qua Mỹ của công ty TNHH Quốc Tế NPI.

3 Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

- ❖ Đối tượng: Quy trình xuất khẩu cà phê sang Mỹ bằng đường hàng không
- ❖ Phạm vi nghiên cứu
 - *Về không gian:* Công ty TNHH Quốc tế NPI

- *Về thời gian*: Thực hiện đánh giá tình hình hoạt động xuất khẩu cà phê sang Hoa Kỳ của Công ty TNHH Quốc tế NPI từ năm 2023-2025.
- *Về nội dung*: tập trung hoàn thiện quy trình xuất khẩu cà phê sang Mỹ bằng đường hàng không

4 Kết cấu khóa luận

Gồm 3 chương:

Chương 1: Cơ sở lý luận về quy trình xuất khẩu hàng hóa bằng đường hàng không

Chương 2: Thực trạng quy trình xuất khẩu cà phê sang mỹ bằng đường hàng không tại Công ty TNHH Quốc tế NPI

Chương 3: Giải pháp hoàn thiện quy trình xuất khẩu cà phê sang mỹ bằng đường hàng không tại Công ty TNHH Quốc tế NPI

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ QUY TRÌNH XUẤT KHẨU HÀNG HÓA BẰNG ĐƯỜNG HÀNG KHÔNG

1.1 Tổng quan về xuất khẩu hàng hóa bằng đường hàng không

1.1.1 Khái niệm, đặc điểm, vai trò hoạt động xuất khẩu bằng đường hàng không

1.1.1.1 Khái niệm

Xuất khẩu là quá trình chuyển giao hàng hóa hoặc dịch vụ qua biên giới quốc gia để đáp ứng nhu cầu thị trường nước ngoài. Hoạt động xuất khẩu không chỉ tạo nguồn thu ngoại tệ mà còn thúc đẩy sự chuyên môn hóa và phân công lao động quốc tế.[2]

Theo điều 28, luật thương mại Việt Nam 2005 định nghĩa về xuất khẩu hàng hóa là việc hàng hoá được đưa ra khỏi lãnh thổ Việt Nam hoặc đưa vào khu vực đặc biệt nằm trên lãnh thổ Việt Nam được coi là khu vực hải quan riêng theo quy định của pháp luật.

Như vậy, chúng ta có thể hiểu xuất khẩu hàng hóa bằng đường hàng không là quá trình vận chuyển hàng hóa từ quốc gia này sang quốc gia khác thông qua máy bay chở hàng chuyên dụng hoặc khoang bụng của máy bay chở khách.

1.1.1.2 Đặc điểm

Hoạt động xuất khẩu hàng hóa bằng đường hàng không sở hữu những đặc điểm riêng biệt so với các hình thức xuất khẩu khác. Trước hết, phương thức này nổi bật với tốc độ cao và thời gian vận chuyển ngắn, thường chỉ từ một đến ba ngày tùy thuộc vào khoảng cách và tuyến đường, giúp đáp ứng nhu cầu giao hàng nhanh chóng. Bên cạnh đó, độ an toàn và tin cậy cao là một ưu điểm quan trọng, bởi máy bay hoạt động ở độ cao lớn nên ít bị ảnh hưởng bởi địa hình, địa lý và điều kiện thời tiết mặt đất, dẫn đến tỷ lệ tổn thất, hư hỏng hàng hóa thấp hơn so với đường biển hay đường bộ.

Hoạt động này đặc biệt phù hợp với các loại hàng hóa có giá trị cao, khối lượng nhẹ đến trung bình, nhạy cảm về thời gian như hàng điện tử, linh kiện, dược phẩm, hàng tươi sống, hàng mẫu, hàng thời trang cao cấp hoặc hàng khẩn cấp. Tuy nhiên, do chi phí cước vận chuyển cao hơn nhiều lần so với các phương thức khác nên hoạt động xuất khẩu bằng đường hàng không đòi hỏi doanh nghiệp phải cân nhắc kỹ lưỡng lợi ích về thời gian và giá trị hàng hóa.

Ngoài ra, hoạt động còn đòi hỏi kỹ thuật đóng gói nghiêm ngặt theo quy định của Hiệp hội Vận tải Hàng không Quốc tế (IATA), đặc biệt với hàng nguy hiểm, cùng với hệ thống chứng từ vận tải đơn giản nhưng phải thống nhất theo tiêu chuẩn quốc tế. Năng lực chuyên chở của máy bay có hạn nên phương thức này không phù hợp với hàng hóa cồng kềnh, khối lượng lớn hoặc giá trị thấp. Việc tổ chức hoạt động chủ yếu thông qua mạng lưới các công ty giao nhận chuyên nghiệp là đại lý IATA. [3]

1.1.1.3 Vai trò

Trong bối cảnh thương mại quốc tế ngày càng phát triển, hoạt động xuất khẩu hàng hóa bằng đường hàng không đóng vai trò quan trọng đối với nền kinh tế Việt Nam. Phương thức này góp phần đẩy nhanh quá trình lưu thông hàng hóa, rút ngắn thời gian từ khâu sản xuất đến tiêu thụ, giảm tồn kho và hỗ trợ các doanh nghiệp áp dụng mô hình chuỗi cung ứng Just-in-time (JIT), từ đó nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường quốc tế.

Hoạt động xuất khẩu bằng đường hàng không đặc biệt hỗ trợ việc xuất khẩu các mặt hàng có giá trị cao và nhạy cảm về thời gian, giúp tăng kim ngạch xuất khẩu các sản phẩm điện tử, dược phẩm, nông sản chất lượng cao sang các thị trường xa xôi như Mỹ, Liên minh châu Âu, Nhật Bản và Hàn Quốc. Đồng thời, phương thức này thúc đẩy quá trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam thông qua việc kết nối nhanh chóng với các đối tác toàn cầu và hỗ trợ thực thi hiệu quả các hiệp định thương mại tự do (FTA).

Về mặt kinh tế - xã hội, hoạt động này tạo giá trị gia tăng cho ngành dịch vụ logistics bằng cách cung cấp dịch vụ trọn gói, giảm rủi ro và chi phí gián tiếp cho doanh nghiệp xuất khẩu. Bên cạnh đó, nó góp phần tăng thu ngoại tệ, tạo việc làm trong lĩnh vực logistics hàng không, hỗ trợ phát triển hạ tầng sân bay và thúc đẩy các ngành sản xuất hướng xuất khẩu. Mặc dù chiếm tỷ trọng nhỏ về khối lượng hàng hóa so với đường biển, vận tải hàng không lại đóng góp đáng kể về giá trị xuất khẩu, khẳng định vị trí không thể thay thế trong bối cảnh thương mại điện tử và chuỗi cung ứng toàn cầu ngày càng đòi hỏi tốc độ và độ tin cậy cao. [4]

1.1.2 Hình thức xuất khẩu bằng đường hàng không chủ yếu hiện nay [5]

❖ *Xuất khẩu trực tiếp bằng đường hàng không*

Xuất khẩu trực tiếp là hình thức mà doanh nghiệp xuất khẩu tự mình đứng ra ký kết hợp đồng mua bán quốc tế với đối tác nước ngoài, đồng thời trực tiếp tổ chức toàn bộ quá trình thực hiện hợp đồng, bao gồm việc chuẩn bị hàng hóa, thực hiện thủ tục hải quan, thuê phương tiện vận tải hàng không và hoàn thiện bộ chứng từ xuất khẩu.

Trong trường hợp này, doanh nghiệp có thể làm việc trực tiếp với hãng hàng không hoặc thông qua đại lý của hãng để đặt chỗ vận chuyển. Hình thức này giúp doanh nghiệp chủ động trong việc kiểm soát tiến độ giao hàng, chi phí vận chuyển cũng như đảm bảo tính chính xác của chứng từ. Tuy nhiên, nó đòi hỏi doanh nghiệp phải có trình độ chuyên môn cao về ngoại thương, am hiểu quy trình vận tải hàng không và có kinh nghiệm xử lý các tình huống phát sinh trong thực tế.

❖ *Xuất khẩu ủy thác bằng đường hàng không*

Xuất khẩu ủy thác là hình thức mà doanh nghiệp không trực tiếp thực hiện hoạt động xuất khẩu, mà thông qua một đơn vị trung gian có chức năng xuất nhập khẩu để tiến hành giao dịch và tổ chức vận chuyển hàng hóa bằng đường hàng không.

Theo đó, bên nhận ủy thác sẽ thay mặt doanh nghiệp thực hiện các công việc như ký kết hợp đồng ngoại thương, làm thủ tục hải quan, thuê vận chuyển và lập các chứng từ liên quan như vận đơn hàng không. Hình thức này thường được áp dụng đối với các doanh nghiệp mới tham gia vào hoạt động xuất khẩu hoặc chưa có đủ điều kiện pháp lý và kinh nghiệm thực tiễn. Mặc dù giúp giảm thiểu rủi ro và đơn giản hóa quy trình, xuất khẩu ủy thác cũng làm phát sinh chi phí dịch vụ và khiến doanh nghiệp phụ thuộc nhất định vào năng lực của bên trung gian.

❖ *Xuất khẩu thông qua người giao nhận (freight forwarder)*

Hình thức này, doanh nghiệp xuất khẩu thuê các công ty giao nhận quốc tế để tổ chức vận chuyển hàng hóa bằng đường hàng không. Người giao nhận đóng vai trò là trung gian logistics, thay mặt doanh nghiệp thực hiện các công đoạn như đặt chỗ với hãng hàng không, gom hàng lẻ (consolidation), làm thủ tục hải quan và phát hành vận đơn hàng không.

Theo các giáo trình logistics, đây là hình thức được sử dụng rộng rãi nhất do tính chuyên môn hóa cao và khả năng tối ưu hóa chi phí vận chuyển. Việc sử dụng dịch vụ của người giao nhận giúp doanh nghiệp tiết kiệm thời gian, giảm thiểu sai sót về chứng

từ và tận dụng được mạng lưới vận tải quốc tế sẵn có. Tuy nhiên, hiệu quả của hình thức này phụ thuộc lớn vào uy tín và năng lực của đơn vị giao nhận.

Nhìn chung, các hình thức xuất khẩu bằng đường hàng không hiện nay có xu hướng kết hợp linh hoạt với nhau nhằm đáp ứng yêu cầu ngày càng cao về tốc độ, chi phí và độ an toàn của hàng hóa. Trong đó, việc sử dụng dịch vụ của người giao nhận và lựa chọn điều kiện Incoterms phù hợp được xem là những yếu tố then chốt giúp nâng cao hiệu quả hoạt động xuất khẩu.

1.1.3 Các yếu tố ảnh hưởng đến xuất khẩu bằng đường hàng không của doanh nghiệp

Hoạt động xuất khẩu bằng đường hàng không của doanh nghiệp chịu ảnh hưởng của nhiều yếu tố mang tính kinh tế và thị trường, trong đó nổi bật là các yếu tố liên quan đến chi phí đầu vào, điều kiện tự nhiên, thị trường tiêu thụ và chi phí vận tải.

❖ Chi phí nguyên vật liệu đầu vào

Chi phí nguyên vật liệu đầu vào là một trong những yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến hoạt động xuất khẩu. Khi giá nguyên vật liệu tăng, chi phí sản xuất hàng hóa cũng tăng theo, làm giảm khả năng cạnh tranh về giá của doanh nghiệp trên thị trường quốc tế. Đối với các mặt hàng xuất khẩu bằng đường hàng không, vốn thường có giá trị cao và sự biến động của chi phí đầu vào có thể tác động trực tiếp đến quyết định lựa chọn phương thức vận tải, bởi nếu giá thành sản phẩm tăng quá cao, việc sử dụng vận tải hàng không với chi phí lớn sẽ làm giảm hiệu quả kinh doanh.

❖ Chi phí vận tải hàng không

Chi phí vận tải hàng không là yếu tố có ảnh hưởng đặc biệt quan trọng. So với các phương thức vận tải khác, chi phí vận chuyển bằng đường hàng không thường cao và biến động mạnh theo giá nhiên liệu, phụ phí an ninh, mùa cao điểm vận tải hoặc tình trạng cung – cầu tải trọng hàng không. Khi chi phí vận tải tăng cao, doanh nghiệp có thể phải chuyển sang các phương thức vận tải khác hoặc điều chỉnh giá bán, từ đó ảnh hưởng đến khả năng duy trì đơn hàng và mở rộng thị trường.

❖ Yêu cầu đóng gói nghiêm ngặt

Yêu cầu đóng gói nghiêm ngặt cũng là một yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến hiệu quả xuất khẩu. Vì phải chịu áp lực thay đổi lớn trong khoang máy bay cùng với các quy định khắt khe của hãng hàng không và tiêu chuẩn IATA, hàng hóa đòi hỏi phải được đóng gói kỹ lưỡng, sử dụng vật liệu chuyên dụng và đảm bảo đạt chuẩn an toàn. Việc này làm tăng thêm chi phí và thời gian chuẩn bị cho doanh nghiệp.

❖ *Phụ thuộc vào lịch bay và điều kiện thời tiết*

Một số tuyến bay có tần suất hạn chế, các chuyến bay dễ bị trễ chuyến hoặc hủy do thời tiết xấu như bão, mưa lớn, sương mù hoặc các hiện tượng khí hậu cực đoan có thể làm gián đoạn chuyến bay, gây chậm trễ trong giao hàng. Đối với những mặt hàng yêu cầu giao nhanh hoặc dễ hư hỏng, sự chậm trễ này có thể dẫn đến thiệt hại lớn về kinh tế cũng như ảnh hưởng đến tiến độ giao hàng đúng hạn và giảm độ tin cậy của phương thức vận tải hàng không đối với doanh nghiệp xuất khẩu.

❖ *Biến động của thị trường quốc tế*

Khi nhu cầu thị trường tăng cao, đặc biệt đối với các sản phẩm cần giao hàng nhanh như hàng tươi sống, linh kiện điện tử hoặc hàng thời trang, doanh nghiệp có xu hướng sử dụng vận tải hàng không để đáp ứng yêu cầu về thời gian. Ngược lại, khi thị trường suy giảm hoặc nhu cầu không cấp thiết, doanh nghiệp có thể hạn chế sử dụng phương thức này nhằm tiết kiệm chi phí.

❖ *Phát triển của cơ sở hạ tầng và dịch vụ Logistics*

Hệ thống sân bay đóng vai trò là điểm nút trung tâm trong toàn bộ chuỗi vận tải hàng không. Một sân bay có công suất khai thác lớn, được đầu tư hiện đại và có khả năng kết nối với nhiều đường bay quốc tế sẽ giúp rút ngắn thời gian chờ đợi, giảm tình trạng ùn tắc hàng hóa, từ đó nâng cao tốc độ xử lý và giao nhận. Ngược lại, nếu hạ tầng sân bay còn hạn chế, tình trạng quá tải hoặc thiếu đồng bộ có thể dẫn đến chậm trễ chuyến bay, kéo dài thời gian lưu kho và làm phát sinh chi phí cho doanh nghiệp.

Sự phát triển của dịch vụ logistics hàng không, đặc biệt là các doanh nghiệp giao nhận quốc tế, giúp doanh nghiệp xuất khẩu tổ chức vận chuyển hiệu quả hơn thông qua các hoạt động như đặt chỗ, gom hàng, làm thủ tục hải quan và theo dõi hành trình hàng hóa. Nhờ đó, doanh nghiệp có thể tối ưu chi phí và nâng cao độ tin cậy trong giao hàng.

1.1.4 Cà phê và đặc điểm cà phê xuất khẩu

1.1.4.1 Khái niệm về cà phê

Cà phê là một loại đồ uống được làm từ hạt cà phê rang, thu hoạch từ quả của cây cà phê. Loại cây này có nguồn gốc từ vùng nhiệt đới ở châu Phi, đặc biệt là các khu vực như Madagascar, Comoros, Mauritius và Réunion gần đường xích đạo. Sau đó, giống cây cà phê được lan truyền từ châu Phi sang nhiều nước trên thế giới và hiện nay đã được trồng tại khoảng 70 quốc gia, chủ yếu nằm ở các khu vực gần đường xích đạo thuộc châu Mỹ, Đông Nam Á, Ấn Độ và châu Phi. Cà phê chủ yếu có hai giống phổ biến nhất là cà phê chè (Arabica) và cà phê vối (Robusta) (Britannica, n.d.)

Theo các tài liệu hướng dẫn sản xuất cà phê bền vững (NSC - National Sustainability Curriculum), cà phê Việt Nam chủ yếu là cà phê vối (Robusta), chiếm hơn 95% tổng sản lượng, với một phần nhỏ là cà phê chè (Arabica). Hơn 90% sản lượng cà phê được xuất khẩu, chủ yếu dưới dạng cà phê nhân sống (green beans), chưa rang xay hoặc chế biến sâu.

Khi quả cà phê chín, chúng được thu hoạch và chế biến theo nhiều cách khác nhau như chế biến ướt (Washed/ Wet), chế biến tự nhiên (Natural), hay chế biến mật ong (Honey). Hạt cà phê sau đó được rang ở các mức nhiệt độ khác nhau để tạo ra các hương vị đặc trưng, từ nhẹ nhàng đến đậm đà. Sau khi rang, hạt cà phê được nghiền thành bột với các kích cỡ khác nhau, sau đó được pha với nước nóng hoặc nước lạnh để tạo thành thức uống cà phê mà chúng ta thường thức. Ngoài ra, các tinh chất được chiết xuất từ cà phê cũng được sử dụng trong ngành công nghiệp thực phẩm, đồ uống khác.[6]

1.1.4.2 Đặc điểm cà phê xuất khẩu

Cà phê Việt Nam có những đặc điểm nổi bật, tạo nên vị thế riêng trên thị trường thế giới, nhưng cũng hàm chứa nhiều thách thức trong chuỗi giá trị xuất khẩu. Trong đó cấu trúc chủng loại cà phê xuất khẩu của Việt Nam mang tính độc quyền cao về Robusta. Việt Nam là quốc gia xuất khẩu cà phê Robusta lớn nhất thế giới, chiếm hơn 40% tổng sản lượng Robusta toàn cầu. Theo Bộ tài liệu “Kỹ thuật sản xuất cà phê vối bền vững và tái canh cà phê vối” (Trung tâm Khuyến nông Quốc gia, 2018), cà phê vối (Robusta) chiếm hơn 95% tổng diện tích và sản lượng cà phê cả nước, trong khi cà phê chè (Arabica) chỉ chiếm tỷ lệ nhỏ, chủ yếu trồng tại vùng cao Tây Bắc và Lâm Đồng. Đặc điểm này mang lại lợi thế cạnh tranh về giá và khối lượng lớn, nhưng lại hạn chế khả

năng tiếp cận phân khúc cà phê cao cấp và đặc sản (specialty coffee) đòi hỏi hương vị tinh tế hơn của Arabica.[7]

Hình thức xuất khẩu chủ yếu vẫn là cà phê thô. Hơn 90-97% sản lượng cà phê Việt Nam được xuất khẩu dưới dạng nhân sống chưa rang xay hoặc chế biến sâu. Theo các tài liệu hướng dẫn sản xuất cà phê bền vững của Ban Điều phối Ngành hàng Cà phê Việt Nam (VCCB) và Global Coffee Platform, chuỗi giá trị cà phê Việt Nam vẫn tập trung vào khâu sơ chế và xuất thô, dẫn đến giá trị gia tăng thấp.

Quy mô sản xuất và tổ chức chuỗi cung ứng mang tính phân tán và phụ thuộc vào nông hộ nhỏ lẻ. Cà phê Việt Nam được trồng chủ yếu tại vùng Tây Nguyên (Đắk Lắk, Gia Lai, Đắk Nông, Lâm Đồng), với khoảng 640.000 hộ nông dân tham gia, diện tích khoảng 709.000 ha. Hầu hết là các hộ nhỏ lẻ (dưới 2 ha/hộ), dẫn đến chất lượng sản phẩm chưa đồng đều, khó kiểm soát nghiêm ngặt về dư lượng thuốc bảo vệ thực vật và tiêu chuẩn bền vững (4C, Rainforest Alliance, UTZ). Điều này làm giảm khả năng cạnh tranh lâu dài so với các nước có chuỗi cung ứng tích hợp cao hơn.

Thị trường xuất khẩu khá đa dạng nhưng vẫn tập trung vào một số đối tác truyền thống. Châu Âu (đặc biệt Đức, Italy, Tây Ban Nha) là thị trường lớn nhất, chiếm khoảng 47% tổng lượng xuất khẩu. Các thị trường khác gồm Hoa Kỳ, Nhật Bản, Hàn Quốc và một số nước châu Á. Việc tham gia các FTA như EVFTA đã giúp giảm thuế quan, song Việt Nam vẫn gặp thách thức trong việc đáp ứng tiêu chuẩn cao về truy xuất nguồn gốc và cà phê không phá rừng.

1.1.4.3 Vai trò cà phê xuất khẩu

Cà phê là một trong những mặt hàng xuất khẩu chủ lực ở nước ta. Phát triển sản xuất cà phê xuất khẩu sẽ đóng góp vai trò lớn đối với nền kinh tế nước ta. Xuất khẩu cà phê góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế và thúc đẩy sản xuất phát triển. Ngành cà phê đã và đang đóng vai trò then chốt trong việc chuyển dịch cơ cấu cây trồng trong lĩnh vực nông nghiệp, giúp đa dạng hóa các loại hình dịch vụ kinh doanh.

Xuất khẩu cà phê tạo việc làm và nâng cao chất lượng cuộc sống cho người dân. Việc mở rộng quy mô sản xuất và xuất khẩu cà phê đã tạo ra hàng triệu việc làm ổn định cho lực lượng lao động, đặc biệt là ở khu vực nông thôn. Giúp người dân ổn định đời

sống giảm các tệ nạn xã hội. Đồng thời giúp người dân có thu nhập cao đây là điều kiện để họ tiếp thu khoa học công nghệ kỹ thuật, hòa nhập được với sự phát triển của thế giới.

Ngoài ra, xuất khẩu cà phê làm đòn bẩy thúc đẩy sự phát triển của các ngành công nghiệp và dịch vụ liên quan. Sự gia tăng kim ngạch xuất khẩu cà phê không chỉ dừng lại ở giá trị trực tiếp mà còn kéo theo sự phát triển của nhiều ngành khác như chế biến sâu, logistics, vận tải, thủy lợi, dịch vụ hỗ trợ và du lịch sinh thái. Những ngành này cùng phát triển sẽ tạo ra chuỗi giá trị gia tăng lớn hơn cho nền kinh tế quốc dân.

1.1.4.4 Tình hình sản xuất và xuất khẩu cà phê Việt Nam

Hiện nay, Việt Nam có hệ thống chế biến cà phê khá phát triển với 97 cơ sở chế biến cà phê nhân, 160 cơ sở rang xay, 8 cơ sở cà phê hòa tan và 11 cơ sở phối trộn. Tổng công suất thiết kế của các cơ sở này tương đối lớn, trong đó chế biến cà phê nhân đạt hơn 1,5 triệu tấn, còn cà phê hòa tan và phối trộn có mức sử dụng công suất cao (trên 80–97%).

Bộ Nông nghiệp Mỹ (USDA) dự báo sản lượng cà phê niên vụ 2025 - 2026 của Việt Nam đạt 31 triệu bao, cao hơn gần 7% so với niên vụ trước đó. Bộ Nông nghiệp Mỹ (USDA) dự báo sản lượng cà phê niên vụ 2025 - 2026 của Việt Nam đạt 31 triệu bao (quy đổi cà phê nhân xanh), do nông dân mở rộng sản xuất nhờ giá cà phê tăng cao. Trong đó, sản lượng robusta ước đạt 30 triệu bao, còn arabica đạt khoảng 1 triệu bao.

Cơ quan này giữ nguyên ước tính sản lượng cà phê niên vụ 2024 - 2025 ở mức 29 triệu bao (gồm 28 triệu bao robusta). Giá cà phê tăng cùng điều kiện thời tiết thuận lợi đã góp phần nâng cao năng suất và sản lượng cà phê của Việt Nam. Như vậy, sản lượng cà phê do USDA ước tính cho niên vụ 2025 - 2026 cao hơn gần 7% so với niên vụ trước đó (Bảng 1.1).

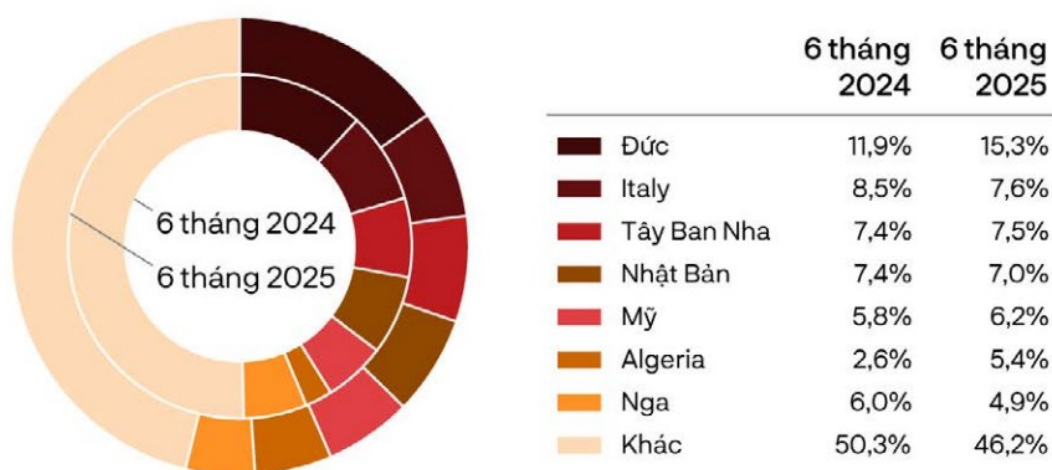
Bảng 1.1 Sản lượng cà phê nhân xanh robusta niên vụ 2023-2026

Chỉ tiêu	Niên vụ 2023-2024	Niên vụ 2024-2025	Niên vụ 2025-2026
Niên vụ bắt đầu từ	Tháng 10/2023	Tháng 10/2024	Tháng 10/2025
Diện tích thu hoạch (ha)	611.500	615.000	620.000
Sản lượng (triệu bao)	28,5	28	30

Năng suất trung bình (tấn/ha)	2,75	2,73	2,90
----------------------------------	------	------	------

(Nguồn: Tổng cục Hải Quan)

Về thị trường xuất khẩu, EU tiếp tục là thị trường tiêu thụ cà phê lớn nhất của Việt Nam trong nửa đầu năm, chiếm tới 42,6% tổng kim ngạch xuất khẩu, đạt 409.713 tấn, kim ngạch 2,3 tỷ USD, tăng 14,7% về lượng và tăng 84,9% về kim ngạch so với cùng kỳ năm 2024. Đáng chú ý, xuất khẩu cà phê sang Algeria và Nam Phi tăng đột biến 88 lần và 16,2 lần so với cùng kỳ, đạt lần lượt 148,3 triệu USD và 13,5 triệu USD. Tương tự, Mexico và Canada cũng tăng từ 3 – 3,5 lần về kim ngạch (Biểu đồ 1).



Biểu đồ 1.1 Thị trường xuất khẩu cà phê của Việt Nam trong 6 tháng năm 2024 và 6 tháng năm 2025 - % theo kim ngạch

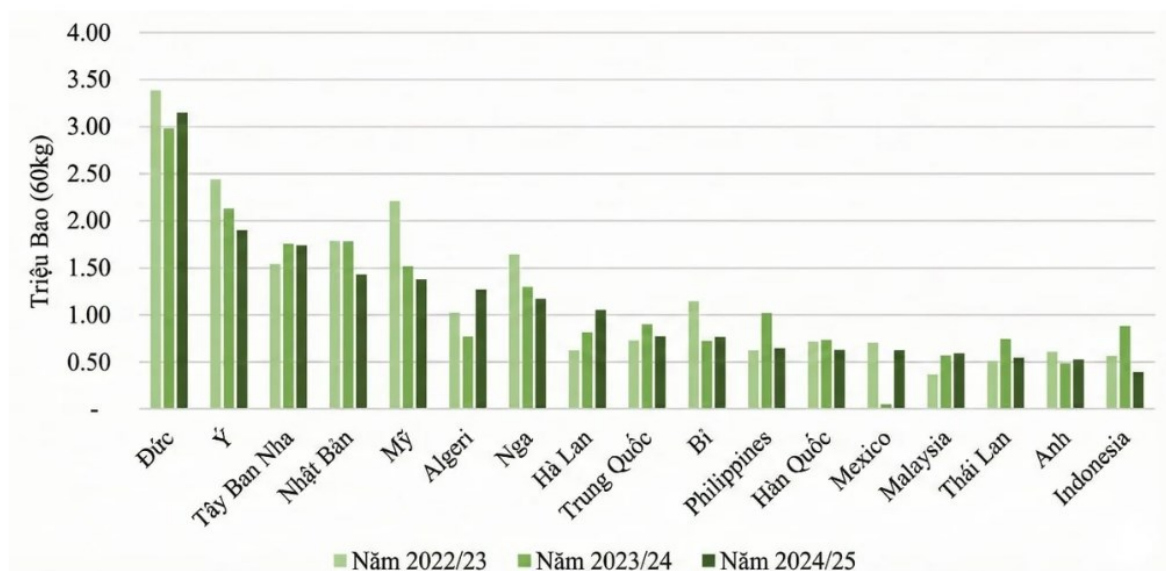
(Nguồn: Cục Hải Quan Việt Nam)

Cà phê chế biến đã trở thành động lực tăng trưởng mới với 1,46 tỷ USD, tăng 58% so với cùng kỳ năm 2024. Nhóm cà phê chế biến tăng trưởng mạnh, cho thấy chiến lược phát triển sâu trong chuỗi giá trị và nâng cao năng lực cạnh tranh quốc tế. Sự chuyển dịch này cho thấy, ngành đang dịch chuyển từ tăng trưởng theo sản lượng sang tăng trưởng theo chất lượng. Đồng thời, cơ cấu mới tạo điều kiện để Việt Nam củng cố vị thế là một trong những trung tâm cung ứng cà phê quan trọng của thế giới. [8]

Theo số liệu thống kê của Cục Hải quan Việt Nam, xuất khẩu cà phê của Việt Nam kỳ 1 tháng 11/2025 (tính từ 1-15/11) đạt 37,7 nghìn tấn, trị giá 218,3 triệu USD, tăng 69,7% về lượng và tăng 75,0% về giá trị so với kỳ 1 tháng 11/2024. Hiệp hội Cà

phê Ca cao Việt Nam ước tính kết quả xuất khẩu cà phê của Việt Nam trong 11 tháng đạt 7,85 tỷ USD, và dự báo cả năm 2025 sẽ vượt qua mốc 8 tỷ USD.

Thị phần xuất khẩu cà phê của Việt Nam



Biểu đồ 1.2 Thị phần xuất khẩu cà phê Việt Nam năm 2022-2025

Năm 2025 ghi nhận bước ngoặt lớn của kinh tế cà phê Việt Nam khi doanh thu xuất khẩu đạt 8.92 tỷ USD, tăng 58.8% so với năm 2024. Sản lượng xuất khẩu tăng 18.3% đạt 1.59 triệu tấn, tạo khoảng cách rõ rệt giữa tốc độ tăng giá trị và tốc độ tăng khối lượng. Giá xuất khẩu bình quân đạt khoảng 5,661 USD mỗi tấn, cao hơn 40-57% so với giai đoạn trước. Thị trường toàn cầu thiếu hụt nguồn cung tạo điều kiện để doanh nghiệp chủ động đàm phán giá bán theo hướng có lợi. Chi phí vận chuyển quốc tế, rủi ro thuế quan, biến động tỷ giá được đưa trực tiếp vào hợp đồng thương mại, giúp doanh nghiệp bảo toàn lợi nhuận. Nhu cầu tiêu thụ tại Hoa Kỳ, châu Âu, Đông Á duy trì ổn định nhờ đặc tính ít co giãn của cà phê, tạo nền tảng cho tăng trưởng bền vững xuyên suốt năm.

1.1.5 Điều kiện Incoterms 2000

Incoterm là bộ qui tắc do Phòng Thương mại Quốc tế phát hành để giải thích các điều kiện thương mại quốc tế với mục đích cung cấp một bộ qui tắc quốc tế để giải thích những điều kiện thương mại thông dụng nhất trong ngoại thương. Incoterms làm rõ sự phân chia trách nhiệm, chi phí và rủi ro trong quá trình chuyển hàng từ người bán đến

người mua. Các điều kiện thương mại có thể phân loại theo các loại hình phương tiện vận tải sử dụng :

Bảng 1.2 Phân loại điều kiện thương mại theo loại hình phương tiện vận tải

Loại hình phương tiện vận tải	Điều kiện thương mại
Bất cứ loại hình phương tiện vận tải nào	EXW, FCA, CPT, CIP, DAF, DDU, DDP
Chỉ áp dụng với phương tiện vận tải thủy	FAS, FOB, CFR, CIF, DES, DEQ

(Nguồn: giáo trình Kỹ thuật kinh doanh xuất nhập khẩu)

❖ **EXW – Ex Works : Giao tại xưởng**

EXW là điều kiện mà người bán giao hàng khi đặt hàng hóa dưới quyền định đoạt của người mua tại cơ sở của mình hoặc địa điểm đã thỏa thuận (xưởng, kho...). Hàng hóa chưa làm thủ tục xuất khẩu và chưa được bốc lên phương tiện vận tải.

Theo đó, nghĩa vụ của người bán là tối thiểu, còn người mua chịu toàn bộ chi phí và rủi ro từ khi nhận hàng. Nếu các bên muốn người bán chịu trách nhiệm bốc hàng lên phương tiện và chịu chi phí, rủi ro liên quan, cần quy định rõ trong hợp đồng. Trường hợp người mua không thể thực hiện thủ tục xuất khẩu, nên sử dụng điều kiện FCA thay cho EXW.

❖ **FCA – Free Carrier : Giao cho người chuyên chở**

FCA là điều kiện mà người bán, sau khi hoàn tất thủ tục xuất khẩu, giao hàng cho người chuyên chở do người mua chỉ định tại địa điểm đã thỏa thuận. Địa điểm giao hàng ảnh hưởng đến trách nhiệm bốc/dỡ: nếu giao tại cơ sở người bán thì người bán chịu trách nhiệm bốc hàng; nếu giao tại nơi khác thì người bán không chịu trách nhiệm dỡ hàng.

Điều kiện này áp dụng cho mọi phương thức vận tải, kể cả vận tải đa phương thức. Người chuyên chở có thể là bất kỳ bên nào nhận vận chuyển theo hợp đồng. Nếu người mua chỉ định bên khác nhận hàng, người bán hoàn thành nghĩa vụ khi giao hàng cho bên được chỉ định đó.

❖ **CPT – Carriage Paid To : Cước phí trả tới nơi đến quy định**

CPT là điều kiện mà người bán giao hàng cho người chuyên chở do chính người bán chỉ định và chịu chi phí vận chuyển đến nơi đến đã thỏa thuận. Tuy nhiên, rủi ro và các chi phí phát sinh sau khi giao hàng cho người chuyên chở sẽ do người mua chịu.

Người chuyên chở có thể là bất kỳ cá nhân hoặc tổ chức nào nhận trách nhiệm vận chuyển hàng hóa áp dụng cho mọi phương thức vận tải hoặc vận tải đa phương thức. Nếu có nhiều người chuyên chở tham gia, rủi ro được chuyển giao khi hàng giao cho người chuyên chở đầu tiên. Theo điều kiện CPT, người bán phải làm thủ tục thông quan xuất khẩu. Điều kiện này áp dụng cho mọi phương thức vận tải, kể cả vận tải đa phương thức.

❖ *CIP - Carriage and Insurance Paid To: Cước phí và bảo hiểm trả tới*

CIP là điều kiện mà người bán giao hàng cho người chuyên chở do mình chỉ định và chịu chi phí vận chuyển đến nơi quy định. Người bán còn phải mua bảo hiểm cho hàng hóa trong quá trình vận chuyển với mức bảo hiểm tối thiểu. Tuy nhiên, rủi ro về mất mát hoặc hư hỏng hàng hóa sẽ chuyển sang người mua khi hàng được giao cho người chuyên chở đầu tiên.

Người bán có trách nhiệm làm thủ tục thông quan xuất khẩu. Điều kiện CIP áp dụng cho mọi phương thức vận tải, kể cả vận tải đa phương thức.

❖ *DAF - Delivered At Frontier : Giao tại biên giới – điểm quy định*

DAF là điều kiện mà người bán giao hàng tại địa điểm biên giới quy định, chưa qua biên giới hải quan của nước tiếp giáp, trên phương tiện vận tải đến, chưa dỡ hàng, đã hoàn thành thủ tục xuất khẩu nhưng chưa làm thủ tục nhập khẩu vào nước tiếp giáp.

Điểm giao hàng tại biên giới phải được quy định rõ trong hợp đồng. Nếu người bán chịu trách nhiệm dỡ hàng thì cần thỏa thuận bổ sung cụ thể. Điều kiện DAF áp dụng cho mọi phương thức vận tải khi giao hàng tại biên giới trên bộ; nếu giao tại cảng biển nên dùng điều kiện DES hoặc DEQ.

❖ *DDU - Delivered Duty Unpaid : Giao hàng chưa nộp thuế*

DDU là điều kiện mà người bán giao hàng cho người mua tại nơi đến quy định, chưa dỡ hàng và chưa làm thủ tục nhập khẩu. Người bán chịu mọi chi phí và rủi ro để đưa hàng đến nơi đến, trừ các chi phí và trách nhiệm liên quan đến thông quan nhập

khẩu, thuế nhập khẩu và các lệ phí khác do người mua chịu. Nếu các bên muốn người bán chịu cả thủ tục và chi phí nhập khẩu thì phải thỏa thuận rõ trong hợp đồng. Điều kiện DDU áp dụng cho mọi phương thức vận tải.

❖ **DDP - Delivered Duty Paid : Giao hàng đã nộp thuế**

DDP Người bán giao hàng tại địa điểm đến đã quy định, hoàn tất thủ tục nhập khẩu và chịu mọi chi phí, rủi ro liên quan đến việc vận chuyển, thông quan, thuế và phí nhập khẩu cho đến khi hàng tới nơi.

DDP thể hiện nghĩa vụ tối đa của người bán, trái ngược với EXW là nghĩa vụ tối thiểu. Điều kiện này không nên dùng khi người bán không thể trực tiếp hoặc gián tiếp làm thủ tục nhập khẩu. Nếu muốn giảm bớt chi phí nhập khẩu cho người bán (như VAT), các bên cần ghi rõ trong hợp đồng. DDP áp dụng cho mọi phương thức vận tải

1.2 Quy trình thực hiện hoạt động xuất khẩu hàng hóa bằng đường hàng không

1.2.1 Khái niệm và vai trò của quy trình xuất khẩu hàng hóa bằng đường hàng không

❖ **Khái niệm**

Quy trình xuất khẩu hàng hóa bằng đường hàng không (Air Freight Export Process) là chuỗi các bước có hệ thống mà doanh nghiệp xuất khẩu (người bán), người giao nhận (Freight Forwarder), hãng hàng không và cơ quan nhà nước thực hiện để vận chuyển hàng hóa từ Việt Nam đến người mua ở nước ngoài thông qua máy bay.

Theo các giáo trình chuẩn về logistics và xuất nhập khẩu, đây là một phần của giao nhận vận tải hàng không quốc tế, được quốc tế hóa cao với các quy định chung từ IATA (Hiệp hội Vận tải Hàng không Quốc tế). Quy trình nhấn mạnh tính nhanh chóng, an toàn và tuân thủ nghiêm ngặt các thủ tục hải quan, chứng từ.

❖ **Vai trò**

Quy trình xuất khẩu hàng hóa bằng đường hàng không đóng vai trò quan trọng trong thương mại quốc tế và phát triển kinh tế - xã hội của Việt Nam. Quy trình này không chỉ đảm bảo vận chuyển hàng hóa nhanh chóng, an toàn với thời gian ngắn thường

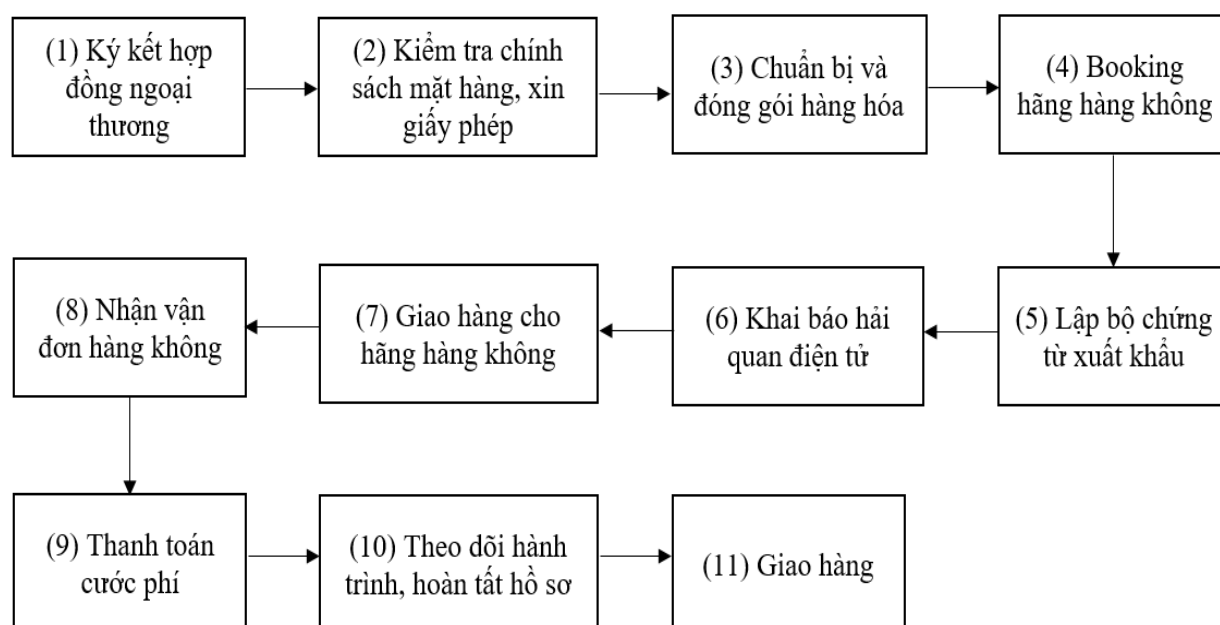
từ 1-5 ngày mà còn hỗ trợ doanh nghiệp đáp ứng kịp thời các đơn hàng khẩn cấp, thời vụ hoặc mặt hàng dễ hỏng như điện tử, dược phẩm và nông sản tươi.[9]

Vai trò nổi bật của quy trình này thể hiện ở việc tối ưu hóa chuỗi cung ứng theo mô hình Just-in-Time, giảm chi phí tồn kho và nâng cao khả năng cạnh tranh của hàng hóa Việt Nam trên thị trường quốc tế. Mặc dù chỉ chiếm tỷ lệ nhỏ về khối lượng, vận tải hàng không lại đóng góp đáng kể về giá trị, với mức khoảng 25-40% kim ngạch xuất khẩu theo giá trị theo các tài liệu tham khảo từ IATA và các báo cáo ngành tại Việt Nam.

Quy trình còn hỗ trợ hiệu quả cho vận tải biển, phương thức chính chiếm ưu thế về khối lượng bằng cách chuyên chở hàng hóa giá trị cao, đồng thời thúc đẩy việc làm trong lĩnh vực logistics, hải quan và dịch vụ sân bay. Việc tuân thủ nghiêm ngặt các tiêu chuẩn của IATA và thủ tục hải quan Việt Nam giúp nâng cao uy tín quốc gia, hỗ trợ hội nhập sâu rộng qua các hiệp định thương mại tự do.

Quy trình xuất khẩu hàng hóa bằng đường hàng không không chỉ là một chuỗi các bước kỹ thuật mà còn là yếu tố chiến lược góp phần nâng cao hiệu quả thương mại quốc tế, hỗ trợ tăng trưởng kinh tế và củng cố vị thế của Việt Nam trên bản đồ thương mại toàn cầu. Việc hoàn thiện và hiện đại hóa quy trình này sẽ tiếp tục mang lại những lợi ích lâu dài cho các doanh nghiệp và nền kinh tế đất nước.

1.2.2 Các bước xuất khẩu hàng hóa bằng đường hàng không [10]



Sơ đồ 1.1 Quy trình xuất khẩu hàng hóa bằng đường hàng không

Bước 1: Ký kết hợp đồng ngoại thương

Doanh nghiệp xuất khẩu tiến hành tìm kiếm và đàm phán với đối tác nước ngoài về các điều kiện cơ bản của thương vụ như chủng loại hàng hóa, số lượng, chất lượng, giá cả, điều kiện giao hàng theo Incoterms, phương thức thanh toán và phương thức vận tải là đường hàng không.

Khi hai bên thống nhất, hợp đồng ngoại thương được ký kết, đây là cơ sở pháp lý quan trọng để triển khai các công việc nghiệp vụ tiếp theo trong toàn bộ quy trình xuất khẩu hàng hóa bằng đường hàng không.

Bước 2: Kiểm tra chính sách mặt hàng, xin giấy phép nếu có

Sau khi hợp đồng được ký kết, doanh nghiệp cần kiểm tra chính sách quản lý của Nhà nước đối với mặt hàng xuất khẩu để xác định hàng hóa có thuộc diện cấm, tạm ngừng, hay xuất khẩu có điều kiện hay không. Đối với những mặt hàng thuộc diện quản lý chuyên ngành, doanh nghiệp phải tiến hành xin các loại giấy phép, giấy chứng nhận cần thiết như giấy phép xuất khẩu, giấy chứng nhận kiểm dịch, kiểm tra chất lượng, an toàn thực phẩm, nhằm đảm bảo điều kiện pháp lý trước khi làm thủ tục hải quan và giao hàng.

Bước 3: Chuẩn bị hàng hóa và đóng gói theo tiêu chuẩn hàng không

Doanh nghiệp tiến hành sản xuất hoặc thu gom hàng hóa theo đúng yêu cầu về số lượng và chất lượng đã cam kết trong hợp đồng, đồng thời tiến hành phân loại và kiểm tra lại trước khi đóng gói. Hàng hóa được đóng gói, ghi nhãn và ký mã hiệu theo yêu cầu của khách hàng, quy định của hãng hàng không và các tiêu chuẩn an toàn bay, bao bì phải bảo đảm đủ độ bền, trọng lượng hợp lý và phù hợp với kích thước cho phép trong vận tải hàng không.

Bước 4: Booking hãng hàng không

Dựa trên kế hoạch giao hàng và thời hạn quy định trong hợp đồng ngoại thương, doanh nghiệp xuất khẩu hoặc đại lý giao nhận thay mặt doanh nghiệp liên hệ với hãng hàng không hoặc đại lý bán cước để hỏi lịch bay, giá cước và điều kiện chuyên chở.

Sau khi lựa chọn được chuyến bay phù hợp, các bên tiến hành đặt chỗ vận chuyển cho lô hàng và thỏa thuận các điều khoản dịch vụ vận tải, đây là cơ sở để đảm bảo hàng hóa có chỗ trên chuyến bay đúng như kế hoạch giao hàng đã cam kết với khách.

Bước 5: Lập bộ chứng từ xuất khẩu

Song song với việc chuẩn bị hàng, doanh nghiệp cần lập và hoàn thiện bộ chứng từ phục vụ cho hoạt động xuất khẩu, bao gồm hợp đồng ngoại thương, hóa đơn thương mại, phiếu đóng gói, giấy chứng nhận xuất xứ, giấy phép xuất khẩu và các chứng từ chuyên ngành liên quan đến lô hàng. Bộ chứng từ này không chỉ dùng để làm thủ tục hải quan, mà còn là cơ sở để hãng hàng không lập vận đơn hàng không, doanh nghiệp sử dụng để thanh toán quốc tế và giải quyết các vấn đề phát sinh trong quá trình vận chuyển và giao nhận hàng hóa.

Bước 6: Khai báo hải quan điện tử hàng xuất khẩu

Trên cơ sở bộ chứng từ đã chuẩn bị, doanh nghiệp hoặc đại lý hải quan tiến hành khai tờ khai hải quan điện tử cho lô hàng xuất khẩu trên hệ thống, kê khai đầy đủ các thông tin theo quy định về mã số hàng hóa, trị giá, thuế và chính sách mặt hàng.

Sau khi tờ khai được phân luồng, doanh nghiệp thực hiện các yêu cầu tương ứng như nộp hồ sơ giấy, xuất trình hàng hóa để kiểm tra thực tế nếu bị kiểm hóa, nộp hoặc ân hạn thuế và các khoản phí liên quan, cho đến khi tờ khai được thông quan.

Bước 7: Giao hàng cho hãng hàng không

Khi tờ khai đã thông quan, doanh nghiệp tổ chức vận chuyển hàng hóa tới kho hàng không tại sân bay theo đúng thời hạn cất nhận hàng mà hãng hàng không quy định. Tại kho hàng không, hàng hóa được cân để xác định trọng lượng tính cước, đo kích thước, kiểm tra tình trạng bao bì, kiểm tra an ninh và làm thủ tục bàn giao cho hãng hàng không hoặc đại lý của hãng, từ đó hàng hóa chính thức nằm trong sự quản lý của hãng vận chuyển.

Bước 8: Nhận vận đơn hàng không (AWB)

Căn cứ vào thông tin lô hàng do người gửi hàng cung cấp, hãng hàng không hoặc đại lý của hãng lập và phát hành vận đơn hàng không với đầy đủ các thông tin về người

gửi, người nhận, sân bay đi, sân bay đến, số lượng, trọng lượng hàng hóa, cước phí và các điều kiện chuyên chở.

Người xuất khẩu hoặc doanh nghiệp giao nhận có trách nhiệm kiểm tra nội dung vận đơn, đối chiếu với thực tế lô hàng và hợp đồng trước khi ký xác nhận, sau đó nhận bản vận đơn thích hợp để phục vụ cho việc thanh toán và làm chứng từ giao nhận với bên nhập khẩu.

Bước 9: Thanh toán cước phí

Sau khi nhận được thông báo cước từ hãng hàng không hoặc đơn vị giao nhận (Forwarder), doanh nghiệp tiến hành kiểm tra các khoản phí liên quan như cước vận chuyển, phụ phí nhiên liệu và các chi phí phát sinh khác. Nếu thông tin chính xác, doanh nghiệp thực hiện thanh toán theo điều khoản đã thỏa thuận bằng hình thức chuyển khoản hoặc thanh toán trực tiếp. Sau khi hoàn tất thanh toán, doanh nghiệp nhận hóa đơn và các chứng từ liên quan để lưu trữ, đối chiếu chi phí và phục vụ công tác quyết toán sau này.

Bước 10: Theo dõi hành trình, hoàn tất hồ sơ

Sau khi hàng hóa được vận chuyển bằng đường hàng không, doanh nghiệp xuất khẩu hoặc đơn vị giao nhận sẽ theo dõi hành trình của lô hàng thông qua hệ thống tracking hoặc thông tin cập nhật từ hãng hàng không và đại lý giao nhận. Trong quá trình này, doanh nghiệp có trách nhiệm cập nhật tình trạng lô hàng, thời gian hàng đến và các thông tin liên quan cho người nhập khẩu để chủ động chuẩn bị thủ tục nhận hàng.

Bên cạnh đó, doanh nghiệp tiến hành hoàn thiện các chứng từ liên quan, lưu trữ hồ sơ lô hàng và thực hiện đối chiếu công nợ, thanh toán theo các điều khoản đã thỏa thuận trong hợp đồng. Đây là bước giúp doanh nghiệp hoàn tất các thủ tục nghiệp vụ và kiểm soát hồ sơ phục vụ công tác quyết toán, kiểm tra hoặc xử lý khiếu nại nếu phát sinh.

Bước 11: Giao hàng.

Sau khi hàng hóa đến sân bay đích và hoàn tất các thủ tục cần thiết, đơn vị giao nhận hoặc đại lý tiếp nhận sẽ tiến hành giao hàng cho người nhận theo thông tin trên vận đơn hàng không (AWB). Trước khi bàn giao, hàng hóa được kiểm tra tình trạng kiện

hàng, số lượng và thông tin người nhận nhằm đảm bảo giao đúng hàng, đúng đối tượng và đúng thời gian cam kết.

Đây là bước cuối cùng trong quy trình nghiệp vụ xuất khẩu hàng hóa bằng đường hàng không, có ý nghĩa quan trọng trong việc hoàn thiện dịch vụ và nâng cao mức độ hài lòng của khách hàng. Sau khi hoàn tất giao hàng, doanh nghiệp cập nhật trạng thái hoàn thành lô hàng và xử lý các vấn đề phát sinh nếu có.

1.3 Các quy định pháp lý và hệ thống chứng từ

1.3.1 Các quy định pháp lý

❖ Quy định pháp lý xuất khẩu hàng hóa bằng đường hàng không Quốc tế

A/ Công ước Warsaw 1929

Warsaw Convention quy định rằng mọi hoạt động vận chuyển hàng hóa bằng đường hàng không quốc tế phải được xác lập thông qua hợp đồng vận chuyển và có chứng từ vận tải hàng không (Air Waybill – AWB).

Công ước quy định người vận chuyển phải chịu trách nhiệm đối với hàng hóa trong suốt quá trình vận chuyển nếu xảy ra mất mát, hư hỏng hoặc giao hàng chậm. Đồng thời, công ước cũng quy định giới hạn trách nhiệm bồi thường của người vận chuyển và quyền khiếu nại của người gửi hàng, người nhận hàng đối với tổn thất phát sinh trong vận tải quốc tế.

B/ Công ước Montreal 1999

Montreal Convention hiện là cơ sở pháp lý quốc tế quan trọng nhất đối với vận tải hàng hóa bằng đường hàng không. Công ước quy định rõ trách nhiệm pháp lý của người vận chuyển đối với hàng hóa bị mất, hư hỏng hoặc chậm giao trong quá trình vận chuyển quốc tế.

Một điểm mới quan trọng của công ước là cho phép sử dụng chứng từ điện tử thay cho vận đơn giấy, phù hợp với hoạt động thương mại điện tử và logistics hiện đại. Công ước cũng quy định mức giới hạn trách nhiệm bồi thường của người vận chuyển theo đơn vị SDR (Special Drawing Rights) và cho phép các bên khai báo giá trị hàng hóa cao hơn để nâng mức bồi thường khi cần thiết.

C/ Quy định của Hiệp hội Vận tải Hàng không Quốc tế (IATA)

Tổ chức này ban hành các tiêu chuẩn nghiệp vụ quốc tế liên quan đến vận chuyển hàng hóa hàng không như quy định lập vận đơn hàng không, quy chuẩn đóng gói và ghi nhãn hàng hóa, quy trình khai thác hàng hóa đặc biệt và quy định vận chuyển hàng nguy hiểm bằng đường hàng không

Theo quy định này, hàng nguy hiểm phải được phân loại đúng nhóm nguy hiểm, đóng gói theo tiêu chuẩn quốc tế, dán nhãn cảnh báo và khai báo đầy đủ trước khi vận chuyển. Ngoài ra, IATA còn quy định tiêu chuẩn lập vận đơn hàng không, quy trình xử lý hàng dễ hỏng, hàng giá trị cao, động vật sống và hàng hóa cần bảo quản đặc biệt nhằm bảo đảm an toàn khai thác bay và chất lượng hàng hóa.

D/ Tổ chức hàng không dân dụng quốc tế (ICAO)

ICAO quy định hàng hóa xuất khẩu phải được kiểm tra an ninh trước khi đưa lên tàu bay; cấm vận chuyển các loại hàng hóa gây nguy hiểm cho an toàn bay; đồng thời yêu cầu các quốc gia thành viên xây dựng hệ thống kiểm soát an ninh hàng hóa hàng không phù hợp với tiêu chuẩn quốc tế. ICAO cũng quy định trách nhiệm của các hãng hàng không và doanh nghiệp logistics trong việc bảo đảm an toàn hàng hóa trong toàn bộ chuỗi vận tải hàng không quốc tế.

❖ Quy định pháp lý xuất khẩu hàng hóa bằng đường hàng không Việt Nam

Hoạt động xuất khẩu hàng hóa bằng đường hàng không tại Việt Nam chịu sự điều chỉnh bởi hệ thống pháp luật tương đối hoàn chỉnh, bao gồm các văn bản luật chung về thương mại, ngoại thương, hải quan, cũng như các quy định chuyên ngành về hàng không dân dụng. Việc tuân thủ các quy định này là điều kiện tiên quyết nhằm đảm bảo tính hợp pháp, an toàn và hiệu quả của hoạt động xuất khẩu.

A/ Quy định về hoạt động gia công với nước ngoài

Điều 28, Nghị định 187/2013/NĐ-CP, thương nhân Việt Nam, trong đó có các doanh nghiệp có vốn FDI được phép nhận gia công cho nước ngoài, không hạn chế số lượng, chủng loại hàng hóa gia công.

Điều 37, Nghị định 187/2013/NĐ-CP, thương nhân thuộc mọi thành phần kinh tế đều được đặt gia công ở nước ngoài các loại hàng hóa đã được phép lưu thông trên thị trường Việt Nam để kinh doanh theo quy định của pháp luật.

B/ Quy định về vận tải hàng không và hợp đồng vận chuyển hàng hóa

Theo Luật Hàng không dân dụng Việt Nam số 66/2006/QH11 (văn bản hợp nhất số 36/VBHN-VPQH năm 2019), kinh doanh vận chuyển hàng hóa bằng đường hàng không là ngành nghề kinh doanh có điều kiện, chỉ các hãng hàng không được cấp phép mới được thực hiện (Điều 109, 110). Vận đơn hàng không (Air Waybill – AWB) là chứng từ vận chuyển quan trọng, đóng vai trò như hợp đồng vận chuyển và biên nhận hàng hóa (Điều 128–142). Trách nhiệm bồi thường thiệt hại của hãng hàng không được giới hạn ở mức 17 SDR/kg đối với hàng hóa bị mất, hư hỏng hoặc chậm trễ (Điều 166). Các quy định này vẫn đang áp dụng đến ngày 30/6/2026

C/ Quy định về thủ tục hải quan xuất khẩu hàng hóa bằng đường hàng không

Thủ tục hải quan xuất khẩu hàng hóa bằng đường hàng không được thực hiện theo Luật Hải quan số 54/2014/QH13, áp dụng thống nhất cho mọi hình thức vận tải, trong đó khai báo điện tử qua hệ thống VNACCS tại Chi cục Hải quan cửa khẩu sân bay (Điều 15, 16, 18). Doanh nghiệp phải nộp tờ khai hải quan, hóa đơn thương mại, packing list và các chứng từ liên quan trước khi hàng hóa được đưa vào khu vực giám sát hải quan. Nghị định số 08/2015/NĐ-CP (sửa đổi, bổ sung) quy định chi tiết biện pháp thi hành về kiểm tra, giám sát và thông quan hàng hóa xuất khẩu

D/ Quy định về quản lý hàng hóa xuất khẩu và giấy phép chuyên ngành

Theo Nghị định số 69/2018/NĐ-CP (hướng dẫn Luật Quản lý ngoại thương 2017), hàng hóa xuất khẩu phải tuân thủ danh mục cấm xuất khẩu, xuất khẩu có điều kiện hoặc phải xin giấy phép chuyên ngành của các bộ, ngành liên quan (Bộ Công Thương, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Bộ Y tế...). Doanh nghiệp xuất khẩu hàng hóa bằng đường hàng không cần kiểm tra kỹ điều kiện này trước khi booking chỗ trên chuyến bay

E/ Quy định về thuế xuất khẩu

Theo quy định tại Luật Thuế xuất khẩu, nhập khẩu 2016, cụ thể là Điều 3, người nộp thuế xuất khẩu, thuế nhập khẩu được xác định bao gồm các chủ thể chính sau: tổ chức, cá nhân là chủ sở hữu hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu; tổ chức nhận ủy thác thực hiện hoạt động xuất khẩu, nhập khẩu; cá nhân xuất cảnh, nhập cảnh có hàng hóa mang theo, gửi hoặc nhận qua cửa khẩu, biên giới Việt Nam.

Ngoài ra, pháp luật còn quy định các chủ thể có thể nộp thuế thay cho người nộp thuế như đại lý làm thủ tục hải quan, doanh nghiệp cung cấp dịch vụ bưu chính hoặc chuyển phát nhanh quốc tế, tổ chức tín dụng, người được ủy quyền, chi nhánh doanh nghiệp hoặc các tổ chức, cá nhân khác theo quy định pháp luật.

Bên cạnh đó, người thu mua, vận chuyển hàng hóa trong định mức miễn thuế của cư dân biên giới nhưng không sử dụng cho mục đích tiêu dùng mà đem bán trong nước, cũng như các trường hợp hàng hóa ban đầu thuộc diện không chịu thuế hoặc miễn thuế nhưng sau đó thay đổi mục đích sử dụng dẫn đến phát sinh nghĩa vụ thuế, đều phải thực hiện nghĩa vụ nộp thuế theo quy định hiện hành.

1.3.2 Hệ thống chứng từ

1.3.2.1 Các loại chứng từ thường dùng trong xuất khẩu hàng không

Hệ thống chứng từ trong xuất khẩu hàng hóa bằng đường hàng không là tập hợp các giấy tờ pháp lý, thương mại và vận tải được lập trong quá trình thực hiện hợp đồng xuất khẩu, nhằm chứng minh quyền sở hữu hàng hóa, đảm bảo việc giao nhận, thanh toán và thông quan diễn ra đúng quy định. Chứng từ thường dùng trong xuất khẩu hàng không bao gồm :

- Vận đơn hàng không - Vận đơn "chủ"/ Vận đơn nhà
- Hoá đơn thương mại
- Phiếu đóng gói
- Tờ khai hải quan xuất khẩu
- Công văn cam kết với hãng bay
- Các chứng từ khác thường sử dụng (tùy theo mặt hàng và yêu cầu của hợp đồng) như : giấy chứng nhận xuất xứ, giấy phép xuất khẩu, giấy kiểm dịch, hợp đồng thương mại,....

A/ Vận đơn hàng không (AWB) [11]

Vận đơn hàng không là chứng từ quan trọng nhất và bắt buộc phải có trong vận chuyển hàng hóa bằng đường hàng không.

AWB là một chứng từ vận chuyển hàng hóa và là bằng chứng của việc ký kết hợp đồng vận chuyển hàng hóa bằng máy bay, về điều kiện của hợp đồng và việc đã tiếp nhận hàng hóa để vận chuyển (Luật hàng không dân dụng Việt Nam quy định).

Phân loại vận đơn hàng không (AWB)

+ AWB của Hãng hàng không (Airline AWB): là vận đơn do Hãng hàng không phát hành, trên đó có ghi biểu tượng và mã nhận dạng của người chuyên chở (Issuing Carrier Identification).

+ AWB trung lập (Neutral AWB): là vận đơn do người khác không phải do Hãng hàng không phát hành. Loại này không có ký hiệu nhận dạng và biểu tượng của người chuyên chở.

+ AWB chủ (Master AWB): là vận đơn do người chuyên chở phát hành khi nhận hàng từ người gom hàng ở sân bay xuất phát và để người gom hàng nhận hàng ở sân bay đến.

+ AWB gom hàng (House AWB): là vận đơn do người gom hàng phát hành cho các chủ hàng gửi lẻ để họ nhận hàng từ người gom hàng ở sân bay đến

B/ Hóa đơn thương mại

Căn cứ theo khoản 4 Điều 16 Thông tư 219/2013/TT-BTC được sửa đổi bởi khoản 7 Điều 3 Thông tư 119/2014/TT-BTC quy định hóa đơn thương mại. Ngày xác định doanh thu xuất khẩu để tính thuế là ngày xác nhận hoàn tất thủ tục hải quan trên tờ khai hải quan

Theo đó, hóa đơn thương mại (Commercial Invoice) là chứng từ chứng nhận thanh toán do bên bán lập cho bên mua để ghi nhận thông tin mua bán hàng hóa, cung cấp dịch vụ thường được sử dụng trong lĩnh vực xuất nhập khẩu, dùng để thanh toán giữa các bên nhập khẩu và xuất khẩu, thường được phát hành để người mua thực hiện thanh toán số tiền trên hóa đơn cho người bán khi thực hiện xuất nhập khẩu hàng hoá, dịch vụ

C/ Phiếu đóng gói

Packing list hay Phiếu đóng gói là là chứng từ hàng hóa liệt kê tất cả những mặt hàng, loại hàng được đóng gói trong từng kiện hàng (thùng hàng, container...) và toàn

bộ lô hàng được giao. Phiếu đóng gói do người sản xuất / xuất khẩu lập ra khi đóng gói hàng hóa. Phiếu thường được lập thành 3 bản. [12]

Phiếu đóng gói thường có ba loại chính bao gồm phiếu đóng gói chi tiết (Detailed packing list) nếu nó có tiêu đề như vậy và nội dung tương đối chi tiết.. Phiếu đóng gói trung lập (Neutral packing list) nếu nội dung của nó không chỉ ra tên người bán. Và phiếu đóng gói kèm bảng kê trọng lượng (Packing and Weight list).

D/ Tờ khai Hải Quan xuất khẩu

Tờ khai hải quan tên tiếng anh là Customs Declaration là văn bản mà ở đó, chủ hàng hóa (người xuất khẩu hoặc người nhập khẩu) hoặc chủ phương tiện phải kê khai đầy đủ thông tin chi tiết về lô hàng khi tiến hành xuất khẩu, nhập khẩu ra vào lãnh thổ Việt Nam.

Khi một doanh nghiệp có nhu cầu xuất khẩu hay nhập khẩu một mặt hàng nào đó thì khai tờ khai hải quan là một trong những bước bắt buộc phải thực hiện. Nếu không truyền tờ khai Hải quan thì mọi hoạt động liên quan đến xuất nhập khẩu đều bị dừng lại

E/ Công văn cam kết với hàng bay

Công văn cam kết với hãng bay (Shipper's Letter of Indemnity - LOI) là văn bản pháp lý do người gửi hàng (shipper) lập, khẳng định lô hàng không chứa hàng nguy hiểm, pin, hay chất cấm, và tuân thủ các quy định vận chuyển hàng không (IATA). Nó giúp hãng bay/đại lý xác nhận an toàn hàng hóa, giảm rủi ro pháp lý và trách nhiệm trong quá trình vận chuyển.

F/ Các chứng từ khác

❖ *Hợp đồng mua bán hàng hóa quốc tế*

Hợp đồng mua bán hàng hóa quốc tế bản chất là sự thỏa thuận giữa các bên mua bán ở các nước khác nhau. Trong đó qui định quyền và nghĩa vụ của các bên, bên bán phải cung cấp hàng hóa, chuyển giao các chứng từ có liên quan đến hàng hóa và quyền sở hữu hàng hóa, bên mua phải thanh toán tiền hàng và nhận hàng.

Xét về thời gian thực hiện hợp đồng thì bao gồm có hai loại :

Hợp đồng ngắn hạn thường được ký kết trong một thời gian tương đối ngắn, và sau khi hai bên đã hoàn thành nghĩa vụ của mình thì quan hệ pháp lý giữa hai bên về hợp đồng đó cũng kết thúc.

Hợp đồng dài hạn có thời gian thực hiện lâu dài và trong thời gian đó việc giao hàng được tiến hành làm nhiều lần

❖ *Giấy chứng nhận xuất xứ*

Căn cứ tại khoản 4 Điều 3 Nghị định 31/2018/NĐ-CP định nghĩa Giấy chứng nhận xuất xứ hàng hóa như sau:

Giấy chứng nhận xuất xứ hàng hóa là văn bản hoặc các hình thức có giá trị pháp lý tương đương do cơ quan, tổ chức thuộc nước, nhóm nước, hoặc vùng lãnh thổ xuất khẩu hàng hóa cấp dựa trên quy định và yêu cầu liên quan về xuất xứ, chỉ rõ nguồn gốc xuất xứ của hàng hóa đó.

Về cơ bản, C/O được chia thành hai loại chính với mục đích sử dụng hoàn toàn khác nhau. Việc phân biệt rõ hai loại này là yêu cầu bắt buộc đối với nhân viên chứng từ, nhân viên xuất nhập khẩu để đảm bảo quyền lợi cho doanh nghiệp

C/O Ưu đãi (Preferential C/O): Là loại C/O cho phép hàng hóa khi nhập khẩu vào một quốc gia thành viên của hiệp định thương mại tự do (FTA) được hưởng mức thuế suất ưu đãi đặc biệt (thường là 0%). Để được cấp C/O loại này, hàng hóa phải đáp ứng các quy tắc xuất xứ nghiêm ngặt của hiệp định đó.

C/O Không ưu đãi (Non-preferential C/O): Là loại C/O chỉ dùng để chứng minh xuất xứ của hàng hóa, không có tác dụng hưởng ưu đãi thuế quan. Nó thường được sử dụng để tuân thủ quy định của nước nhập khẩu, phục vụ cho thống kê thương mại, hoặc các mục đích chống bán phá giá, chống trợ cấp.

❖ *Giấy kiểm dịch thực vật*

Giấy kiểm dịch thực vật (Phytosanitary Certificate) hay chứng thư kiểm dịch được viết tắt là P/C là chứng từ do cơ quan kiểm dịch (có thể là động vật hay thực vật) cấp nhằm xác nhận lô hàng nông sản, thực vật đã đủ điều kiện nhập khẩu/ xuất khẩu chưa.

Mục đích chính của giấy kiểm dịch thực vật là để giúp cho việc ngăn chặn sự lây lan không kiểm soát của những loài sâu, bệnh, cỏ dại nguy hiểm lây lan giữa các vùng trong nước hoặc giữa các quốc gia và các vùng lãnh thổ trên thế giới.

1.3.2.1 Môi liên hệ giữa các bộ chứng từ trong xuất khẩu hàng không

Môi liên hệ giữa các bộ chứng từ trong xuất khẩu hàng hóa bằng đường hàng không thể hiện ở việc chúng liên kết chặt chẽ với nhau theo từng giai đoạn của quy trình xuất khẩu, từ ký kết hợp đồng, chuẩn bị hàng, làm thủ tục hải quan đến vận chuyển và giao hàng.

Hóa đơn thương mại và hợp đồng ngoại thương là cơ sở pháp lý ban đầu, phản ánh nội dung giao dịch như giá trị hàng hóa, điều kiện giao hàng và thanh toán. Từ đó, phiếu đóng gói được lập để chi tiết hóa cách thức đóng gói, số lượng kiện hàng, giúp đối chiếu với thực tế khi kiểm tra hàng hóa và phục vụ cho cả hải quan lẫn hãng bay. Dựa trên các chứng từ này, doanh nghiệp tiến hành khai báo tờ khai hải quan xuất khẩu, đây là chứng từ mang tính pháp lý bắt buộc để cơ quan hải quan kiểm tra, giám sát và cho phép thông quan. Nội dung trên tờ khai phải thống nhất với hóa đơn và phiếu đóng gói, nếu sai lệch sẽ không được thông quan.

Sau khi hoàn tất thủ tục hải quan, hàng hóa được bàn giao cho hãng hàng không hoặc đơn vị giao nhận, lúc này vận đơn hàng không (Air Waybill – AWB) được phát hành. AWB vừa là bằng chứng của hợp đồng vận chuyển, vừa là chứng từ để nhận hàng tại điểm đến, đồng thời thông tin trên AWB phải phù hợp với tờ khai hải quan và bộ chứng từ thương mại. Trong một số trường hợp, doanh nghiệp cần bổ sung công văn cam kết với hãng bay, nhằm đảm bảo tuân thủ quy định an toàn hàng không. Ngoài ra, các chứng từ khác như C/O, giấy phép xuất khẩu, giấy kiểm dịch... được sử dụng tùy theo mặt hàng, và có mối liên hệ với nhau trong việc chứng minh tính hợp pháp, nguồn gốc và điều kiện xuất khẩu của hàng hóa.

Qua đó, các chứng từ này không tồn tại độc lập mà có mối quan hệ đối chiếu, bổ sung và kế thừa thông tin lẫn nhau. Sự thống nhất giữa chúng là điều kiện bắt buộc để đảm bảo quá trình xuất khẩu diễn ra thông suốt, tránh rủi ro về pháp lý, chậm trễ hoặc bị từ chối vận chuyển.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG QUY TRÌNH XUẤT KHẨU CÀ PHÊ SANG MỸ BẰNG ĐƯỜNG HÀNG KHÔNG TẠI CÔNG TY TNHH QUỐC TẾ NPI

2.1 Giới thiệu công ty

2.1.1 Lịch sử hình thành và phát triển [13]

Công ty TNHH Quốc tế NPI là doanh nghiệp chuyên xuất khẩu nông sản Việt Nam, đặc biệt là cà phê chất lượng cao và các loại hạt. Thành lập tại Đà Nẵng – trung tâm kinh tế miền Trung, công ty sở hữu thương hiệu Tourane Roastery, lấy cảm hứng từ tên gọi cổ "Tourane" của Đà Nẵng thời kỳ thuộc địa Pháp, tượng trưng cho vẻ đẹp núi non biển cả và di sản văn hóa cà phê Việt Nam. Với đội ngũ nhân lực giàu kinh nghiệm và lòng nhiệt huyết, cùng với hệ thống văn phòng đại diện trong nước và quốc tế, công ty đang dần khẳng định vị thế của mình trên thị trường kinh doanh.

Tên công ty: Công Ty TNHH Quốc Tế NPI.

Tên tiếng Anh: NPI INTERNATIONAL COMPANY LIMITED.

Tên viết tắt: NPI CO., LTD

Mã số thuế : 0402055947

Người đại diện : Nguyễn Thị Minh Hiền

Chứng nhận : ISO 22000:2018, HACCP, và FDA

Địa chỉ Xưởng : Lô 13, B2-52 Hòa Quý, Phường Ngũ Hành Sơn, Thành phố Đà Nẵng.

Địa chỉ văn phòng : 222 Ngô Huy Diễm, Phường Hòa Xuân, Quận Cẩm Lệ, Thành phố Đà Nẵng.

Showroom: 28 - 30 Phan Tôn, Bắc Mỹ Phú, Ngũ Hành Sơn, Đà Nẵng 550000, Việt Nam.

Chi nhánh: Lô B42, Đường 4A, Phường Tân Hưng, Quận 7, Thành phố Hồ Chí Minh.

Chi nhánh tại Mỹ: 3140 S Wallace St, Chicago, IL 60616, Hoa Kỳ.



Hình 2.1. Logo công ty TNHH Quốc Tế NPI và Logo thương hiệu Tourane Roastery.

(Nguồn : Công ty TNHH Quốc Tế NPI)

Hai logo thể hiện rõ định hướng hoạt động của Công ty TNHH Quốc Tế NPI trong lĩnh vực sản xuất và xuất khẩu cà phê đặc sản. Logo NPI với gam màu xanh và hình ảnh chiếc lá cách điệu tượng trưng cho nguồn nguyên liệu tự nhiên, phát triển bền vững và cam kết chất lượng. Logo Tourane Roastery mang phong cách tối giản, sử dụng tông màu vàng sang trọng, nhấn mạnh tính chuyên nghiệp, tinh tế và giá trị cao cấp của sản phẩm cà phê rang xay, phù hợp với định vị thương hiệu trên thị trường trong nước và quốc tế.

Niềm đam mê với cà phê của những người sáng lập Công ty TNHH Quốc tế NPI được khơi nguồn từ năm 2003, bắt đầu từ một quán cà phê nhỏ của gia đình, chuyên phục vụ cà phê phin Robusta đậm đà, mang đậm bản sắc văn hóa cà phê Việt Nam. Quá trình kinh doanh thực tế cùng sự gắn bó lâu dài với ngành cà phê đã tạo nền tảng cho sự phát triển lâu dài của doanh nghiệp đã dần được hình thành. Đến năm 2020, trước tiềm năng phát triển mạnh mẽ của ngành cà phê và nông sản Việt Nam trên thị trường quốc tế, Công ty TNHH Quốc tế NPI chính thức được thành lập. Đánh dấu bước chuyển mình từ mô hình kinh doanh nhỏ lẻ sang doanh nghiệp hoạt động chuyên nghiệp trong lĩnh vực xuất nhập khẩu nông sản, đặc biệt là cà phê Việt Nam, hướng đến thị trường quốc tế.

Cùng năm đó, NPI cho ra đời thương hiệu Tourane Roastery, chuyên sản xuất và phát triển các dòng cà phê chất lượng cao. Tên gọi “Tourane” xuất phát từ tên cũ của thành phố Đà Nẵng thời Pháp thuộc – một trung tâm giao thương quan trọng của miền Trung Việt Nam. Việc lựa chọn Đà Nẵng làm nơi đặt trụ sở chính, trung tâm nghiên cứu và nhà máy sản xuất thể hiện chiến lược phát triển lâu dài và bền vững của doanh nghiệp.

Từ năm 2021 đến nay, cùng với việc hoàn thiện mô hình tổ chức và nâng cao năng lực sản xuất, Công ty TNHH Quốc tế NPI đã từng bước mở rộng hoạt động xuất khẩu và đưa các sản phẩm cà phê Việt Nam tiếp cận thị trường quốc tế. Thông qua thương hiệu Tourane Roastery, công ty đã xây dựng được mối quan hệ hợp tác với nhiều đối tác nước ngoài, xuất khẩu sản phẩm sang các thị trường như Hàn Quốc, Philippines, Singapore, Hoa Kỳ và Ả Rập Xê Út, cùng một số quốc gia và vùng lãnh thổ khác. Việc mở rộng thành công sang các thị trường quốc tế đã góp phần khẳng định uy tín thương hiệu và từng bước đưa cà phê Việt Nam vươn ra thị trường toàn cầu.

Trong quá trình phát triển, Công ty TNHH Quốc tế NPI không ngừng đầu tư vào công nghệ, cải tiến quy trình sản xuất, kết hợp hài hòa giữa truyền thống và hiện đại, với mục tiêu đưa cà phê Việt Nam chất lượng cao vươn ra thị trường quốc tế và phát triển bền vững.

2.1.2 Tầm nhìn, sứ mệnh, giá trị cốt lõi

Tầm nhìn : Trở thành nhà xuất khẩu nông sản cao cấp hàng đầu Việt Nam, đặc biệt trong lĩnh vực cà phê đặc sản, với mục tiêu đưa hương vị Việt Nam đến hơn 50 quốc gia và khẳng định vị thế bền vững trên thị trường toàn cầu.

Sứ mệnh : Chúng tôi kết hợp di sản nông nghiệp Việt Nam với công nghệ rang xay tiên tiến, hỗ trợ nông dân địa phương và phát triển bền vững, mang "hương vị cà phê Việt độc đáo" ra thế giới.

Giá trị cốt lõi:

- Chất lượng vượt trội: Cam kết sản phẩm đạt tiêu chuẩn quốc tế (ISO 22000:2018, HACCP, FDA).
- Đổi mới sáng tạo qua việc không ngừng cải tiến công nghệ rang xay và phát triển sản phẩm mới.
- Phát triển bền vững bằng trách nhiệm với môi trường, hỗ trợ nông dân và sử dụng nguyên liệu hữu cơ.
- Khách hàng là trung tâm thông qua dòng sản phẩm đa dạng, tiện lợi và dịch vụ tận tâm.
- Tầm nhìn toàn cầu nhằm đưa hương vị cà phê Việt Nam đậm đà vươn xa trên thị trường thế giới.

2.1.3 Sản phẩm kinh doanh chủ lực của công ty TNHH Quốc tế NPI [14]

❖ Cà phê hòa tan



Hình 2.2. Cà phê hòa tan Cappuccino dừa, Americano và 3-in-1

(Nguồn : Website Công ty TNHH Quốc Tế NPI)

Một sản phẩm không thể thiếu đối với NPI là dòng cà phê hòa tan như 3-in-1 với hương thơm cà phê đậm đà và vị ngọt vừa phải từ cà phê và bột sữa. Đi theo đó còn có cà phê hòa tan Americano 100% cà phê, đặc biệt dòng này thuộc loại cà phê không đường, cà phê nguyên chất mang hương vị cân bằng kèm chút đắng nhẹ, phù hợp với những người đang muốn giảm cân. Ngoài ra còn có cà phê hòa tan campuchino Dừa, sản phẩm này kết hợp cà phê Việt Nam với dừa tươi nguyên chất tạo nên vị thơm ngon, ngọt dịu. Đây là một trong dòng sản phẩm bán chạy và được mọi người sử dụng nhiều nhất – Tất cả được đóng gói tiện lợi dưới dạng hộp giấy (18g x 15 gói hoặc 2g x 20 gói) hoặc lon thiếc 270g.

❖ Cà phê rang xay

Bên cạnh đó, Tourane cung cấp cà phê hạt nguyên chất và xay sẵn như Ground Coffee Special Blend (lon thiếc 250g) với hương vị phong phú, ngọt cân bằng và caffeine tăng cường từ quy trình washed/natural/honey. Whole Bean Coffee 100% Specialty Arabica (lon thiếc 250g) mang nốt hương trái cây, thân mịn, độ axit thấp. Espresso Premium Aroma (túi PE 250g) với vị sô cô la đen, hạt dẻ và nhiệt đới. cùng Special Espresso No. 888 (túi PE 500g) nổi bật với toffee, quả mọng đen và hạt dẻ.



Hình 2.3. Arabica & Robusta Roasted Coffee

(Nguồn : Website Công ty TNHH Quốc Tế NPI)

❖ Cà phê nhân xanh

Tourane Roastery tự hào là nguồn cung cấp đáng tin cậy cho cà phê nhân xanh Việt Nam, hợp tác trực tiếp với nông dân và nhà sản xuất tại các vùng cao nguyên mà không qua trung gian. Họ tập trung vào giao dịch trực tiếp (direct trade), kiểm soát chất lượng nghiêm ngặt và xây dựng mối quan hệ lâu dài với nông dân, nhằm mang đến hạt cà phê nhân xanh nguyên chất, traceable 100%, phù hợp cho các nhà rang xay hoặc xuất khẩu.

Hạt cà phê được thu hoạch từ các vùng cà phê nổi tiếng tại Việt Nam như Lâm Đồng, Đắk Lắk, Quảng Trị, Sơn La, Gia Lai. Sản lượng cung cấp hàng năm của công ty là hơn 50 tấn mét (MT) đối với Robusta và hơn 20 tấn mét (MT) đối với Arabica.



Hình 2.4. Hình ảnh cà phê nhân xanh

(Nguồn : Website Công ty TNHH Quốc Tế NPI)

❖ Cà phê túi Drip

Ngoài ra, sản phẩm tiện lợi như Drip Bag Coffee Tourane On-The-Go (10 gói/hộp, 10g/gói) mang hương vị cà phê Việt Nam đặc trưng, cùng với hạt macadamia

nuts làm sản phẩm bổ sung. Với công suất sản xuất hàng năm vượt 100 tấn cà phê hòa tan và 120 tấn cà phê rang xay, cùng các chứng nhận ISO 22000:2018, HACCP, FDA, Tourane không chỉ đảm bảo chất lượng mà còn cam kết trách nhiệm xã hội qua hợp tác với nông dân và sử dụng nguyên liệu bền vững.

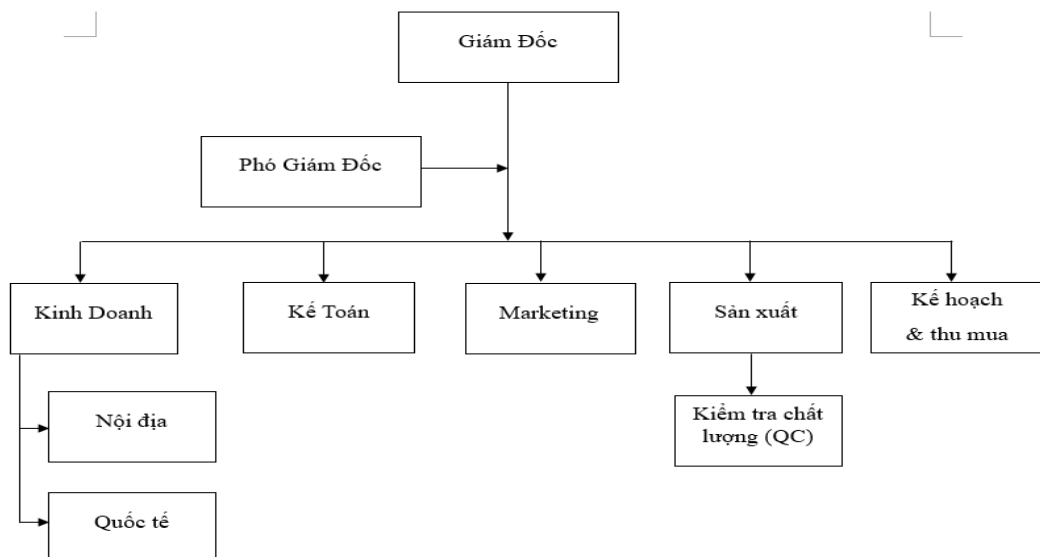


Hình 2.5. Sản phẩm túi Drip

(Nguồn : Ảnh tác giả tự chụp)

2.1.4 Cơ cấu tổ chức và chức năng nhiệm vụ các phòng ban

A/ Sơ đồ cơ cấu tổ chức



Sơ đồ 2.1. Cơ cấu tổ chức của công ty TNHH Quốc Tế NPI

(Nguồn: Phòng kế hoạch)

B/ Chức năng nhiệm vụ phòng ban

❖ Ban Giám Đốc và phó Giám Đốc

Công ty được điều hành bởi Giám đốc, là người chịu trách nhiệm cao nhất trong việc định hướng chiến lược, đưa ra các quyết định quan trọng liên quan đến hoạt động sản xuất – kinh doanh và sự phát triển lâu dài của công ty.

Dưới quyền của giám đốc còn có phó giám đốc giữ vai trò hỗ trợ Giám đốc trong công tác điều hành, trực tiếp giám sát và phối hợp hoạt động của các phòng ban nhằm đảm bảo công việc được triển khai hiệu quả và đúng kế hoạch. Sau đó báo cáo lại kết quả lên giám đốc.

❖ *Phòng kinh doanh*

Phòng Kinh Doanh đóng vai trò trung tâm trong việc thực hiện mục tiêu đưa cà phê Việt Nam ra thế giới và là bộ phận tạo ra doanh thu chính cho công ty, Bộ phận Nội địa chịu trách nhiệm phát triển thị trường trong nước, quản lý hệ thống showroom tại Đà Nẵng và TP. Hồ Chí Minh, phân phối sản phẩm qua các kênh truyền thống và trực tuyến như Shopee, Tiktok.

Trong khi đó, bộ phận Quốc tế tập trung vào xuất khẩu, làm việc với đối tác nước ngoài, góp phần đưa các sản phẩm cà phê đặc sản của Việt Nam tiếp cận thị trường và người tiêu dùng quốc tế. Ngoài ra, tìm kiếm đối tác B2B tại Mỹ, châu Âu và Hàn Quốc, cung cấp cà phê đặc sản, đồng thời tham gia các sự kiện quốc tế như Cafe Show Seoul 2025,... nhằm tiếp cận được nhiều khách hàng tiềm năng.

❖ *Phòng kế toán*

Phòng Kế Toán đảm bảo quản lý tài chính minh bạch, theo dõi chi phí sản xuất, dòng tiền từ các hợp đồng nội địa và xuất khẩu, lập báo cáo tài chính, báo cáo kết quả hoạt động cho công ty và hỗ trợ kiểm toán các chứng nhận quốc tế. Bộ phận này có vai trò cực kì quan trọng trong công ty khi phối hợp với các phòng ban khác theo dõi dòng tiền, ghi chép chi phí, doanh thu và quản trị tồn kho của doanh nghiệp

❖ *Phòng Marketing*

Phòng Marketing chịu trách nhiệm xây dựng và quảng bá hình ảnh thương hiệu Tourane Roastery, từ thiết kế bao bì hiện đại, quản lý các kênh truyền thông xã hội đến tổ chức sự kiện quảng bá, nhấn mạnh bản sắc Đà Nẵng và giá trị bền vững để thu hút khách hàng trong nước và quốc tế. Ngoài ra, bộ phận này còn đóng vai trò nghiên cứu thị trường và hỗ trợ phòng Kinh doanh trong việc mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm cà phê.

❖ *Phòng Sản xuất*

Phòng Sản xuất là bộ phận cốt lõi của công ty, bộ phận này quyết định đến chất lượng và hương vị của từng loại sản phẩm của cà phê, là bộ phận rất quan trọng đối với công ty. Bộ phận sản xuất được vận hành tại xưởng rang hiện đại ở Đà Nẵng với công nghệ rang xay tiên tiến từ Evapo Master Tech, kiểm soát nghiêm ngặt chất lượng từ nguyên liệu đến thành phẩm. Bộ phận này sẽ quyết định được khách hàng có quay lại hay không.

❖ **Phòng Kế hoạch và thu mua**

Phòng kế hoạch và thu mua là bộ phận chịu trách nhiệm lập kế hoạch nhu cầu hàng hóa, nguyên vật liệu và thực hiện hoạt động mua hàng nhằm bảo đảm quá trình sản xuất, kinh doanh hoặc xuất khẩu diễn ra đúng tiến độ. Bộ phận này đồng thời theo dõi nguồn cung, tìm kiếm nhà cung cấp, đàm phán giá cả và phối hợp với các phòng ban liên quan để bảo đảm hàng hóa được cung ứng đầy đủ, đúng chất lượng và tối ưu chi phí cho doanh nghiệp.

❖ **Phòng kiểm tra chất lượng (QC)**

Bộ phận chịu trách nhiệm kiểm tra và giám sát chất lượng sản phẩm, nguyên vật liệu hoặc hàng hóa trong quá trình sản xuất, thu mua và xuất khẩu nhằm bảo đảm sản phẩm đáp ứng đúng tiêu chuẩn kỹ thuật và yêu cầu của khách hàng. Bộ phận QC thường thực hiện kiểm tra mẫu, đánh giá chất lượng, phát hiện lỗi và phối hợp với các bộ phận liên quan để xử lý các vấn đề về chất lượng trước khi hàng hóa được xuất xưởng hoặc giao cho khách hàng.

2.1.5 Nguồn lực của doanh nghiệp ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh

2.1.5.1 Cơ sở vật chất

Công ty NPI International (Tourane Roastery) sở hữu cơ sở vật chất hiện đại tại Đà Nẵng, với xưởng rang cà phê chính đặt tại Lô 13, B2-52 Hòa Quý, Phường Ngũ Hành Sơn, Thành phố Đà Nẵng, có diện tích khoảng 150-200 m². Diện tích xưởng không quá lớn nhưng đủ để hỗ trợ quy trình sản xuất hiệu quả mà vẫn tập trung vào chất lượng cao.

Văn phòng của công ty NPI có diện tích khoảng 200 m², 3 tầng được đặt tại 222 Ngô Huy Diễn, Phường Hòa Xuân, Quận Cẩm Lệ, Thành phố Đà Nẵng.

Showroom Tourane chỉ với diện tích tầm 100 m² được đặt tại 28 - 30 Phan Tôn, Bắc Mỹ Phú, Ngũ Hành Sơn, Việt Nam. Tuy với diện tích Showroom khá nhỏ nhưng mang lại sự ấm áp, trải nghiệm tuyệt vời đối với những người yêu thích cà phê.

❖ Xưởng rang Tourane

Xưởng rang cà phê giữ vai trò then chốt trong công ty chuyên sản xuất cà phê và là khâu quyết định trực tiếp đến chất lượng, hương vị và tính ổn định của sản phẩm. Thông qua việc kiểm soát chặt chẽ quy trình rang, doanh nghiệp có thể phát huy tối đa đặc tính của hạt cà phê, đảm bảo sản phẩm đạt tiêu chuẩn đồng nhất, đáp ứng yêu cầu của thị trường trong nước và xuất khẩu tạo lợi thế cạnh tranh bền vững cho công ty NPI trên thị trường trong và ngoài nước.

Trang thiết bị chính là hệ thống rang cà phê tự động Evapo Master Tech – công nghệ rang xay tiên tiến với kiểm soát tự động, lưu trữ dữ liệu đám mây, traceability 100% và kết hợp tay nghề thủ công, hỗ trợ công suất lớn (120 MT cà phê rang xay/năm). Ngoài ra còn có các máy đóng gói, kiểm tra chất lượng và dây chuyền chế biến instant coffee, đảm bảo đạt chứng nhận ISO 22000:2018, HACCP, FDA.

Bảng 2.1 Thiết bị chính tại xưởng rang Tourane Roastery (NPI)

STT	Tên thiết bị	Số lượng	Hình ảnh
1	Máy trộn các sản phẩm hòa tan	1	
2	Máy đóng gói bao bì hòa tan	1	
3	Máy rang cà phê	1	
4	Máy ép nhiệt túi	1	

5	Máy đóng nắp lon	1	
6	Kệ đựng hàng hóa	1	

(Nguồn : Ảnh tác giả tổng hợp)

Ngoài các máy móc và kệ chính ra, còn những sản phẩm khác như Thùng nhựa đựng cà phê, vá súc cà phê, bàn, ghế,... Nhằm phục vụ sản xuất cà phê.

❖ Showroom

Showroom được xây dựng với mục đích giới thiệu và quảng bá sản phẩm cà phê đặc sản của doanh nghiệp đến khách hàng và đối tác. Đây là không gian để khách hàng trải nghiệm trực tiếp hương vị cà phê, chất lượng nguyên liệu cũng như câu chuyện thương hiệu. Đồng thời, showroom còn đóng vai trò là nơi kết nối bán hàng và tiếp nhận phản hồi, góp phần nâng cao hình ảnh thương hiệu Tourane và hỗ trợ hoạt động kinh doanh của công ty.

Trang thiết bị chủ yếu là máy pha cà phê chuyên nghiệp (espresso machine, pour-over, phin truyền thống), tủ trưng bày sản phẩm hiện đại, kệ lon thiếc, bàn ghế, cốc, ly, phin và túi PE cao cấp để khách hàng trải nghiệm trực tiếp hương vị Specialty Arabica, Coconut Cappuccino hay drip bag.



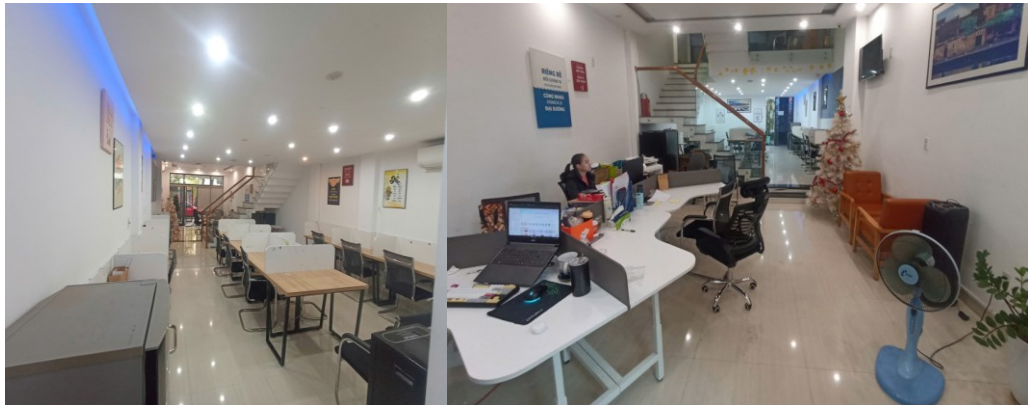
Hình 2.6 Máy pha cà phê và tủ trưng bày tại Showroom

(Nguồn : Ảnh tác giả tổng hợp)

❖ Văn phòng

Văn phòng công ty TNHH Quốc tế NPI là nơi làm việc chung của các phòng ban khác nhau, nơi diễn ra các công việc liên quan đến quản trị, kinh doanh, kế toán, xuất nhập khẩu và chăm sóc khách hàng. Văn phòng đóng vai trò kết nối giữa xưởng sản xuất, showroom và các đối tác, giúp đảm bảo thông tin được trao đổi kịp thời, quy trình làm việc thông suốt và hiệu quả. Đồng thời, đây cũng là môi trường làm việc chuyên nghiệp, góp phần nâng cao hiệu suất làm việc của nhân sự và xây dựng hình ảnh uy tín của công ty trong quá trình hợp tác và phát triển.

Trang thiết bị văn phòng tiêu chuẩn như máy tính, bàn, ghế, máy in, máy scan, quạt, điều hòa, máy chấm công, tủ lạnh, máy lọc nước, ... với mục đích hỗ trợ nhân viên trong quá trình làm việc.



Hình 2.7 Văn phòng công ty

(Nguồn : Ảnh tác giả tổng hợp)

2.1.5.2 Nguồn nhân lực

Nguồn nhân lực là yếu tố then chốt quyết định sự thành công của Tourane Roastery. Đội ngũ nhân viên trẻ, đam mê cà phê, được đào tạo chuyên sâu về rang xay, kiểm soát chất lượng và công nghệ hiện đại, giúp duy trì traceability 100%, đạt chứng nhận quốc tế (ISO, HACCP, FDA) và tạo ra sản phẩm cao cấp như Specialty Arabica hay Coconut Cappuccino. Họ không chỉ đảm bảo quy trình sản xuất hiệu quả, hợp tác bền vững với nông dân cao nguyên mà còn góp phần xây dựng văn hóa doanh nghiệp trách nhiệm xã hội, sáng tạo và kiên cường là nền tảng để đưa cà phê Việt Nam chinh phục thị trường toàn cầu.

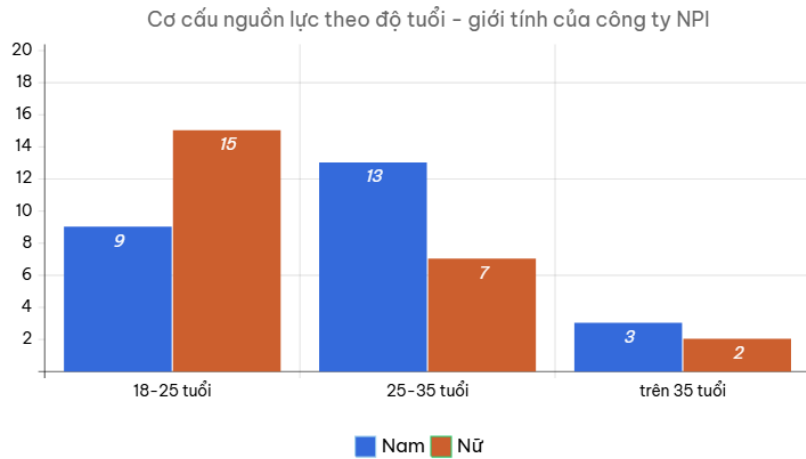
Bảng 2.2 Cơ cấu nhân sự các phòng ban tại văn phòng theo trình độ

Đơn vị tính : người

Đơn vị / Bộ phận	Trình độ / học vấn	Số lượng nhân viên
Giám đốc	Thạc Sĩ	1
Phó Giám đốc	Thạc Sĩ	1
Kế toán	Đại học	1
Nhân sự	Đại học	1
Quản lý sản xuất	Đại học	1
Nhân viên sản xuất	Đại học và phổ thông	8
Quản lý kho	Đại học	1
Nhân viên kho	Đại học	1
Nhân viên kinh doanh nội địa	Đại học	6
Nhân viên kinh doanh quốc tế	Đại học	4
Nhân viên xuất nhập khẩu	Đại học	1
Nhân viên Marketing	Đại học	4
Quản lý Showroom	Đại học	1
Nhân viên pha chế	Sinh viên	4
Nhân viên thu ngân	Sinh viên	3
Nhân viên phục vụ	Sinh viên	11

(Nguồn : Phòng nhân sự Công ty TNHH Quốc tế NPI)

Dựa trên dữ liệu nội bộ, tổng số nhân viên là 49 người, đội ngũ nhân viên rất trẻ hóa và năng động với nhóm 18-25 tuổi chiếm đa số (24 người), tiếp theo là 25-35 tuổi (20 người) và trên 35 tuổi ít nhất (5 người). Sự phân bố này phản ánh văn hóa doanh nghiệp hiện đại, sáng tạo, với nữ giới chiếm ưu thế ở nhóm trẻ và nam giới nổi bật ở nhóm trung niên, phù hợp với các vị trí kỹ thuật sản xuất, rang xay và kinh doanh xuất khẩu. Đội ngũ trẻ trung này là nền tảng giúp Tourane Roastery duy trì đam mê, đổi mới và chinh phục thị trường cà phê specialty quốc tế.



Biểu đồ 2.1 Cơ cấu nguồn lực theo độ tuổi và giới tính công ty NPI

(Nguồn : Phòng nhân sự Công ty TNHH Quốc tế NPI)

2.1.5.3 Nguồn lực tài chính

Bảng 2.3 Bảng cân đối kế toán của công ty TNHH Quốc tế NPI (2023-2025)

Đơn vị tính : VND

Chỉ số	2023	2024	2025	Biến động năm 2024/2023		Biến động năm 2025/2024	
				Giá trị	%	Giá trị	%
TÀI SẢN							
A. TÀI SẢN NGẮN HẠN	2,214,161,050	2,357,665,532	2,712,340,150	143,504,482	6%	354,674,618	15%
I. Tiền và các khoản tiền tương đương	285,189,470	830,401,059	968,475,320	545,211,589	191%	138,074,261	17%
II. Các khoản phải thu ngắn hạn	727,209,023	589,145,809	692,184,750	-138,063,214	-19%	103,038,941	17%
III. Hàng tồn kho	1,040,559,148	691,367,401	785,920,480	-349,191,747	-34%	94,553,079	14%
IV. Tài sản ngắn hạn khác	161,203,409	246,751,263	265,759,600	85,547,854	53%	19,008,337	8%
B. TÀI SẢN DÀI HẠN	1,106,886,942	4,124,967,699	4,972,385,530	3,018,080,757	273%	847,417,831	21%
I. Các khoản phải thu dài hạn	257,086,400	225,182,510	248,670,000	-31,903,890	-12%	23,487,490	10%
II. Tài sản cố định	647,300,201	3,710,578,009	4,538,245,180	3,063,277,808	473%	827,667,171	22%
III. Các tài sản dài hạn khác	202,500,341	189,207,180	185,470,350	-13,293,161	-7%	-3,736,830	-2%
TỔNG TÀI SẢN	3,321,047,992	6,482,633,231	7,684,725,680	3,161,585,239	95%	1,202,092,449	19%
NGUỒN VỐN							
C. NỢ PHẢI TRẢ	1,505,641,992	2,376,621,231	2,968,410,920	870,979,239	58%	591,789,689	25%

I. Nợ ngắn hạn	926,809,412	1,391,407,006	1,735,680,450	464,597,594	50%	344,273,444	25%
II. Nợ dài hạn	578,832,580	985,214,225	1,232,730,470	406,381,645	70%	247,516,245	25%
D. VỐN CHỦ SỞ HỮU	1,815,406,000	4,106,012,000	4,716,314,760	2,290,606,000	126%	610,302,760	15%
TỔNG NGUỒN VỐN	3,321,047,992	6,482,633,231	7,684,725,680	3,161,585,239	95%	1,202,092,449	19%

(Nguồn: Phòng kế toán Công ty TNHH Quốc tế NPI)

Bảng cân đối kế toán của Công ty TNHH Quốc tế NPI trong giai đoạn 2023–2025 phản ánh rõ nét quá trình tăng trưởng mạnh mẽ về quy mô tài chính, phù hợp với bối cảnh ngành cà phê Việt Nam đang chứng kiến sự bùng nổ về giá trị xuất khẩu. Cụ thể, tổng tài sản của công ty tăng từ 3,321,047,992 VND năm 2023 lên 6,482,633,231 VND năm 2024 (tăng 95%) và tiếp tục đạt 7,684,725,680 VND vào năm 2025 (tăng thêm 19%). Sự gia tăng này chủ yếu xuất phát từ việc mở rộng mạnh mẽ tài sản dài hạn, trong đó tài sản cố định tăng đột biến 473% từ 647,300,201 VND năm 2023 lên 3,710,578,009 VND năm 2024, cho thấy chiến lược đầu tư lớn vào nhà máy, dây chuyền sản xuất và công nghệ chế biến cà phê sâu của doanh nghiệp nhằm nâng cao năng lực xuất khẩu.

Nguồn vốn chủ sở hữu cũng ghi nhận mức tăng ấn tượng 126% trong năm 2024, phản ánh lợi nhuận giữ lại cao nhờ giá cà phê thế giới duy trì ở mức cao kỷ lục, kết hợp với việc bổ sung vốn từ chủ sở hữu. Bên cạnh đó, thanh khoản ngắn hạn được cải thiện rõ rệt khi tiền và các khoản tương đương tiền tăng 191% trong năm 2024, thể hiện khả năng quản lý dòng tiền tốt hơn từ hoạt động kinh doanh xuất khẩu. Mặc dù nợ phải trả tăng đáng kể để tài trợ cho đầu tư, tỷ lệ đòn bẩy tài chính vẫn nằm trong mức kiểm soát, cho thấy ban lãnh đạo công ty đã tận dụng hiệu quả cơ hội thị trường trong giai đoạn thuận lợi.

Các biến động trên Bảng cân đối kế toán khẳng định Công ty TNHH Quốc tế NPI đang chuyển mình từ mô hình kinh doanh truyền thống sang một doanh nghiệp sản xuất chế biến có quy mô lớn hơn, có nền tảng tài chính vững chắc để hướng tới phát triển bền vững trong ngành cà phê xuất khẩu.

2.2 Thực trạng hoạt động kinh doanh của Công ty TNHH Quốc tế NPI

2.2.1 Hoạt động kinh doanh của công ty

2.2.1.1 Lĩnh vực kinh doanh

❖ *Sản xuất và chế biến cà phê*

Công ty TNHH Quốc Tế NPI là một trong những nhà sản xuất cà phê tại Việt Nam, với trọng tâm là chế biến cà phê chất lượng cao mang bản sắc đặc sản cà phê Việt Nam. Công ty áp dụng quy trình sản xuất hiện đại, khép kín, bao gồm rang xay tự động bằng công nghệ tiên tiến như hệ thống kiểm soát tự động, lưu trữ dữ liệu đám mây để đảm bảo độ chính xác và minh bạch 100%.

Công ty sản xuất và cung cấp các dòng sản phẩm cà phê rang xay Espresso với sự phối hợp hai dòng hạt chính là Arabica và Robusta cùng với các dòng cà phê đặc sản cao cấp khác. Với cà phê hòa tan, công ty hiện đang sản xuất 3 dòng sản phẩm chính là Americano Instant Coffee, Coconut Cappuccino Instant Coffee, và 3in1 Instant Coffee. Các sản phẩm này được chế biến tại nhà máy hiện đại.

Hàng năm công ty sản xuất hơn 100 MT cà phê hòa tan, 120 MT hạt cà phê nhân xanh, 120 MT cà phê rang, và 120 MT cà phê xay. Công ty luôn tuân thủ theo quy trình các tiêu chuẩn quốc tế như ISO 22000:2018, HACCP, và FDA, với kiểm tra chất lượng từ nguyên liệu đầu vào đến sản phẩm hoàn thiện.



Hình 2.8. Chứng nhận ISO 22000:2018, HACCP, và FDA của Công ty TNHH Quốc Tế NPI

(Nguồn : Công ty TNHH Quốc Tế NPI)

Ngoài ra công ty nhấn mạnh vào việc sử dụng phương pháp chế biến đa dạng như Washed, Natural, Honey Process để tạo ra hương vị phong phú, cân bằng, với nồng độ caffeine cao và hương thơm tự nhiên.

❖ *Xuất khẩu và phân phối các đại lý trong và ngoài nước*

Công ty TNHH Quốc tế NPI ngày càng phát triển hoạt động xuất khẩu cà phê đặc sản nhằm đưa giá trị hạt cà phê Việt Nam vươn tầm quốc tế. Thông qua việc kiểm soát chặt chẽ chất lượng từ vùng nguyên liệu, quy trình sản xuất đến đóng gói theo tiêu

chuẩn xuất khẩu, NPI từng bước đưa các sản phẩm cà phê đặc sản Việt Nam tiếp cận và chinh phục người tiêu dùng quốc tế, góp phần quảng bá hình ảnh cà phê Việt Nam đến bạn bè thế giới.

Về phân phối trong nước, công ty xây dựng hệ thống đa kênh để tiếp cận khách hàng và đại lý. Sản phẩm được phân phối qua các showroom tại Đà Nẵng và Thành phố Hồ Chí Minh, văn phòng bán hàng tại Đà Nẵng, cũng như các nền tảng trực tuyến như Shopee, Tiktok, Facebook và Instagram.

Đối với phân phối quốc tế, thông qua văn phòng tại Mỹ và các mối quan hệ từ hội chợ, công ty đang mở rộng mạng lưới đại lý, tập trung vào phân phối B2B để đưa sản phẩm đến người tiêu dùng nước ngoài. Hoạt động này không chỉ mang lại giá trị kinh tế mà còn góp phần quảng bá văn hóa cà phê Việt Nam một cách bền vững.

❖ *Gia công các sản phẩm theo yêu cầu*

Công ty TNHH Quốc tế NPI còn là đơn vị sản xuất và gia công cà phê theo thiết kế, công thức và yêu cầu riêng của từng thương hiệu. Trong đó, NPI đã thực hiện sản xuất cho thương hiệu Cafe Trình theo định hướng chất lượng và phong cách riêng của doanh nghiệp, đồng thời đảm nhiệm gia công sản phẩm cà phê Đá phục vụ thị trường Mỹ (EOM), đáp ứng các tiêu chuẩn kỹ thuật, bao bì và yêu cầu xuất khẩu. Hoạt động này thể hiện năng lực linh hoạt, chuyên môn sản xuất và khả năng đáp ứng đa dạng nhu cầu của NPI trong lĩnh vực cà phê.



Hình 2.9 NPI gia công sản phẩm thương hiệu Trình và cà phê Đá (Mỹ)

(Nguồn : Công ty TNHH Quốc Tế NPI)

❖ *Thu mua nguyên vật liệu và phân phối cà phê nhân xanh*

Công ty TNHH Quốc tế NPI (thương hiệu Tourane Roastery) đặc biệt chú trọng đến khâu thu mua nguyên vật liệu, xem đây là nền tảng để đảm bảo chất lượng sản phẩm

cà phê mang bản sắc Việt Nam đậm đà và bền vững. Nguyên liệu chính của công ty là cà phê nhân xanh, chủ yếu được thu mua từ hơn 50 vùng nguyên liệu cà phê ở các tỉnh Đắk Lắk, Kon Tum, Cầu Đất (Lâm Đồng), Sơn La, Khe Sanh (Quảng Trị) và Gia Lai.

Công ty xây dựng quan hệ đối tác lâu dài với nông dân, hỗ trợ kỹ thuật canh tác, thu hoạch, sơ chế, đồng thời đảm bảo không sử dụng hóa chất độc hại. Quy trình thu mua tuân thủ kiểm tra nghiêm ngặt đầu vào, giúp hạt cà phê giữ được hương vị đặc trưng Việt Nam. Ngoài ra, công ty còn phân phối cà phê nhân xanh này cho các đối tác trong và ngoài nước, đặc biệt là những doanh nghiệp chuyên về chế biến và sản xuất cà phê.

2.2.1.2 Thị trường kinh doanh xuất khẩu của công ty TNHH Quốc tế NPI

Công ty TNHH Quốc tế NPI đang định hướng mở rộng mạnh mẽ thị trường xuất khẩu với mục tiêu phục vụ 78 đối tác lớn trên toàn cầu trong tương lai gần. Hiện tại, công ty đã xây dựng được mạng lưới xuất khẩu tập trung vào các thị trường trọng điểm có nhu cầu cao về cà phê chế biến sâu, trong đó Mỹ (USA) là thị trường xuất khẩu lớn nhất, tiếp theo là Nhật Bản (Japan), Hàn Quốc (Korea) và các thị trường tiềm năng khác như Philippines, Thụy Điển, Na Uy, Campuchia và Đài Loan.

Sự ưu tiên xuất khẩu mạnh sang Mỹ xuất phát từ quy mô tiêu dùng cà phê khổng lồ của quốc gia này là thị trường nhập khẩu cà phê lớn nhất thế giới. NPI đã tận dụng tốt xu hướng cà phê rang xay, hòa tan và sản phẩm cao cấp để chiếm lĩnh phân khúc này, góp phần vào mức tăng trưởng xuất khẩu cà phê Việt Nam sang Mỹ lên đến 76% trong giai đoạn gần đây. Tiếp đến, Nhật Bản và Hàn Quốc là hai thị trường trọng tâm thứ hai và thứ ba nhờ nhu cầu cao về sản phẩm chất lượng ổn định, an toàn thực phẩm và có chứng nhận. Việc công ty đẩy mạnh chế biến sâu đã giúp sản phẩm NPI đáp ứng được tiêu chuẩn khắt khe của hai thị trường này, đặc biệt là xu hướng tiêu dùng cà phê đặc sản tại Hàn Quốc.

Chiến lược đa dạng hóa thị trường của NPI không chỉ tập trung vào ba thị trường chủ lực Mỹ – Nhật – Hàn mà còn mở rộng sang các nước châu Á và châu Âu khác, giúp giảm thiểu rủi ro phụ thuộc vào một vài đối tác. Việc ưu tiên các thị trường phát triển với thứ tự giảm dần về quy mô xuất khẩu cho thấy công ty đang hướng tới phân khúc sản phẩm có giá trị gia tăng cao, phù hợp với định hướng chuyển từ xuất khẩu thô sang chế biến sâu. Mục tiêu phục vụ 78 đối tác lớn trong tương lai sẽ là bước tiến quan trọng giúp NPI nâng cao vị thế và ổn định doanh thu xuất khẩu trong ngành cà phê.

2.2.1.3 Đối thủ cạnh tranh – khách hàng

❖ *Đối thủ cạnh tranh*

Đối thủ cạnh tranh của Công ty TNHH Quốc Tế NPI (thương hiệu Tourane Roastery) chủ yếu là các doanh nghiệp rang xay cà phê đặc sản và thương hiệu cà phê xuất khẩu tại Việt Nam, bao gồm cả các xưởng rang tại Đà Nẵng cũng như các thương hiệu lớn trên toàn quốc. Họ cạnh tranh trực tiếp ở phân khúc cà phê chất lượng cao, đặc sản, cà phê hòa tan, cà phê rang nguyên hạt, rang và xuất khẩu cà phê (Arabica/Robusta specialty).

Trong bối cảnh thị trường cà phê Việt Nam ngày càng phát triển với sự tham gia của nhiều thương hiệu lớn, Tourane Roastery đang cạnh tranh trực tiếp với các đối thủ ở nhiều khía cạnh quan trọng như chất lượng sản phẩm, giá cả, đổi mới hương vị, mạng lưới phân phối, xuất khẩu và cam kết bền vững. Cụ thể, công ty phải đối đầu với áp lực về việc duy trì khả năng truy xuất nguồn gốc và chứng nhận quốc tế (FDA, ISO, HACCP) trước các xưởng rang nổi tiếng. Ngoài ra, cạnh tranh giá với các dòng cà phê hòa tan với các ông lớn nội địa. Vì vậy, NPI đã tăng cường mở rộng kênh bán hàng online/offline và sự kiện quốc tế để không thua kém các thương hiệu lớn, đồng thời khẳng định dòng cà phê đặc sản Việt Nam cùng các sản phẩm nổi bật, được nhiều khách hàng yêu thích để nổi bật giữa các đối thủ nhấn mạnh single-origin hoặc fine Robusta từ Buôn Ma Thuột, Đắk Lắk hay Gia Lai.

Trong thị trường cà phê rang xay tại Đà Nẵng, Tourane Roastery (NPI) chủ yếu cạnh tranh với các xưởng rang địa phương có quy mô nhỏ hơn, tập trung vào phân khúc specialty và craft coffee. Các đối thủ này thường mạnh về trải nghiệm gần gũi, giá cả phải chăng và quy trình thủ công cá nhân hóa, trong khi Tourane nổi bật nhờ quy mô sản xuất lớn, chứng nhận quốc tế và khả năng xuất khẩu. Trong đó, thì không thể kể đến những đối thủ xưởng rang nổi bật tại Đà Nẵng như: xưởng rang cà phê Mộc Nhiên, Xưởng rang T-Pê, xưởng rang cà phê Masa,...

Bảng 2.4 Bảng so sánh lợi thế cạnh tranh của Tourane (NPI) so với các thương hiệu xưởng rang khác.

	Xưởng rang Tourane Roastery (NPI)	Xưởng rang Mộc Nhiên	Xưởng rang T-Pê
Giá	Trung bình phù hợp tiếp cận với khách hàng địa phương và quốc tế (sản phẩm specialty/instant ~200.000-500.000 VND/250-500g).	Thấp (beans craft phải chăng, các dòng specialty bình dân khoảng ~90.000-250.000 VND/ 250-500g).	Trung bình đến cao (Sản phẩm rơi vào khoảng 90.000-500.000 VND/ 250-500g cho các dòng specialty).
Chất lượng	Chứng nhận ISO 22000:2018, HACCP, FDA; traceability 100%, công nghệ rang tự động Evapo Master Tech, công suất lớn (120 MT/năm roasted coffee). Khâu kiểm soát nghiêm ngặt từ nguyên liệu đến thành phẩm.	Rang small-batch thủ công, chọn lọc hạt tay nghiêm ngặt, rang theo đơn hàng và profile riêng. Nguồn trực tiếp nông trại; áp dụng nguyên tắc ba không (không chất bảo quản, không hương liệu, không tạo màu). Túi đóng gói valve chuyên nghiệp (WICOVALVE Thụy Sĩ).	Rang tại chỗ chất lượng cao, hạt Arabica/Robusta chọn lọc kỹ nhưng chưa có chứng nhận quốc tế công bố rõ ràng.
Hương vị	Đa dạng như: fruity notes, nutty, toffee, dark chocolate, balanced sweetness,... Trong đó có sản phẩm bán chạy	Tập trung nguyên chất mộc, hậu vị ngọt nhẹ tự nhiên	Mang tính địa phương với những hương vị Việt Nam truyền thống đậm đà, khác biệt.

	nhất là dòng hòa tan Coconut Cappuccino kết hợp với dừa tạo độ béo của cà phê, tạo nên dòng cà phê đặc biệt đối với Tourane Roastery.		.
Xuất khẩu	Mạnh và có nhiều lợi thế khi xuất khẩu cà phê ra nước ngoài như Mỹ, Hàn, châu Âu, Campuchia, Ả Rập Xê Út,.đối tác B2B lớn như Samsung SDS, Vigift,....	Không có lợi thế trong xuất khẩu.	Không có lợi thế trong xuất khẩu.

(Nguồn: tác giả tổng hợp)

Tourane Roastery (NPI) có lợi thế vượt trội ở quy mô sản xuất, chứng nhận xuất khẩu và khả năng tiếp cận thị trường quốc tế, đây là điểm khác biệt lớn so với các xưởng rang nhỏ địa phương như Mộc Miên hay T-Pê. Tuy nhiên, ở phân khúc địa phương Đà Nẵng, Tourane vẫn phải cạnh tranh về giá cả hấp dẫn và hương vị sáng tạo cá nhân hóa để thu hút khách hàng hơn.

❖ Khách hàng

Khách hàng chính của Công ty NPI International (thương hiệu Tourane Roastery) là các đối tác doanh nghiệp B2B lớn, khách sạn cao cấp, nhà phân phối xuất khẩu và người tiêu dùng cá nhân quan tâm đến cà phê chất lượng cao, cà phê đặc sản Việt Nam. Tuy nhiên, để đưa sản phẩm đến tay khách hàng buộc công ty NPI phải đáp ứng được những nhu cầu của khách hàng. Đầu tiên khách hàng quan tâm đến luôn là chất lượng sản phẩm. Các đối tác lớn ở cả nội địa và quốc tế luôn yêu cầu sản phẩm phải đạt chuẩn quốc tế (FDA, ISO 22000:2018, HACCP), hương vị ổn định và an toàn thực phẩm tuyệt đối, nhằm bảo vệ uy tín thương hiệu của chính họ.

Bên cạnh đó, khách hàng luôn mong đợi dịch vụ tư vấn pha chế, tùy chỉnh sản phẩm các dòng blend riêng cho khách sạn hoặc doanh nghiệp khi có nhu cầu khác nhau, giao hàng đúng hạn và hỗ trợ giá và chiết khấu, đặc biệt với các đối tác xuất khẩu tại Mỹ và Hàn Quốc. Sự linh hoạt trong logistics và dự trữ là yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến quyết định hợp tác lâu dài. Từ năm 2020 cho đến nay, công ty NPI đã tiếp cận được rất nhiều tệp khách hàng từ trong nước đến quốc tế. Dưới đây là một số khách hàng lớn đã mang lại nhiều lợi nhuận đến cho công ty NPI:

Bảng 2.5 Khách hàng mang lại doanh thu chính cho NPI

STT	Tên khách hàng	Quốc gia
1	Trình Cà Phê	Đà Nẵng, Việt Nam
2	Catina Coffee	Quảng Nam, Việt Nam
3	Ducle Coffee	Philippines
4	Lung Rich	TaiWan, Đài Loan
5	Cà Phê Đá	Hoa Kỳ
6	Uroast Bean Cambodia	Campuchia
7	RNZ Coffee Janpan	Nhật Bản

(Nguồn: Phòng Kinh doanh Công ty TNHH Quốc tế NPI)

2.2.2 Kết quả hoạt động kinh doanh

Bảng 2.6 Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty TNHH Quốc tế NPI giai đoạn 2023-2025

Đơn vị tính : VND

STT	Chỉ số	2023	2024	2025	Biến động năm 2024/2023		Biến động năm 2025/2024	
					Giá trị	%	Giá trị	%
1	Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ	2,054,372,845	4,139,800,386	5,238,674,920	2,085,427,541	102%	1,098,874,534	27%
2	Các khoản khấu trừ từ doanh thu	62,700,062	145,709,124	172,845,630	83,009,062	132%	27,136,506	19%
3	Doanh thu thuần (3=1-2)	1,991,672,783	3,994,091,262	5,065,829,290	2,002,418,479	101%	1,071,738,028	27%
4	Giá vốn hàng bán	1,437,800,008	2,861,470,699	3,785,416,850	1,423,670,691	99%	923,946,151	32%
5	Lợi nhuận gộp (5=3-4)	553,872,775	1,132,620,563	1,280,412,440	578,747,788	104%	147,791,877	13%
6	Thu nhập tài chính	29,304,446	25,039,287	42,185,670	-4,265,159	-15%	17,146,383	68%
7	Chi phí tài chính	175,439,305	240,298,148	289,374,520	64,858,843	37%	49,076,372	20%
8	chi phí bán hàng	54,860,259	108,400,023	139,850,760	53,539,764	98%	31,450,737	29%
9	Chi phí quản lý doanh nghiệp	704,640,520	1,105,640,372	1,153,927,480	400,999,852	57%	48,287,108	4%
10	Lợi nhuận trước thuế (10=5+6-7-8-9)	(351,762,863)	(296,678,693)	(260,554,650)	55,084,170	-16%	36,124,043	-12%
11	Thuế	0	0	0	0	0%	0	0%
12	Lợi nhuận ròng sau thuế	(351,762,863)	(296,678,693)	(260,554,650)	55,084,170	-16%	36,124,043	-12%

(Nguồn: Phòng kế toán công ty TNHH Quốc tế NPI)

Trong bối cảnh ngành cà phê Việt Nam đạt những kỷ lục xuất khẩu liên tiếp nhờ giá Robusta thế giới duy trì ở mức cao, Báo cáo kết quả kinh doanh của Công ty TNHH Quốc tế NPI giai đoạn 2023–2025 cho thấy sự tăng trưởng mạnh mẽ về quy mô. Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ của công ty tăng gấp đôi từ hơn 2,054,372,845 VND năm 2023 lên 4,139,800,386 VND năm 2024 (tăng 102%), và tiếp tục mở rộng lên 5,238,674,920 VND năm 2025 (tăng thêm 27%). Doanh thu thuần sau khi trừ các khoản khấu trừ cũng ghi nhận mức tăng tương ứng 101% và 27%. Sự bứt phá này hoàn toàn phù hợp với xu hướng chung của ngành, khi kim ngạch xuất khẩu cà phê Việt Nam đạt mức kỷ lục hơn 8,3–8,4 tỷ USD trong niên vụ 2024–2025, nhờ giá xuất khẩu bình quân tăng mạnh. Việc công ty đẩy mạnh xuất khẩu các sản phẩm chế biến sâu (rang xay, hòa tan) thay vì chỉ nhân xanh đã giúp NPI tận dụng tốt đà thị trường, đồng thời giải thích cho sự gia tăng mạnh mẽ tài sản cố định trên Bảng cân đối kế toán (tăng 473% năm 2024) nhằm nâng cao công suất chế biến.

Mặc dù doanh thu tăng trưởng mạnh, lợi nhuận gộp của công ty cũng cải thiện đáng kể từ 553,872,775 VND năm 2023 lên 1,132,620,563 VND năm 2024 (tăng 104%), song tốc độ tăng chậm lại ở mức 13% năm 2025 khi đạt 1,280,412,440 VND. Điều này cho thấy công ty đã kiểm soát tương đối tốt giá vốn hàng bán, dù khoản mục này vẫn tăng gần 99% năm 2024 và 32% năm 2025, chủ yếu do quy mô nguyên liệu đầu vào (cà phê nhân) và chi phí năng lượng, nhân công cho nhà máy mới tăng theo. Việc đầu tư lớn vào tài sản cố định trong năm 2024 đã giúp công ty nâng cao năng lực sản xuất, từ đó hỗ trợ mở rộng doanh thu mà không làm chi phí giá vốn tăng quá mức so với doanh thu. Tuy nhiên, các chi phí hoạt động vẫn ở mức cao, đặc biệt là chi phí quản lý doanh nghiệp (tăng 57% năm 2024) và chi phí bán hàng, phản ánh giai đoạn mở rộng mạnh mẽ với nhiều khoản đầu tư ban đầu cho marketing, kênh phân phối quốc tế và quản trị hệ thống.

Một điểm đáng chú ý là dù quy mô kinh doanh mở rộng nhanh chóng, Công ty vẫn ghi nhận lỗ trước thuế và lỗ ròng lần lượt là 351,762,863 VND năm 2023, 296,678,693 VND năm 2024 và 260,554,650 VND năm 2025. Mức lỗ giảm dần qua các năm cho thấy công ty đang từng bước tiến gần hơn đến điểm hòa vốn. Nguyên nhân chính của tình trạng này xuất phát từ chi phí tài chính và chi phí quản lý tăng cao trong giai đoạn đầu tư mạnh tài sản cố định và vay nợ để tài trợ cho sự mở rộng. Đây là hiện tượng phổ biến ở các doanh nghiệp sản xuất chế biến cà phê khi quyết định đầu tư dài hạn để chuyển từ mô hình thương mại sang sản xuất quy mô lớn. Lợi nhuận trước thuế

cải thiện dần cũng phản ánh hiệu quả bước đầu từ việc khai thác tối đa công suất nhà máy mới và tối ưu hóa chuỗi cung ứng.

Sự gia tăng mạnh về tài sản cố định đã tạo nền tảng cho tăng trưởng doanh thu bền vững, trong khi vốn chủ sở hữu tăng 126% năm 2024 phản ánh sự hỗ trợ từ chủ doanh nghiệp. Dù đang trong giai đoạn chuyển tiếp chịu lỗ, công ty đang dần cải thiện hiệu quả hoạt động và có tiềm năng chuyển sang lãi trong những năm tới nếu tiếp tục kiểm soát tốt chi phí tài chính và quản lý.

Lĩnh vực kinh doanh cà phê xuất khẩu là mảng hoạt động cốt lõi và chiếm tỷ trọng lớn nhất trong cơ cấu kinh doanh của Công ty TNHH Quốc tế NPI. Với vị thế là một doanh nghiệp xuất khẩu nông sản chuyên về cà phê chất lượng cao (premium coffee) tại Đà Nẵng, hoạt động xuất khẩu cà phê không chỉ mang lại nguồn thu chính mà còn góp phần khẳng định thương hiệu NPI trên thị trường quốc tế. Theo dữ liệu nội bộ, lĩnh vực xuất khẩu chiếm khoảng 60% tổng doanh thu của toàn công ty trong giai đoạn nghiên cứu.

Bảng 2.7 Tỷ suất sinh lợi của công ty qua các năm 2022,2023,2024

Đơn vị tính : %

Tỷ lệ	Công thức	2023	2024	2025
Tỷ suất lợi nhuận gộp	$(\text{Lợi nhuận gộp} / \text{Doanh thu thuần}) \times 100\%$	27.81%	28.36%	25.28%
Tỷ suất lợi nhuận ròng	$(\text{Lợi nhuận sau thuế} / \text{doanh thu thuần}) \times 100\%$	-17.66%	-7.43%	-5.14%
Tỷ suất lợi nhuận dựa trên tổng tài sản (ROA)	$(\text{Lợi nhuận sau thuế} / \text{Tổng tài sản}) \times 100\%$	-10.59%	-4.58%	-3.39%
Tỷ suất lợi nhuận dựa trên vốn chủ sở hữu (ROE)	$(\text{Lợi nhuận sau thuế} / \text{vốn chủ sở hữu}) \times 100\%$	-19.38%	-7.23%	-5.52%

(Nguồn: Phòng kế toán công ty TNHH Quốc tế NPI)

Bảng tỷ suất sinh lợi của Công ty TNHH Quốc tế NPI giai đoạn 2023–2025 cho thấy hiệu quả kinh doanh đang cải thiện rõ nét dù công ty vẫn còn lỗ. Tỷ suất lợi nhuận gộp duy trì ở mức ổn định và khá tốt, dao động từ 27,81% năm 2023 lên 28,36% năm 2024 và 25,28% năm 2025, phản ánh khả năng kiểm soát giá vốn hàng bán tương đối tốt giữa bối cảnh mở rộng quy mô chế biến và xuất khẩu cà phê.

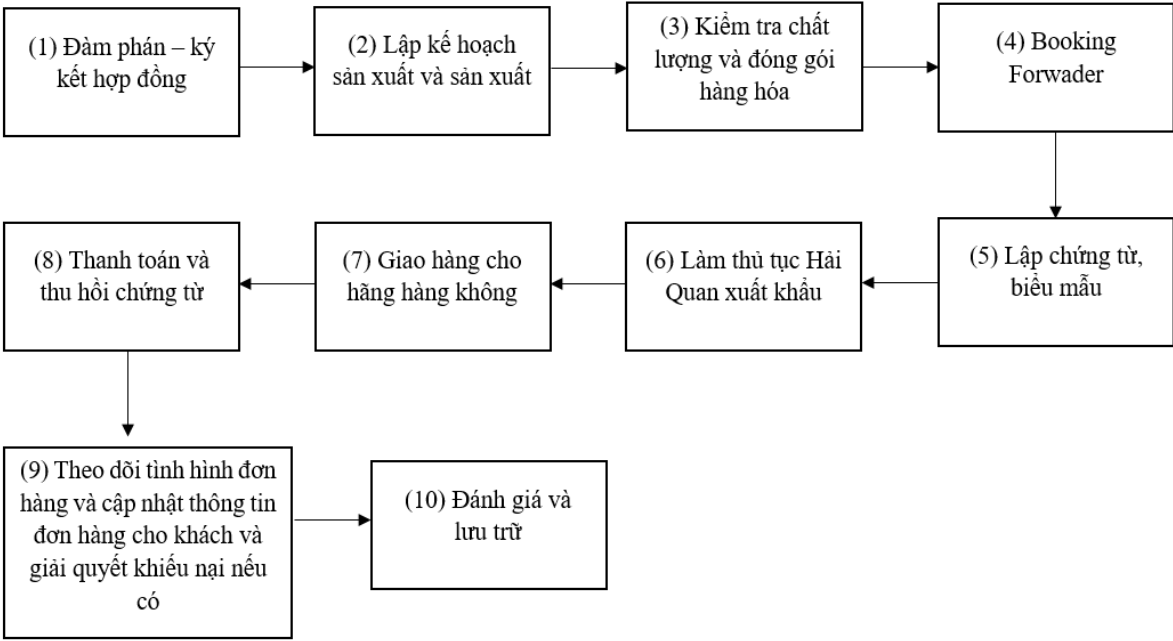
Các chỉ số lợi nhuận ròng, ROA và ROE tuy vẫn âm nhưng đã tiến bộ mạnh mẽ qua từng năm: lợi nhuận ròng tăng từ -17,66% lên -5,14%, ROA cải thiện từ -10,59%

lên -3,39% và ROE từ -19,38% lên -5,52%. Sự cải thiện này hoàn toàn phù hợp với việc doanh thu tăng mạnh (101% năm 2024), tổng tài sản và vốn chủ sở hữu mở rộng đáng kể nhờ đầu tư lớn vào tài sản cố định.

Tuy nhiên, công ty vẫn chịu áp lực từ chi phí tài chính và chi phí quản lý cao trong giai đoạn chuyển tiếp đầu tư hạ tầng. Tổng thể, các chỉ số sinh lời cho thấy chiến lược mở rộng quy mô của NPI đang đi đúng hướng và dần phát huy hiệu quả, tạo nền tảng quan trọng để công ty có thể chuyển sang lãi trong thời gian tới nếu tiếp tục kiểm soát tốt chi phí hoạt động.

2.3 Thực trạng quy trình thực hiện đơn hàng xuất khẩu cà phê sang Mỹ bằng đường hàng không tại Công ty TNHH Quốc tế NPI theo điều kiện DDU 2000

2.3.1 Sơ đồ quy trình xuất khẩu thực tế tại Công ty TNHH Quốc tế NPI



Sơ đồ 2.2 Quy trình xuất khẩu thực tế tại công ty TNHH Quốc tế NPI

(Nguồn: Phòng kế hoạch Công ty TNHH Quốc tế NPI)

2.3.2 Mô tả chi tiết quy trình xuất khẩu cà phê sang Mỹ bằng đường hàng không tại Công ty TNHH Quốc tế NPI

2.3.2.1 Bước 1: Đàm phán, ký kết hợp đồng

Trách nhiệm: Bộ phận kinh doanh (Sales)

Tài liệu liên quan – hồ sơ – biểu mẫu: Hợp đồng ngoại thương, Bảng báo giá, các tài liệu về sản phẩm, các email trao đổi, đơn đặt hàng PO.

Mô tả công việc cụ thể:

Trong bước này, bộ phận Kinh doanh (Sales) của công ty chịu trách nhiệm chính, phối hợp với Ban Giám đốc xem xét và phê duyệt. Cụ thể, sau khi tiếp nhận yêu cầu đơn hàng từ khách hàng, nhân viên kinh doanh tiến hành trao đổi thông tin về chất lượng cà phê hạt – rang xay, quy cách đóng gói, số lượng đơn hàng, giá cả, điều kiện thanh toán, thời gian giao hàng, điều kiện Incoterms, trách nhiệm các bên và các điều khoản đặc biệt liên quan đến tiêu chuẩn FDA của Mỹ như an toàn thực phẩm, không dư lượng, kiểm soát độ ẩm.... Các cuộc đàm phán được thực hiện qua email, điện thoại, video call.

Trong quá trình này, doanh nghiệp đồng thời rà soát các quy định nhập khẩu của Mỹ đối với mặt hàng cà phê như tiêu chuẩn an toàn thực phẩm, kiểm dịch và truy xuất nguồn gốc nhằm đảm bảo các điều khoản trong hợp đồng phù hợp với quy định pháp lý quốc tế. Khi đạt thỏa thuận, hai bên tiến hành ký kết hợp đồng thương mại (Sales Contract) bằng văn bản và chia làm 02 bản gốc. trong đó quy định rõ quyền và nghĩa vụ của mỗi bên, làm cơ sở pháp lý cho toàn bộ quy trình thực hiện đơn hàng.

Bước đàm phán và ký kết hợp đồng đóng vai trò nền tảng trong toàn bộ quy trình xuất khẩu, giúp xác lập rõ ràng quyền và nghĩa vụ của các bên tham gia. Việc thỏa thuận chi tiết các điều khoản về chất lượng, giá cả, điều kiện giao hàng và phương thức thanh toán góp phần hạn chế đáng kể các rủi ro pháp lý và tranh chấp phát sinh trong quá trình thực hiện hợp đồng. Ngoài ra, quá trình đàm phán còn tạo điều kiện để doanh nghiệp xây dựng mối quan hệ hợp tác lâu dài với đối tác nước ngoài, từ đó mở rộng thị trường xuất khẩu.

Quá trình đàm phán thường kéo dài và chịu ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố như khác biệt về văn hóa kinh doanh, ngôn ngữ và hệ thống pháp luật giữa các quốc gia. Nếu doanh nghiệp không có kinh nghiệm hoặc thiếu hiểu biết về quy định nhập khẩu của thị trường Mỹ, các điều khoản trong hợp đồng có thể thiếu chặt chẽ, tiềm ẩn rủi ro trong khâu thanh toán hoặc khi phát sinh tranh chấp. Bên cạnh đó, việc phụ thuộc vào năng lực thương lượng của nhân viên cũng có thể ảnh hưởng đến hiệu quả ký kết hợp đồng. Do đó, đội ngũ Sales phải am hiểu sâu về luật thương mại quốc tế và tiêu chuẩn FDA.

2.3.2.2 Bước 2: Lập kế hoạch sản xuất và sản xuất

Trách nhiệm: Nhân viên sales, nhân viên sản xuất và nhân thu mua

Tài liệu liên quan – hồ sơ – biểu mẫu: Kế hoạch sản xuất, lệnh sản xuất, biên bản thu mua nguyên liệu, báo cáo tiến độ sản xuất.

Mô tả công việc cụ thể:

Bộ phận Sản xuất phối hợp với bộ phận thu mua và kinh doanh thực hiện bước này. Dựa trên hợp đồng đã ký, công ty lập kế hoạch sản xuất chi tiết bao gồm: nguồn nguyên liệu đầu vào được nhập từ đâu và số lượng cần nhập vào, lịch thu mua nguyên vật liệu, chế biến sản phẩm bao gồm các công đoạn như làm sạch, phân loại hạt, kiểm soát độ ẩm, rang hoặc xay theo yêu cầu của khách hàng. Toàn bộ quá trình sản xuất được giám sát chặt chẽ nhằm đảm bảo tuân thủ các tiêu chuẩn chất lượng đã cam kết trong hợp đồng. Bên cạnh đó, công ty cũng cần xây dựng phương án dự phòng trong trường hợp nguồn nguyên liệu biến động hoặc phát sinh sự cố trong sản xuất, nhằm hạn chế tối đa rủi ro chậm tiến độ giao hàng. Quá trình sản xuất tuân thủ các tiêu chuẩn HACCP, GAP hoặc hữu cơ nếu khách hàng yêu cầu.

Việc lập kế hoạch sản xuất chi tiết giúp doanh nghiệp chủ động trong việc bố trí nguồn lực, từ nguyên liệu đầu vào đến nhân công và máy móc, qua đó đảm bảo tiến độ giao hàng theo hợp đồng. Đồng thời, quá trình sản xuất được kiểm soát chặt chẽ giúp duy trì chất lượng sản phẩm ổn định, đáp ứng các tiêu chuẩn khắt khe của thị trường Mỹ. Đây cũng là cơ sở để tối ưu hóa chi phí và nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất

Hoạt động sản xuất phụ thuộc lớn vào nguồn cung nguyên liệu cà phê, vốn chịu ảnh hưởng mạnh bởi yếu tố mùa vụ và biến động giá trên thị trường. Nếu không dự báo chính xác, doanh nghiệp có thể gặp tình trạng thiếu hụt nguyên liệu hoặc chi phí đầu vào tăng cao. Ngoài ra, các sự cố trong quá trình sản xuất như lỗi kỹ thuật, hỏng hóc thiết bị cũng có thể làm gián đoạn tiến độ, ảnh hưởng đến thời gian giao hàng đã cam kết.

2.3.2.3 Bước 3: Kiểm tra chất lượng và đóng gói hàng hóa

Trách nhiệm: Nhân viên kiểm soát chất lượng (QC) và nhân viên sản xuất

Tài liệu liên quan – hồ sơ – biểu mẫu: Giấy chứng nhận chất lượng, biên bản kiểm tra chất lượng, phiếu đóng gói chi tiết, ảnh chụp hàng hóa đóng gói và sau khi sản xuất.

Mô tả công việc cụ thể:

Sau khi hoàn tất quá trình sản xuất, hàng hóa được chuyển sang khâu kiểm tra chất lượng nhằm đảm bảo đáp ứng đầy đủ các tiêu chuẩn kỹ thuật và vệ sinh an toàn thực phẩm theo yêu cầu của thị trường Mỹ. Nhân viên kiểm soát chất lượng kiểm tra bao gồm các chỉ tiêu như độ ẩm, kích thước hạt, tỷ lệ tạp chất, màu sắc, mùi vị, dư lượng thuốc bảo vệ thực vật theo tiêu chuẩn Mỹ và các tiêu chí liên quan đến an toàn thực phẩm.

Sau khi đạt yêu cầu, hàng hóa được tiến hành đóng gói theo quy cách phù hợp với vận chuyển hàng không, đảm bảo các tiêu chí: gọn nhẹ, chắc chắn, chống ẩm, chống sốc và thuận tiện cho bốc xếp. Bao bì phải ghi đầy đủ thông tin như tên hàng, xuất xứ, trọng lượng, ký mã hiệu theo quy định. Việc đóng gói không chỉ đảm bảo an toàn cho hàng hóa trong quá trình vận chuyển mà còn góp phần đáp ứng yêu cầu kiểm tra của hải quan và cơ quan chức năng nước Mỹ.

Việc kiểm tra chất lượng trước khi xuất khẩu giúp đảm bảo sản phẩm đáp ứng đầy đủ các tiêu chuẩn kỹ thuật và an toàn thực phẩm, từ đó giảm thiểu nguy cơ bị từ chối nhập khẩu hoặc trả hàng. Hoạt động đóng gói đúng quy cách không chỉ bảo vệ hàng hóa trong quá trình vận chuyển bằng đường hàng không mà còn nâng cao uy tín sản phẩm Việt Nam trên thị trường Mỹ khắt khe.

Quy trình kiểm tra chất lượng và đóng gói thường làm phát sinh thêm chi phí, tốn thời gian và đòi hỏi thiết bị hiện đại. Ngoài ra, nếu quy trình kiểm soát chất lượng không được thực hiện đồng bộ, vẫn có khả năng xảy ra sai sót, dẫn đến việc hàng hóa không đạt yêu cầu khi đến tay khách hàng.

2.3.2.4 Bước 4: Booking Forwarder

Trách nhiệm: Nhân viên kinh doanh và Forwarder

Tài liệu liên quan – hồ sơ – biểu mẫu: Booking Note, Xác nhận đặt chỗ (Booking Confirmation)

Mô tả công việc cụ thể:

Căn cứ vào kế hoạch giao hàng, nhân viên kinh doanh tiến hành liên hệ với các đơn vị giao nhận (Forwarder) để đặt chỗ trên chuyến bay phù hợp. Quá trình này bao gồm việc so sánh các phương án vận chuyển về giá cước, thời gian bay, tuyến đường và uy tín của hãng hàng không. Sau khi lựa chọn được phương án tối ưu, doanh nghiệp gửi

yêu cầu đặt chỗ kèm theo các thông tin cần thiết như: loại hàng, khối lượng, kích thước, thời gian dự kiến giao hàng.

Việc hợp tác với forwarder chuyên nghiệp giúp doanh nghiệp tối ưu hóa phương án vận chuyển, lựa chọn được tuyến bay và lịch trình phù hợp, từ đó rút ngắn thời gian giao hàng. Forwarder cũng hỗ trợ doanh nghiệp trong việc xử lý các thủ tục logistics phức tạp, giảm bớt áp lực cho bộ phận xuất nhập khẩu.

Chi phí vận chuyển hàng không thường cao và biến động mạnh theo thời điểm, đặc biệt trong mùa cao điểm hoặc khi có sự gián đoạn chuỗi cung ứng toàn cầu. Doanh nghiệp phụ thuộc khá nhiều vào năng lực và uy tín của forwarder; nếu lựa chọn đối tác không phù hợp có thể dẫn đến chậm trễ hoặc phát sinh chi phí ngoài dự kiến.

2.3.2.5 Bước 5: Lập chứng từ, biểu mẫu

Trách nhiệm: Nhân viên kinh doanh

Tài liệu liên quan – hồ sơ – biểu mẫu: Hóa đơn thương mại, phiếu đóng gói, Chứng nhận kiểm dịch thực vật, các chứng nhận FDA, ISO, MSDS.

Mô tả công việc cụ thể:

Trên cơ sở hợp đồng ngoại thương và thông tin lô hàng, nhân viên kinh doanh tiến hành lập bộ chứng từ xuất khẩu hoàn chỉnh. Quá trình này đòi hỏi sự chính xác cao, đảm bảo tính thống nhất giữa các chứng từ. Ngoài các chứng từ cơ bản, doanh nghiệp còn phải chuẩn bị các giấy tờ theo yêu cầu đặc thù của thị trường Mỹ như giấy chứng nhận kiểm dịch thực vật, chứng nhận xuất xứ, hoặc các chứng nhận về an toàn thực phẩm. Các thông tin trên chứng từ cần được kiểm tra kỹ lưỡng nhằm tránh sai sót có thể dẫn đến việc bị từ chối thông quan hoặc phát sinh chi phí chỉnh sửa.

Sau khi Forwarder có đầy đủ các chứng từ sẽ tiến hành làm việc với hãng hàng không để giữ chỗ và gửi xác nhận booking cho doanh nghiệp. Forwarder sẽ tạo vận đơn hàng không (AWB) điện tử và gửi lại cho công ty để kiểm tra thông tin chính xác trên AWB. Việc booking cần được thực hiện sớm nhằm tránh tình trạng thiếu chỗ, đặc biệt trong mùa cao điểm xuất khẩu.

Việc chuẩn bị đầy đủ và chính xác bộ chứng từ giúp quá trình thông quan diễn ra nhanh chóng, đồng thời tạo điều kiện thuận lợi cho việc thanh toán quốc tế. Đây cũng

là cơ sở pháp lý quan trọng để giải quyết tranh chấp nếu phát sinh trong quá trình thực hiện hợp đồng.

Công tác lập chứng từ đòi hỏi độ chính xác cao và sự am hiểu về quy định pháp lý của cả nước xuất khẩu và nhập khẩu. Chỉ một sai sót nhỏ trong thông tin cũng có thể dẫn đến việc bị từ chối thông quan, phải chỉnh sửa chứng từ, gây mất thời gian và phát sinh chi phí.

2.3.2.6 Bước 6: Làm thủ tục hải quan xuất khẩu

Trách nhiệm: Nhân viên kinh doanh, kế toán và Forwarder

Tài liệu liên quan – hồ sơ – biểu mẫu: phiếu đóng gói, hóa đơn thương mại, tờ khai hải quan, vận đơn hàng không

Mô tả công việc cụ thể:

Sau khi chuẩn bị đầy đủ bộ chứng từ xuất khẩu, Công ty TNHH Quốc tế NPI thuê Forwarder (FWD) thay mặt doanh nghiệp thực hiện khai báo hải quan. Nhân viên kinh doanh cung cấp cho FWD các chứng từ như hợp đồng ngoại thương, Commercial Invoice, Packing List và thông tin lô hàng để tiến hành khai báo trên hệ thống VNACCS/VCIS.

Trong quá trình khai báo, bộ phận kế toán của công ty phối hợp với FWD bằng cách share màn hình và cung cấp các thông tin cần thiết nhằm hỗ trợ kiểm tra, đối chiếu dữ liệu và đảm bảo việc khai báo được chính xác, thuận tiện hơn. Sau khi tờ khai được truyền thành công, FWD theo dõi kết quả phân luồng và xử lý các thủ tục liên quan với cơ quan hải quan. Khi hàng hóa được thông quan, FWD tiếp tục hỗ trợ đưa hàng vào kho hàng không để chuẩn bị giao cho hãng hàng không theo lịch bay đã booking.

Việc thuê Forwarder thực hiện thủ tục hải quan giúp Công ty TNHH Quốc tế NPI tiết kiệm thời gian. Đồng thời, việc kế toán phối hợp share màn hình với FWD trong quá trình khai báo giúp các thông tin được kiểm tra và đối chiếu trực tiếp, hạn chế sai sót chứng từ và nâng cao độ chính xác khi truyền tờ khai hải quan. Doanh nghiệp vẫn phụ thuộc nhiều vào năng lực xử lý của FWD, nếu FWD khai báo chậm hoặc sai thông tin có thể ảnh hưởng đến tiến độ thông quan và giao hàng.

2.3.2.7 Bước 7: Giao hàng cho hãng hàng không

Trách nhiệm: Nhân viên kho và Forwarder

Tài liệu liên quan – hồ sơ – biểu mẫu: vận đơn hàng không (AWB), Biên bản giao nhận

Mô tả công việc cụ thể:

Hàng hóa được vận chuyển từ kho của Forwarder mà công ty NPI đã vận chuyển đến trước đó để đến sân bay theo lịch đã booking. Tại đây, forwarder tiến hành bàn giao hàng cho hãng hàng không, đồng thời hoàn tất các thủ tục liên quan như cân trọng lượng, kiểm tra an ninh và xác nhận vận chuyển. Hãng hàng không sau đó quét mã vạch vận đơn hàng không (AWB) do Forwarder đã tạo vận đơn điện tử trước đó, đây là chứng từ quan trọng xác nhận việc tiếp nhận và vận chuyển hàng hóa. Việc giao nhận phải đảm bảo đúng thời gian quy định nhằm tránh lỡ chuyến bay, gây ảnh hưởng đến tiến độ giao hàng.

Việc áp dụng hệ thống khai báo hải quan điện tử giúp rút ngắn thời gian xử lý và nâng cao tính minh bạch trong thủ tục xuất khẩu. Nếu hồ sơ đầy đủ và chính xác, doanh nghiệp có thể được thông quan nhanh chóng, góp phần đảm bảo tiến độ giao hàng.

Trong trường hợp tờ khai bị phân vào luồng kiểm tra chi tiết (luồng đỏ), doanh nghiệp sẽ phải mất thêm thời gian và chi phí cho việc kiểm tra thực tế hàng hóa. Ngoài ra, nếu nhân viên khai báo thiếu kinh nghiệm hoặc khai sai thông tin, doanh nghiệp có thể đối mặt với rủi ro bị xử phạt hành chính hoặc chậm trễ trong thông quan.

2.3.2.8 Bước 8: Thanh toán và thu hồi chứng từ

Trách nhiệm: Nhân viên kế toán, nhân viên kinh doanh

Tài liệu liên quan – hồ sơ – biểu mẫu: Bộ chứng từ thanh toán

Mô tả công việc cụ thể:

Sau khi lô hàng được thông quan và giao cho hãng hàng không, Forwarder tiến hành gửi hóa đơn chi phí dịch vụ cho Công ty TNHH Quốc tế NPI. Các khoản phí bao gồm cước vận chuyển hàng không, phí khai báo hải quan, phí xử lý hàng hóa tại sân bay và các chi phí liên quan khác phát sinh trong quá trình xuất khẩu.

Căn cứ vào bảng kê chi phí và hóa đơn do FWD cung cấp, bộ phận kế toán của công ty tiến hành kiểm tra, đối chiếu thông tin và thực hiện thanh toán theo thỏa thuận

giữa hai bên. Sau khi hoàn tất thanh toán, FWD bàn giao đầy đủ các chứng từ liên quan để công ty lưu trữ và phục vụ đối chiếu khi cần thiết.

Việc khách hàng thanh toán tiền hàng trước giúp công ty chủ động hơn về nguồn vốn để chi trả các chi phí logistics và dịch vụ cho FWD. Đồng thời, thanh toán sau khi hoàn thành dịch vụ giúp doanh nghiệp dễ dàng kiểm tra và đối chiếu các khoản phí thực tế phát sinh.

Chi phí dịch vụ của FWD có thể phát sinh thêm ngoài dự kiến như phí lưu kho, phụ phí sân bay hoặc phí xử lý chứng từ, làm tăng tổng chi phí xuất khẩu. Ngoài ra, nếu việc đối chiếu chi phí không được thực hiện kỹ lưỡng có thể dẫn đến sai sót trong thanh toán.

2.3.2.9 Bước 9: Theo dõi tình hình đơn hàng và cập nhật thông tin đơn hàng cho khách và giải quyết khiếu nại nếu có

Trách nhiệm: Nhân viên kinh doanh và Forwarder

Tài liệu liên quan – hồ sơ – biểu mẫu: Báo cáo theo dõi đơn hàng

Mô tả công việc cụ thể:

Sau khi hàng được vận chuyển, doanh nghiệp tiếp tục theo dõi tình trạng lô hàng thông qua hệ thống của hãng hàng không hoặc forwarder. Các thông tin về lịch trình bay, thời gian đến và tình trạng giao hàng được cập nhật thường xuyên và thông báo cho khách hàng.

Trong trường hợp phát sinh sự cố như chậm chuyển, hư hỏng hàng hóa hoặc sai lệch chứng từ, công ty chủ động phối hợp với các bên liên quan để xử lý kịp thời. Đồng thời, doanh nghiệp tiếp nhận và giải quyết các khiếu nại từ khách hàng (nếu có), đảm bảo duy trì uy tín và mối quan hệ hợp tác lâu dài.

Hoạt động theo dõi đơn hàng giúp doanh nghiệp kiểm soát tốt quá trình vận chuyển và kịp thời xử lý các sự cố phát sinh. Việc giải quyết khiếu nại nhanh chóng và hiệu quả góp phần nâng cao mức độ hài lòng của khách hàng, củng cố uy tín và duy trì quan hệ hợp tác lâu dài.

Quá trình này đòi hỏi doanh nghiệp phải bố trí nguồn nhân lực theo dõi thường xuyên, dẫn đến gia tăng chi phí quản lý. Ngoài ra, việc xử lý khiếu nại, đặc biệt là các

tranh chấp quốc tế, có thể phức tạp và kéo dài, gây ảnh hưởng đến hình ảnh và hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

2.3.2.10 Bước 10: Đánh giá và lưu trữ

Trách nhiệm: Nhân viên kinh doanh và ban giám đốc

Tài liệu liên quan – hồ sơ – biểu mẫu: Báo cáo tổng kết và hồ sơ lưu trữ

Mô tả công việc cụ thể:

Sau khi hoàn tất đơn hàng, công ty tiến hành tổng hợp và đánh giá toàn bộ quá trình thực hiện. Kết quả đánh giá được sử dụng để rút kinh nghiệm và cải thiện quy trình cho các đơn hàng tiếp theo. Đồng thời, toàn bộ hồ sơ, chứng từ liên quan đến lô hàng được phân loại và lưu trữ theo quy định của doanh nghiệp và pháp luật, phục vụ cho việc kiểm tra, đối chiếu khi cần thiết. Việc lưu trữ khoa học không chỉ giúp nâng cao hiệu quả quản lý mà còn hỗ trợ doanh nghiệp trong việc truy xuất thông tin và xử lý tranh chấp nếu phát sinh trong tương lai.

2.3.3 Minh họa quy trình xuất khẩu cà phê sang Mỹ bằng đường hàng không tại công ty TNHH Quốc tế NPI

Công ty TNHH Quốc tế NPI thực hiện xuất khẩu một lô hàng cà phê rang xay sang Mỹ bằng đường hàng không cho khách hàng là Ca Phe Da Coffee, LCC và thuê Công ty TNHH Thương mại dịch vụ và sản xuất Hoàng Kim để thực hiện các hoạt động giao nhận và hỗ trợ vận chuyển hàng hóa quốc tế. Đơn hàng này sử dụng điều kiện DDU (Delivered Duty Unpaid – Giao hàng chưa nộp thuế) – Incoterms 2000.

2.3.3.1 Bước 1: Đàm phán, ký kết hợp đồng

NPI đàm phán trực tiếp với khách hàng Ca Phe Da Coffee, LCC về chất lượng, giá cả, số lượng, điều kiện giao hàng, phương thức vận chuyển bằng hàng không. Sau khi thống nhất, hai bên ký Hợp đồng xuất khẩu (Sales Contract) và nhân viên kinh doanh sẽ tiến hành lên đơn đặt hàng (PO) gửi cho khách hàng xác nhận sau đó gửi cho bộ phận sản xuất lên kế hoạch sản xuất và sản xuất.

 		PURCHASE ORDER				
		DATE: 17/11/2025	PURCHASE ORDER NO.: NPI-PO-251121-001			
VENDOR INFORMATION						
VENDOR NAME NPI INTERNATIONAL COMPANY LIMITED		SALES PERSON Daisy Nguyen				
ADDRESS Lot 13 B2-52 Hoa Quy, Ngu Hanh Son Ward, Da Nang city, Viet Nam						
CONTACT NO. +84 901120050		EMAIL ADDRESS hien.nguyen@touraneroastery.com				
CUSTOMER INFORMATION						
CUSTOMER NAME Ca Phe Da Coffee, LLC		CONTACT PERSON Ky Nguyen				
ADDRESS 1800 S Carpenter St, Chicago, IL 60608						
CONTACT NO. Tel: 1-609-553-8880		EMAIL ADDRESS				
Item No.	Item	Unit	Quantity	Unit Price	Total	
1	Ca Phe Da Authentic Vietnamese Coffee 12oz	Bag	40	\$ 9.80	\$ 392.00	
2	Whole beans Coffee 2lb	Bag	20	\$ 26.00	\$ 520.00	
3	Instant Coffee - Coconut Cappuccino 2lb	Bag	40	\$ 22.00	\$ 880.00	
5	Instant Coffee - 3in1 2lb	Bag	40	\$ 22.00	\$ 880.00	
Additional Notes:					Subtotal	\$ 2,672.00
Delivery Time: 7-10 Days (Door to door)					Taxes (%)	\$ -
Payment Term: Full payment is required prior to delivery					Discount (%)	\$ -
Details for payment:					Total	\$ 2,672.00
Company name: NPI INTERNATIONAL COMPANY LIMITED					Authorized By	
Address: Lot 13 B2-52 Hoa Quy, Ngu Hanh Son Ward, Da Nang city, Viet Nam						
Bank name: Vietnam Technological and Commercial Joint Stock Bank						
Account Number: 19036258241032						
Swift Code: VTCB VNXX					Thanks For Your Business !	

Hình 2.10 Đơn đặt hàng (PO)

(Nguồn : Phòng kinh doanh Công ty TNHH Quốc tế NPI)

2.3.3.2 Bước 2: Lập kế hoạch sản xuất và sản xuất

Dựa trên đơn hàng đặt vào ngày 17/11/2025 của bộ phận kinh doanh, bộ phận sản xuất và bộ phận kế hoạch & thu mua phối hợp lên kế hoạch số lượng nguyên vật liệu cần sử dụng và tiến hành đặt hàng cho những nguyên liệu thiếu hàng. Đồng thời, nhân viên sản xuất tiến hành rang xay, đóng gói cà phê theo đúng yêu cầu chất lượng và tiêu chuẩn xuất khẩu của Mỹ (thời hạn sử dụng, độ ẩm, không lẫn tạp chất...) và phải sản xuất hoàn thành trước ngày 25/11/2025 để tiến hành gửi hàng vào kho Forwarder.

Bảng 2.8 Bảng kế hoạch nguyên liệu cần sử dụng cho PO-251121-001

ĐƠN HÀNG	TÊN SP	ĐVT	SỐ LƯỢNG (Túi)	NGUYÊN LIỆU (Kg)												KHỐI LƯỢNG (Kg)	BAO BÌ				
				Đường tinh luyện	Non-dairy creamer vana	Foaming powder	Coconut milk powder	Bột CF sly phun	Sodium Carboxy Methylcell ulose	Muối Thái Lan	Neosyl TS	Aspartame - SinoSweet	Hương caramel booster CB-01	Coconut milk SD Flv	Cuốn màng (Stick)		Label	Túi	Hộp Ready	Lon thiếc	Thùng Carton
Capheda 2Pound	Capheda Hòa tan Cappuccino Coconut	Pound	40	13.12	6.6	6.6	6.4	3.28	3.2	0.24	0.12	0.0522	0.24	0.2	40			40	40		1
	Capheda Hòa tan 3in1	Pound	40	Đường tinh luyện	Non-dairy creamer vana	Foaming powder		Bột CF sly phun	Sodium Carboxy Methylcell ulose		Neosyl TS	Aspartame - SinoSweet	Hương caramel booster CB-01	Coffee Flavour IB-472-32 2-8							
		Pound	40	13.12	6.6	7.2		4	3.18		0.417642	0.052205	1.044104	2.262226	38		40	40		1	
	Capheda - Whole Bean Coffee	Pound	20	Arabica Washed						Robusta Honey											
				3.63						14.51						18.14		20	20		1
	Capheda - Ground Coffee	Pound	40	Arabica Washed						Robusta Honey											
				7.26						29.03						36.29		40	40		2
TỔNG NGUYÊN LIỆU (Kg)				Robusta Honey	Arabica Washed	Bột CF American o sáy	Coffee Flavour IB-472-32 2-8	Đường tinh luyện	Non-dairy creamer vana	Foaming powder	Coconut milk powder	Bột CF sly phun	Sodium Carboxy Methylcell ulose	Muối Thái Lan	Neosyl TS	Aspartame SinoSweet	Hương caramel booster CB-01	Coconut milk SD Flv	132.358		
				43.540	10.890	7.280	2.262	26.240	13.200	13.800	6.400	7.280	6.380	0.240	0.538	0.104	1.284	2.462			
	Thực tế tồn kho		465	240.5	40.6	0.8	274.8	115.6	15	354			49.8	14.8							
	Khối lượng cần order thêm				1.462						7.280	6.380			0.104	1.284	2.462				

(Nguồn : Phòng kế hoạch và thu mua Công ty TNHH Quốc tế NPI)

Bảng 2.9 Kế hoạch sản xuất và đánh giá mức độ hoàn thành

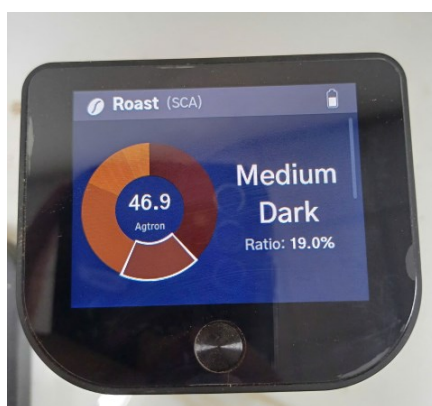
STT	Công đoạn	Tên sản phẩm	Số lượng	Ngày bắt đầu	Ngày hoàn thành dự kiến	Mức độ hoàn thành
1	Kiểm tra tồn kho nguyên liệu và tiến hành mua nguyên liệu còn thiếu	Tất cả các nguyên liệu cần thiết		17/11/2025	17/11/2025	Hoàn thành kiểm tra và tiến hành mua nguyên vật liệu còn thiếu trong ngày
2	Rang, xay và đóng gói cà phê	Ca Phe Da Authentic Vietnamese Coffee	40	18/11/2025	19/11/2025	Hoàn thành tốt
3	Rang và đóng gói	Whole beans Coffee 2lb	20	20/11/2025	20/11/2025	Hoàn thành sớm hơn dự kiến
4	Sản xuất cà phê hòa tan	Instant Coffee - Coconut Cappuccino 2lb	40	20/11/2025	22/11/2025	Hoàn thành

5	Sản xuất cà phê hòa tan	Instant Coffee - 3in1 2lb	40	22/11/2025	23/11/2025	Hoàn thành
---	-------------------------	---------------------------	----	------------	------------	------------

(Nguồn : Phòng kế hoạch và thu mua Công ty TNHH Quốc tế NPI)

2.3.3.3 Bước 3: Kiểm tra chất lượng và đóng gói sản phẩm

Bộ phận quản lý chất lượng (QC) phối hợp với bộ phận sản xuất phối hợp kiểm tra chất lượng theo tiêu chuẩn của Mỹ trong quá trình sản xuất và đóng gói hàng hóa. Hàng được đóng gói chân không, hộp carton theo đúng quy cách vận chuyển hàng không, dán nhãn đầy đủ (Product name, origin, net weight, lot number, expiry date...). Trong quá trình kiểm tra có sai phạm gì theo các tiêu chuẩn, QC ngay lập tức thông báo cho bộ phận sản xuất để tiến hành sửa hàng hóa trước khi giao cho công ty Forwarder.



Hình 2.11 Hình ảnh sản phẩm, quy cách đóng gói và đo độ ẩm hạt sau khi rang

(Nguồn: tác giả tổng hợp)

2.3.3.4 Bước 4: Booking Forwarder

Nhân viên kinh doanh sẽ tìm các công ty Forwarder phù hợp để thực hiện dịch vụ giao nhận và hỗ trợ vận chuyển quốc tế, bằng cách gửi thông tin lô hàng bao gồm tên mặt hàng là cà phê hạt và cà phê hòa tan, với khối lượng 110kg, xuất đi Mỹ với điều kiện DDU. Sau đó, các công ty Forwarder sẽ tiến hành báo giá cho nhân viên kinh doanh, nhân viên sẽ tiến hành lập bảng so sánh giá các công ty Forwarder (như bảng 2.8) để lựa chọn công ty có giá và dịch vụ tốt nhất

Bảng 2.10 Bảng so sánh giá của các công ty Forwarder

Tên công ty Forwarder	Giá/kg (đã gồm thuế)	Các thủ tục phát sinh/bill	Phí đóng gói/kiện	Cước nội địa (ước tính)	Tổng chi phí	Lưu ý
Công ty TNHH MTV 369 Logistics	255.000 đ	205.000 đ	100.000 đ	500.000 đ	28.755.000 đ	-Mỗi kiện hàng không vượt qua mức 25kg - Thời gian bay 3-5 ngày - Fedex sẽ báo thuế nhập khẩu giao động từ 30-120usd
Công ty TNHH Air Cargo Logistics Việt Nam	235.000 đ			1.100.000 đ	26.950.000 đ	-Hàng đóng theo thùng carton 25 27kg/ 1 thùng - Thời gian giao hàng 5-7 ngày

Công ty TNHH Thương mại Dịch vụ và Sản xuất Hoàng Kim	244.000 đ			300.000đ	27.140.000 đ	-Cafe hạt phải làm kiểm dịch và các chi phí thuế đầu USA người nhận phải thanh toán - Thời gian giao hàng 3-5 ngày
--	--------------	--	--	----------	-----------------	--

(Nguồn: tác giả tổng hợp)

Sau khi so sánh báo giá và điều kiện từ 4 đơn vị logistics, công ty thấy Hoàng Kim Logistics là một trong những lựa chọn đáng cân nhắc nhất. Công ty có mức giá tổng hợp khá cạnh tranh 27,14 triệu đồng, chỉ cao hơn Air Cargo một chút nhưng thời gian giao hàng nhanh hơn rõ rệt 3-5 ngày so với 5-7 ngày của Air Cargo. So với 369 Logistics với giá 28,755 triệu thì Hoàng Kim rẻ hơn và thời gian cũng tương đương. Doanh nghiệp quyết định thuê Công ty TNHH Thương mại Dịch vụ và Sản xuất Hoàng Kim thực hiện dịch vụ giao nhận và hỗ trợ vận chuyển quốc. sau đó, Forwarder tiến hành đặt chỗ (booking) với hãng hàng không, sắp xếp lịch bay và thông báo thời gian giao hàng.

2.3.3.5 Bước 5: Lập chứng từ, biểu mẫu

Nhân viên kinh doanh chuẩn bị đầy đủ hồ sơ xuất khẩu phục vụ khai báo hải quan và vận chuyển quốc tế theo điều kiện DDU Incoterms 2000. Các chứng từ được kiểm tra kỹ nhằm tránh sai sót khi thông quan. Các bộ chứng từ bao gồm : Commercial Invoice, Packing List, MSDS, FDA, Chứng nhận kiểm kiểm dịch thực vật (phyto), công văn cam kết hãng bay và những chứng từ khác theo yêu cầu của Forwarder. Sau khi Forwarder có đầy đủ chứng từ sẽ tiến hành booking với hãng hàng không và mở vận đơn hàng không (AWB) điện tử.



Hình 2.12 chứng nhận FDA và kiểm dịch thực vật (Phyto)

(Nguồn: Phòng kinh doanh Công ty TNHH Quốc tế NPI)

PACKING LIST Lot 13 B2-52, Ngu Hanh Son Ward, Da Nang City, Viet Nam Phone: +84 901122050 Email: Sales.01@ouranaseasy.com		Date: 11/17/2025 Expiration Date: 12/31/2025 Invoice #: NPI-CPD-20251121 Customer ID: NPI-PS-251121-001	
CUSTOMER Ky Nguyen Ca Phe Da Coffee, LLC 1800 S Carpenter St, Chicago, IL 60608 Tel: 312-485-6986		SHIPMENT Ky Nguyen Ca Phe Da Coffee, LLC 1800 S Carpenter St, Chicago, IL 60608 Tel: 312-485-6986	
SHIPPING DETAILS Freight type: Air freight Est Gross Weight Est Cube Weight		QUANTITY Unit: Carton Quantity: 2 Net Weight: 24 Gross Weight: 32x36x46 Volume: 32x36x46 Subtotal: 117 kg	
TERMS OF SALE AND OTHER COMMENTS As agreement		ADDITIONAL DETAILS Country Origin: Viet Nam Loading Airport: HAN Arrival Airport: ORD Destination: 1800 S Carpenter St, Chicago, IL 60608 Incoterms: DDU I certify the above to be true and correct to the best of my knowledge.	

COMMERCIAL INVOICE Lot 13 B2-52, Ngu Hanh Son Ward, Da Nang City, Viet Nam Phone: +84 901122050 Email: Sales.01@ouranaseasy.com		Date: 11/17/2025 Expiration Date: 12/31/2025 Invoice #: NPI-CPD-20251121 Customer ID: NPI-PS-251121-001	
CUSTOMER Ky Nguyen Ca Phe Da Coffee, LLC 1800 S Carpenter St, Chicago, IL 60608 Tel: 312-485-6986		SHIPMENT Ky Nguyen Ca Phe Da Coffee, LLC 1800 S Carpenter St, Chicago, IL 60608 Tel: 312-485-6986	
SHIPPING DETAILS Freight type: Air freight Est Gross Weight Est Cube Weight		QUANTITY Unit: Bag Quantity: 40 Net Weight: 24 Gross Weight: 32x36x46 Volume: 32x36x46 Subtotal: 117 kg	
TERMS OF SALE AND OTHER COMMENTS As agreement		ADDITIONAL DETAILS Country Origin: Viet Nam Loading Airport: HAN Arrival Airport: ORD Destination: 1800 S Carpenter St, Chicago, IL 60608 Incoterms: DDU I certify the above to be true and correct to the best of my knowledge.	

Hình 2.13 Packing list và Commercial invoice

(Nguồn: Phòng kinh doanh Công ty TNHH Quốc tế NPI)

EXPRESS WORLDWIDE WPX DHL

2025-11-25 09:00L + 1.0 / 70-8831

From: NPI CO., LTD.
Mrs. Hien Nguyen
Lot 13, B2-52 Hoa Quy
Ngũ Hành Sơn Ward, Đà Nẵng City
MSF: 0602055947
HÀ NỘI BA DINH CÔNG VI WARD
Vietnam

Origin: HAN

To: Ca Phe Da Coffee, LLC
Ky Nguyen
1800 S Carpenter St

Contact: Ky Nguyen

60608 CHICAGO Illinois
United States of America

US-ORD-MDW

C

Ref: QP108374942VN

24.0/117.0 kg 1/5

Waybill 91 4898 0763

(2L)US60608+48000001

(J) JD01 4600 0123 6006 3839

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM (Socialist Republic of Vietnam)
Dộc lập (Independence) - Tự do (Freedom) - Hạnh phúc (Happiness)

CỘNG VÂN CAM KẾT
(Indemnity Letter)

Kính gửi (To):
- HAI QUAN CHUYỂN PHÁT NHANH (Express Customs)
- TRUNG TÂM AN NINH HÀNG KHÔNG NỘI BÀI (Air Aviation Security Center)
- KINH TẾ AN NINH HÀNG KHÔNG (ACFTS) (Cargo Wanchuan)
- CTY TNHH CHUYỂN PHÁT NHANH DHL-VNPT (DHL-VNPT Express Co., Ltd)

Công ty chúng tôi (Company): CÔNG TY TNHH QUỐC TẾ NPI
Địa chỉ (Address): Lô 13, B2-52 Hoa Quy, Phường Ngũ Hành Sơn, Thành phố Đà Nẵng, Việt Nam
Giấy phép thành lập số (Business License): 002025947 cấp ngày (issued on): 29/07/2020

Nay chúng tôi có gửi đi (Nước) Hoa Kỳ một lô hàng với nội dung chi tiết tu thế như sau:
We would like to ship a consignment to (Country) USA with details as follow:
Tên hàng (Commodity name): Cà phê hòa tan - dạng bột, Cà phê rang dạng hạt
Số lượng (Quantity): 5 THÙNG CARTON Tổng trọng lượng 110 kg
Mục đích xuất hàng (Purpose of Export): Thương mại
Số vận đơn (DHL EAWB): 9148980763
Thông tin khác như nhãn hiệu/trau mồi/đóng gói... v.v (other information such as brand/model/capacity... etc):

Chúng tôi xin cam kết nội dung của lô hàng trên không phải là hàng quốc cấm hoặc cấm vận chuyển hàng đường hàng không, không chứa chất nổ hoặc chất cháy nổ, không phải là hàng pin lithium đã bị lỗi (bị rơi vỡ (còn mức dưới 30% đối với ruột pin mới), không phải điện thoại di động Samsung Note 7 Vivo Y20, không phải máy sạc sạc tay Apple là viên pin... phần vỏ máy (MSDS/SDS) được kèm theo cùng với lô hàng này và nội dung như sau: Nếu có bất kỳ sự cố xảy ra, chúng tôi xin chịu hoàn toàn trách nhiệm với nội dung khai báo trên.
We hereby declare that the content of shipment are not prohibited or prohibited to be transported by air, not contains corrosive/ acids/ infectious/ radioactive/ explosive substance or anyone, not defective recalled lithium cell/ batteries (each stand alone cell/ battery has its capacity less than 30%), not Samsung Note 7 Vivo Y20 mobile phones, not recalled Apple laptops... enclosed Materials Safety Data Sheet (MSDS/SDS) is avoid by the manufacturer. If there is any hour happened, we shall take full responsibility for our declaration as above. (*)
Kính mong Quý cơ quan tạo điều kiện thuận lợi cho chúng tôi gửi lô hàng này.
We are looking for your support to forward this shipment smoothly.

Xin trân trọng cảm ơn.
Thank you very much.

(Ký tên, đóng dấu) của đơn vị (Company name)
(Ký tên, đóng dấu) của đơn vị pháp lý (Legal Endorsement)
CÔNG TY TNHH QUỐC TẾ NPI
Nguyễn Thị Minh Kiều

(*) Nội dung của hàng hóa được người gửi hàng khai báo và những thông tin khác, quan hệ đến vận chuyển.
(*) To be declared by the Shipper in details of the shipment contents and concerned information should be declared.

Hình 2.14 Vận đơn hàng không (AWB)

(Nguồn: Công ty TNHH Thương mại dịch vụ và sản xuất Hoàng Kim)

NPI
NPI International Co., Ltd

TOURANE
TOURANE

SAFETY DATA SHEET (SDS) / PHIẾU AN TOÀN HÓA CHẤT (SDS)

According to EU Regulation (EC) 1907/2006 (REACH), Regulation (EU) 2020/878 & OSHA Hazard Communication Standard (29 CFR 1910.1200)
Theo Quy định EU (EC) 1907/2006 (REACH), Quy định (EU) 2020/878 & Tiêu chuẩn OSHA HazCom (29 CFR 1910.1200)

1. Identification / Nhận dạng

- Product name / Tên sản phẩm: Instant Coffee / Cà phê hòa tan
- Recommended use / Mục đích sử dụng: Beverage Products/ Dùng làm đồ uống
- Supplier / Nhà cung cấp: Công ty TNHH Quốc tế NPI / NPI International Company Limited
- Address / Địa chỉ: Lô 13, B2-52 Hoa Quy, Ngũ Hành Sơn, Đà Nẵng, Việt Nam
- Phone / SĐT: +84 0901120050
- Email: sales@touraneroastery.com
- Emergency phone / Số điện thoại khẩn cấp: +84 0901120050

2. Hazard Identification / Nhận dạng mối nguy

- Classification (GHS) / Phân loại (GHS): Not classified as hazardous / Không phân loại là sản phẩm nguy hại
- Label elements / GHS nhãn cảnh báo: None required / Không yêu cầu
- Hazard statements / Tuyên bố nguy cơ: Not hazardous / Không nguy hại
- Other hazards / Nguy cơ khác: Dust may cause mild eye irritation / Bụi có thể gây kích ứng nhẹ cho mắt.

3. Composition / Thành phần

- Instant coffee (100%) / Cà phê hòa tan tinh khiết (100%)
- No hazardous ingredients / Không chứa thành phần nguy hại.

4. First-Aid Measures / Biện pháp sơ cứu

- Inhalation / Hít phải: Move to fresh air / Đưa ra nơi thoáng khí.
- Skin contact / Tiếp xúc da: Rinse with water / Rửa bằng nước.
- Eye contact / Tiếp xúc mắt: Rinse with clean water / Rửa mắt bằng nước sạch.
- Ingestion / Nuốt phải: Safe as food / An toàn khi dùng như thực phẩm.

NPI International Co., Ltd
www.Touraneroastery.com

Lô 13, B2-52 Hoa Quy, Ngũ Hành Sơn Ward, Đà Nẵng

CS được quét bằng CamScanner

Hình 2.15 Phiếu an toàn hóa chất (MSDS)

(Nguồn: Phòng quản lý chất lượng Công ty TNHH Quốc tế NPI)

2.3.3.6 Bước 6: Làm thủ tục hải quan xuất khẩu

Forwarder thay mặt doanh nghiệp tiến hành khai báo hải quan điện tử, nộp bộ chứng từ và thực hiện các thủ tục thông quan, mở tờ khai hải quan cho lô hàng cả phê xuất khẩu bằng đường hàng không. Sau khi các điều kiện về thuế và chính sách hàng hóa được thỏa mãn, hệ thống sẽ chuyển trạng thái tờ khai thành Thông quan (Phụ lục – Hình 1,2,3,4) . Lúc này, hệ thống Hải quan sẽ tự động tạo ra bản "Danh sách hàng hóa đủ điều kiện qua khu vực giám sát" này kèm theo mã vạch. Mã vạch trên tờ giấy này chứa đựng toàn bộ thông tin đã được Hải quan phê duyệt. Khi Forwarder mang hàng đến kho DHL, nhân viên kho chỉ cần quét mã này là thấy lệnh cho phép xuất hàng trên hệ thống của họ.

ECUS5-VNACCS 2018 (Electronic Customs Service) Version: 6.0.219 Lastupdate: 16/03/2026 (Professional Version) - [Tờ khai xuất khẩu - Export declaration]

Hệ thống | Loại hình | Tờ khai hải quan | Hóa đơn | Nghiệp vụ khác | Số quyết toán | Kế toán kho | Bảo cáo | Tiện ích | Dịch vụ công | Danh mục | Cửa sổ

Trạng thái: **Đã thông quan**
Phản hưởng: ☒ Xanh ☐ Vàng ☐ Đỏ

1. Lấy thông tin tờ khai từ Hải quan (EDB)
2. Khai bước thông tin tờ khai (EDA)
3. Khai chính thức tờ khai (EDC)
4. Lấy kết quả phản hưởng, thông quan
5.1 Lấy thông tin tờ khai để sửa (EDD)
5.2 Khai bước thông tin tờ khai sửa (EDA01)
5.3 Khai chính thức tờ khai sửa (EDC)
5.4 Lấy kết quả phản hưởng, thông quan sửa
6. Xem thông tin tờ khai từ Hải quan (IEX)

Hướng dẫn nhập liệu | Thông điệp nghiệp vụ

Thông tin chung | Thông tin Container | Danh sách hàng | Chi phí của Hải quan | Kết quả xử lý tờ khai | Quản lý tờ khai

STT	Số chứng từ	Tên thông điệp	Mã thông điệp	Ngày nhận	Định dạng
1	308009083710	Quyết định thông quan hàng hóa xuất khẩu	VAE1LF0	28/11/2025	Q
2	308009083710	Chứng từ ghi số lệ phí phải thu	VAF8030	28/11/2025	Q

Lấy lại kết quả phản hưởng, thông quan... | Xem thông tin trả về từ HQ... | In thông điệp trả về

Thông tin thuế tờ khai
Tỷ giá tính thuế: 26,138 /USD
Thuế xuất nhập khẩu:
Số tiền giảm thuế xuất khẩu: 0
Thuế tờ khai tổng...

Các nghiệp vụ bổ sung
Đăng ký bổ sung thay đổi thuế (AMA)...
Khai báo danh sách container cho tờ khai...
Lấy mã vạch phương tiện qua khu vực giám sát...

In thông tin tờ khai
In thông tin tờ khai Hải quan...
Quản lý thông tin tờ khai Hải quan...

Tra cứu thông tin tờ khai
Tra cứu thông tin tờ khai...

Xem tờ khai lưu | Xem tờ khai sửa | EDI_Input | EDI_Output | XML_Input | XML_Output
Đăng ký tờ khai | Hủy tờ khai đã khai báo... | Copy tờ khai

Gửi góp ý... | Tạo TK nộp phí...

Hình 2.16 Khai báo Hải Quan thành công

(Nguồn: Công ty TNHH Thương mại dịch vụ và sản xuất Hoàng Kim)

08:40 29/11/25

Chi cục Hải quan khu vực I
Hải quan Chuyển phát nhanh

Ngày 29 tháng 11 năm 2025

**DANH SÁCH HÀNG HÓA
ĐỦ ĐIỀU KIỆN QUA KHU VỰC GIÁM SÁT HẢI QUAN
Tờ khai không phải niêm phong**

1. Chi cục hải quan giám sát: Hải quan Chuyển phát nhanh - 01DDEC1: KHO DHL - 1
2. Đơn vị XNK: CÔNG TY TNHH QUỐC TẾ NPI
3. Mã số thuế: 0402055947
4. Số tờ khai: 308009083710
5. Trạng thái tờ khai: Thông quan
6. Ngày tờ khai: 28/11/2025 - 28/11/2025
7. Loại hình: Xuất kinh doanh
8. Màu: Xanh
9. Số quản lý hàng hóa: 122500040543982

STT	SỐ LƯỢNG HÀNG (1)	TỔNG TRỌNG LƯỢNG HÀNG (2)	LƯỢNG HÀNG HÓA THỰC TẾ QUA KHU VỰC GIÁM SÁT HẢI QUAN (3)	XÁC NHẬN CỦA CÔNG CHỨC HẢI QUAN (4)
1	5 CARTON	117 Kilogram		

Kết xuất dữ liệu từ: 29/11/2025 08:40 AM

Ghi chú:
- Cột số (1) lấy từ tiêu chí "Số lượng" trên phần "General" của tờ khai hải quan.
- Cột số (2) lấy từ tiêu chí "Tổng trọng lượng hàng" trên phần "General" của tờ khai hải quan.
- Trường hợp hàng hóa được đưa qua KVGs nhiều lần thì đối với từng lần đưa hàng qua KVGs, công chức hải quan thực hiện:
+ Cột số (3): ghi rõ lượng hàng từng lần qua KVGs.
+ Cột số (4): ghi ngày, tháng, năm; ký, đóng dấu công chức.
- Trường hợp giá trị tại cột (1):
+ khác 1 thì theo dõi lượng hàng tại cột (3) tương ứng theo cột (1);
+ bằng 1 thì theo dõi lượng hàng tại cột (3) tương ứng theo cột (2).

Hình 2.17 Biên bản Danh sách hàng hóa đủ điều kiện qua khu vực giám sát

(Nguồn: Công ty TNHH Thương mại dịch vụ và sản xuất Hoàng Kim)

2.3.3.7 Bước 7: Giao cho hãng hàng không

Hàng được vận chuyển từ kho Công ty NPI đến kho Công ty Hoàng Kim, Forwarder tiến hành kiểm tra số lượng, khối lượng, CBM sao cho phù hợp với quy định của hãng hàng không, rồi tiến hành gửi hàng đến kho của hãng hàng không Quốc tế Nội Bài (HAN). Sau khi Hải quan kiểm tra và cân hàng, hãng hàng không quét mã vạch Air Waybill điện tử đã khai trước.

HOANG KIM PRODUCTION AND SERVICES TRADING COMPANY LIMITED
MST: 0104953085
Số 4- P19, khu tập thể 418, Sóc Sơn, Thành phố Hà Nội, Việt Nam
Tel : 0934569819

BIÊN BẢN CÂN ĐO

Lô hàng 55 kiện, cà phê xuất đi USA

CÔNG TY TNHH QUỐC TẾ NPI
Địa chỉ: Lô 13, B2-52 Hoà Quý, Phường Ngũ Hành Sơn, Thành phố Đà Nẵng, Việt Nam
MST : 0402055947
Tel : 0869354942

Hà Nội, ngày 25/11/2025

STT	Tên Hàng	SL kiện	NET (KG)	DIM (cm)	Trọng lượng quy đổi DIM	TL tính cước(KG)	TỔNG (KG)
1	Kiện số (2,3,4)	3	24	32*36*46	11 KG	24	72
2	Kiện số 1	1	20	32*36*46	11kg	20	20
3	Kiện số 5	1	25	32*42*58	16kg	25	25
TỔNG TRỌNG LƯỢNG TÍNH CƯỚC CỦA LÔ HÀNG :							117

Tổng cước phải thanh toán : 117kg *244k =28.548.000 +300.000 (Cước nội địa) +700.000 (Phí lên tờ khai xuất kinh doanh) =29.548.000 vnd

Hình 2.18 Biên bản cân đo hàng hóa của công ty Forwarder

(Nguồn: Công ty TNHH Thương mại dịch vụ và sản xuất Hoàng Kim)

2.3.3.8 Bước 8: Thanh toán và thu hồi chứng từ

Sau khi hàng hóa được thông quan, người nhận cần nộp thuế và làm thủ tục thông quan hoặc cung cấp đầy đủ thông tin cho hãng hỗ trợ thông quan. Sau khi khách hàng thanh toán đầy đủ, hãng DHL sẽ vận chuyển lô hàng đến địa điểm chỉ định của người nhận. Khi khách hàng nhận được hàng hóa, Công ty sẽ tiến hành thanh toán phí dịch vụ, thông quan cho bên Forwarder và lưu giữ các chứng từ liên quan.

[illegible]

Hình 2.19 Hóa đơn giá trị gia tăng

(Nguồn: Phòng kế toán Công ty TNHH Quốc tế NPI)

2.3.3.9 Bước 9: Theo dõi tình hình đơn hàng và cập nhật thông tin cho khách hàng và giải quyết khiếu nại nếu có

NPI phối hợp với Hoàng Kim (Forwarder) theo dõi hành trình chuyến bay, cập nhật tracking number cho khách hàng. Khi hàng đến Mỹ, hỗ trợ khách hàng làm thủ tục thông quan nhập khẩu và nộp thuế. Giải quyết khiếu nại (nếu có)

2.3.3.10 Bước 10: Đánh giá và lưu trữ

Sau khi hoàn thành đơn hàng, bộ phận xuất khẩu đánh giá hiệu quả (thời gian, chi phí, khiếu nại...), lưu trữ toàn bộ hồ sơ chứng từ để phục vụ kiểm toán và các đơn hàng sau.

2.4 Nhận xét quy trình xuất khẩu cà phê tại công ty TNHH Quốc tế NPI

2.4.1 Ưu điểm – Hạn chế

2.4.1.1 Ưu điểm

Quy trình xuất khẩu cà phê sang Mỹ bằng đường hàng không tại Công ty TNHH Quốc tế NPI được xây dựng tương đối bài bản với đầy đủ 10 bước rõ ràng, thể hiện sự chuyên nghiệp trong hoạt động xuất khẩu của doanh nghiệp. Ưu điểm nổi bật nhất của quy trình là việc kiểm soát chất lượng sản phẩm được thực hiện nghiêm ngặt, liên tục từ khâu lập kế hoạch sản xuất, kiểm tra chất lượng nội bộ cho đến đóng gói, giúp sản phẩm cà phê của công ty đáp ứng tốt các tiêu chuẩn khắt khe của thị trường Mỹ như FDA, HACCP và các yêu cầu về dư lượng thuốc bảo vệ thực vật.

Quy trình thể hiện sự phối hợp chặt chẽ giữa các bộ phận Kinh doanh, Sản xuất, QC, Logistics, Tài chính, đặc biệt chú trọng khâu đàm phán hợp đồng chi tiết, lập chứng từ đầy đủ và theo dõi đơn hàng thường xuyên, từ đó giảm thiểu rủi ro tranh chấp, khiếu nại và nâng cao sự hài lòng của khách hàng. Việc thực hiện nghiêm túc các thủ tục hải quan điện tử, chuẩn bị chứng từ xuất khẩu theo đúng quy định quốc tế cùng với bước đánh giá sau mỗi đơn hàng cũng góp phần tạo nền tảng vững chắc cho tính tuân thủ pháp lý và khả năng cải tiến quy trình liên tục, giúp Công ty TNHH Quốc tế NPI dần khẳng định vị thế trên thị trường cà phê cao cấp tại Mỹ.

2.4.1.2 Hạn chế

Quy trình xuất khẩu cà phê sang Mỹ bằng đường hàng không tại Công ty TNHH Quốc tế NPI dù đã được xây dựng khá bài bản với 10 bước rõ ràng, nhưng vẫn tồn tại một số hạn chế cần khắc phục. Hạn chế lớn nhất là chi phí logistics cao do phụ thuộc hoàn toàn vào hình thức vận chuyển hàng không và các khoản phí booking forwarder, xử lý, an ninh sân bay và đóng gói chuyên biệt, dẫn đến giá thành sản phẩm bị đội lên đáng kể và làm giảm khả năng cạnh tranh về giá so với đối thủ.

Nhiều bước trong quy trình vẫn mang tính thủ công cao, đòi hỏi nhiều thời gian và nhân lực đặc biệt ở khâu lập chứng từ, kiểm tra chất lượng, làm thủ tục hải quan và thanh toán, dễ phát sinh sai sót nếu nhân sự chưa được đào tạo bài bản. Mức độ ứng dụng công nghệ số hóa còn hạn chế. Các bộ phận chưa được kết nối trên một hệ thống

quản lý chung, thiếu hệ thống tracking thời gian thực, tự động hóa chứng từ, dẫn đến hiệu quả phối hợp giữa các bộ phận chưa cao.

Công ty hiện vẫn phụ thuộc khá lớn vào các đối tác logistics như forwarder, hãng hàng không và đại lý hải quan trong nhiều khâu quan trọng từ booking chỗ trên chuyến bay, xử lý chứng từ đến khai báo hải quan và theo dõi vận chuyển hàng hóa. Vì chưa chủ động hoàn toàn trong hoạt động logistics quốc tế nên khi xảy ra tình trạng thiếu tải, thay đổi lịch bay, chậm xử lý chứng từ hoặc biến động giá cước, công ty thường gặp khó khăn trong việc kiểm soát tiến độ giao hàng và xử lý kịp thời các vấn đề phát sinh. Đặc biệt vào mùa cao điểm xuất khẩu, các hãng vận chuyển thường ưu tiên khách hàng lớn có sản lượng ổn định, khiến NPI dễ bị động về lịch trình, phát sinh thêm chi phí và gia tăng nguy cơ giao hàng chậm, từ đó ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động và uy tín với khách hàng tại thị trường Mỹ.

Hoạt động sản xuất của công ty còn phụ thuộc nhiều vào nguồn cung nguyên liệu cà phê, trong khi giá cả và sản lượng nguyên liệu thường biến động theo mùa vụ và thị trường. Điều này khiến doanh nghiệp dễ gặp tình trạng thiếu hụt nguyên liệu hoặc gia tăng chi phí đầu vào nếu công tác dự báo chưa chính xác. Điều này không chỉ làm tăng chi phí sản xuất mà còn ảnh hưởng đến tiến độ giao hàng và hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

Quy mô đơn hàng xuất khẩu sang Mỹ của công ty hiện vẫn chưa thật sự đồng đều và ổn định do phụ thuộc nhiều vào nhu cầu thị trường, tính mùa vụ và số lượng đơn đặt hàng từ khách quốc tế. Có thời điểm sản lượng xuất khẩu tăng mạnh nhưng cũng có giai đoạn đơn hàng giảm đáng kể, khiến công ty gặp khó khăn trong việc xây dựng kế hoạch sản xuất, thu mua nguyên liệu và bố trí nguồn lực dài hạn. Việc sản lượng không ổn định cũng làm doanh nghiệp khó đàm phán các hợp đồng vận chuyển dài hạn với forwarder hoặc hãng hàng không để nhận mức giá cước ưu đãi và lịch trình ổn định. Đồng thời, công ty cũng gặp hạn chế trong việc thương lượng với ngân hàng về các chính sách tín dụng hoặc với nhà cung cấp nguyên liệu về mức giá và thời hạn thanh toán do chưa đảm bảo được sản lượng mua bán thường xuyên. Điều này khiến chi phí hoạt động và logistics khó được tối ưu, hiệu quả sử dụng nguồn lực chưa cao và doanh nghiệp khó nâng cao lợi thế cạnh tranh trong dài hạn.

2.4.2 Nguyên nhân

2.4.2.1 Nguyên nhân khách quan

Những hạn chế trong quy trình xuất khẩu cà phê sang Mỹ bằng đường hàng không tại Công ty TNHH Quốc tế NPI trước hết xuất phát từ nhiều yếu tố khách quan của môi trường kinh doanh quốc tế. Về mặt pháp lý, Mỹ là thị trường có các tiêu chuẩn nhập khẩu thực phẩm rất nghiêm ngặt thông qua quy định của FDA và USDA cùng các quy định về an toàn thực phẩm, dư lượng thuốc bảo vệ thực vật và kiểm dịch thực vật, buộc khiến doanh nghiệp phải thực hiện nhiều bước kiểm tra chất lượng, chuẩn bị chứng từ và thủ tục hải quan phức tạp hơn, từ đó làm gia tăng thời gian xử lý và dễ phát sinh sai sót ở các khâu lập chứng từ, thông quan và kiểm định hàng hóa. Chỉ cần một lỗi nhỏ trong hồ sơ cũng có thể khiến lô hàng bị giữ lại để kiểm tra bổ sung, gây phát sinh thêm chi phí lưu kho và ảnh hưởng tiến độ giao hàng. Đây là nguyên nhân giải thích cho hạn chế về quy trình còn phức tạp, phụ thuộc nhiều vào chứng từ và khó kiểm soát tiến độ vận chuyển.

Về yếu tố kinh tế, chi phí logistics quốc tế hiện nay biến động mạnh do giá nhiên liệu, phụ phí an ninh sân bay, phí xử lý và cước vận tải hàng không liên tục tăng. Đặc biệt, vận tải hàng không vốn có chi phí cao hơn rất nhiều so với đường biển nên khi công ty phụ thuộc hoàn toàn vào hình thức này thì giá thành sản phẩm sẽ bị đội lên đáng kể. Đây là nguyên nhân chính làm chi phí logistics cao và khả năng cạnh tranh về giá còn thấp so với nhiều đối thủ trên thị trường. Đồng thời, ngành cà phê xuất khẩu có biên lợi nhuận không quá cao trong khi doanh nghiệp vẫn phải duy trì lượng vốn lưu động lớn để thu mua nguyên liệu, sản xuất và hoàn thiện đơn hàng trước khi xuất khẩu, dẫn đến hiệu quả sử dụng vốn chưa cao và phát sinh chi phí cơ hội.

Về yếu tố công nghệ, mức độ chuyển đổi số trong ngành logistics và xuất khẩu tại Việt Nam hiện vẫn chưa đồng đều. Nhiều doanh nghiệp vừa và nhỏ chưa đủ nguồn lực để đầu tư hệ thống ERP, tracking thời gian thực hay tự động hóa chứng từ. Điều này khiến nhiều công đoạn vẫn phải xử lý thủ công, làm giảm hiệu quả phối hợp giữa các bộ phận và dễ phát sinh sai sót trong quá trình xử lý đơn hàng. Điều này làm hạn chế mức độ ứng dụng công nghệ số hóa còn thấp và quy trình xử lý chứng từ chưa thật sự tối ưu tại công ty.

Ngoài ra, yếu tố văn hóa và thị trường cũng ảnh hưởng đáng kể đến hoạt động xuất khẩu của NPI. Người tiêu dùng Mỹ ngày càng yêu cầu cao về chất lượng, tính minh bạch, chứng nhận an toàn thực phẩm và truy xuất nguồn gốc đối với sản phẩm cà phê nhập khẩu. Điều này buộc doanh nghiệp phải đầu tư nhiều hơn vào khâu kiểm tra chất lượng, bao bì và quản lý sản xuất, làm gia tăng chi phí và kéo dài thời gian xử lý đơn hàng. Đồng thời, văn hóa kinh doanh của thị trường Mỹ đề cao tính đúng hạn và ổn định trong chuỗi cung ứng nên chỉ cần giao hàng chậm hoặc sai sót chứng từ cũng có thể ảnh hưởng đến uy tín doanh nghiệp.

2.4.2.2 Nguyên nhân chủ quan

Từ phía khách hàng, phần lớn khách hàng Mỹ thường yêu cầu giao hàng nhanh, thời gian chính xác và chất lượng sản phẩm đồng đều. Nhiều đơn hàng mang tính gấp rút nên công ty phải ưu tiên vận chuyển bằng đường hàng không để đảm bảo tiến độ, dẫn đến chi phí logistics tăng cao. Đồng thời, số lượng đơn hàng chưa ổn định và còn mang tính mùa vụ khiến công ty khó xây dựng kế hoạch sản xuất và vận chuyển dài hạn, từ đó ảnh hưởng đến khả năng tối ưu chi phí và sử dụng nguồn lực hiệu quả. Vì công ty đang còn hạn chế về quy mô đơn hàng chưa đồng đều và khó đàm phán giá tốt với các đối tác logistics.

Phía đối thủ cạnh tranh, NPI hiện phải cạnh tranh với nhiều doanh nghiệp xuất khẩu cà phê lớn từ Brazil, Colombia và các doanh nghiệp FDI có lợi thế mạnh về vốn, công nghệ và mạng lưới logistics quốc tế. Các doanh nghiệp này thường có sản lượng xuất khẩu lớn nên dễ ký hợp đồng dài hạn với hãng hàng không hoặc forwarder để nhận mức giá cước thấp và lịch trình ổn định hơn. Trong khi đó, quy mô của NPI còn hạn chế nên khả năng cạnh tranh về giá và kiểm soát chi phí logistics chưa cao. Cà phê đầu vào còn phụ thuộc nhiều vào mùa vụ và biến động giá thị trường. Khi giá cà phê tăng hoặc nguồn cung không ổn định, công ty có thể gặp khó khăn trong việc đảm bảo đủ số lượng và chất lượng hàng hóa theo hợp đồng đã ký. Theo Hiệp hội Cà phê – Ca cao Việt Nam (VICOFA), giá cà phê trong nước giai đoạn 2024–2025 đã có thời điểm tăng hơn 40–50% so với năm trước, làm chi phí thu mua nguyên liệu của doanh nghiệp tăng mạnh, yếu tố này làm giảm khả năng cạnh tranh của công ty trên thị trường quốc tế.

Công ty hiện còn phụ thuộc khá nhiều vào forwarder, hãng hàng không và đại lý hải quan trong quá trình booking, xử lý chứng từ và vận chuyển hàng hóa quốc tế. Khi

xảy ra tình trạng thiếu tải, thay đổi lịch bay hoặc chậm xử lý chứng từ, công ty khó chủ động điều chỉnh kế hoạch xuất khẩu. Làm cho công ty hạn chế về khả năng kiểm soát tiến độ vận chuyển và rủi ro trễ chuyến bay còn cao.

Từ phía nhà cung cấp nguyên liệu, nguồn cung cà phê trong nước thường chịu ảnh hưởng lớn bởi mùa vụ, thời tiết và biến động giá cà phê thế giới. Chất lượng nguyên liệu giữa các nhà cung cấp chưa đồng đều nên công ty phải tăng cường khâu kiểm tra chất lượng trước khi sản xuất và xuất khẩu. Điều này làm kéo dài thời gian xử lý đơn hàng, tăng chi phí QC và ảnh hưởng đến tiến độ giao hàng. Đồng thời, việc giá nguyên liệu biến động liên tục cũng khiến doanh nghiệp khó ổn định chi phí sản xuất và hiệu quả sử dụng vốn.

CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN QUY TRÌNH XUẤT KHẨU CÀ PHÊ SANG MỸ BẰNG ĐƯỜNG HÀNG KHÔNG TẠI CÔNG TY TNHH QUỐC TẾ NPI

3.1 Định hướng và mục tiêu

3.1.1 Nghiên cứu và dự báo môi trường kinh doanh

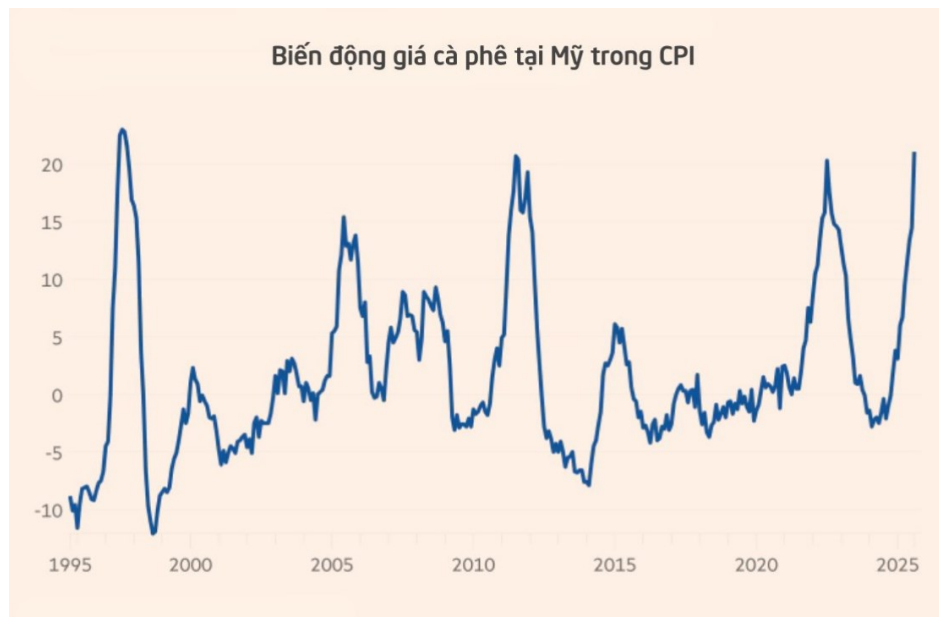
3.1.1.1 Thị trường và nhu cầu tiêu thụ cà phê tại Mỹ

❖ *Thị trường cà phê tại Mỹ*

Mỹ hiện là nước nhập khẩu cà phê lớn nhất thế giới, với tổng giá trị khoảng 9 tỉ đô la năm 2024. Mỹ tiêu thụ và nhập khẩu cà phê lớn nhất thế giới, nhập khẩu hơn 25 triệu bao mỗi năm theo Hiệp hội Cà phê Quốc gia. Về giá trị, Brazil là nguồn cung số một, Việt Nam đứng thứ 8 với 364 triệu đô la, theo World's Top Exports. Về lượng, Việt Nam xếp thứ 3. Theo số liệu Cục Hải quan, tháng 10 vừa qua, Việt Nam xuất khẩu 3.864 tấn cà phê sang Mỹ, trị giá 19,4 triệu đô, nâng 10 tháng lên gần 407 triệu đô từ 74.680 tấn cà phê, tăng 85% về giá trị và 10% về lượng so với cùng kỳ năm ngoái.

Mỹ gần như phụ thuộc hoàn toàn vào nguồn cung bên ngoài. Giá trị nhập khẩu cà phê xanh (green coffee) đạt 7.78 tỷ USD chỉ trong 9 tháng đầu năm 2025, cao hơn đáng kể so với cùng kỳ các năm trước. Năm 2024, tổng giá trị nhập khẩu cà phê xanh khoảng 6.31 tỷ USD. Brazil và Colombia vẫn là hai nguồn cung chính, dù thị trường chịu ảnh hưởng từ chính sách thuế quan áp dụng trong năm 2025.

Theo số liệu mới công bố từ Cục Thống kê Lao động Mỹ, chỉ số giá tiêu dùng (CPI) cho mặt hàng cà phê trong tháng 8 đã tăng tới 21% so với cùng kỳ năm ngoái. Riêng cà phê xay đóng gói tại các siêu thị đã chạm mốc kỷ lục 8,87 USD/pound (khoảng 520.000 VNĐ/kg), mức cao nhất từ trước đến nay.



Biểu đồ 3.1 Biến động giá cà phê tại Mỹ trong CPI giai đoạn năm 1995-2025

(Nguồn: Cục thống kê lao động Mỹ)

Đằng sau làn sóng tăng giá này là sự thiếu hụt nguồn cung nghiêm trọng từ các quốc gia sản xuất chủ lực như Brazil và Việt Nam. Do ảnh hưởng của biến đổi khí hậu, nhiều vụ mùa không thể thu hoạch do thời tiết khắc nghiệt, đã khiến sản lượng cà phê toàn cầu sụt giảm đáng kể trong năm qua. Brazil, quốc gia dẫn đầu thế giới về sản xuất cà phê arabica, loại cà phê cao cấp được ưa chuộng tại Mỹ, đang chứng kiến xuất khẩu sang Mỹ sụt giảm mạnh. Trong 8 tháng đầu năm 2025, lượng cà phê Brazil cập cảng Mỹ đã giảm một nửa so với cùng kỳ, theo dữ liệu từ hãng theo dõi vận tải Vizion. Riêng tháng 8, mức sụt giảm lên tới 75% so với tháng 8/2024.

Vào tháng 7/2025, Brazil - một trong những nước xuất khẩu nhiều cà phê nhất sang thị trường Mỹ - bị ông Trump áp thuế quan đối ứng ở mức cao nhất là 50%. Việt Nam và Colombia - hai nước sản xuất và xuất khẩu cà phê hàng đầu thế giới khác - cũng phải chịu mức thuế đối ứng lần lượt là 20% và 10%. Mỹ nhập khẩu hơn 99% lượng cà phê mà nước này tiêu thụ, phần lớn đến từ Brazil - quốc gia chiếm 30,7% tổng lượng nhập khẩu cà phê của Mỹ theo trọng lượng tịnh, theo cơ sở dữ liệu UN Comtrade. Colombia và Việt Nam lần lượt chiếm 18,3% và 6,6%. Sự phụ thuộc lớn vào nguồn cung từ các quốc gia này khiến thị trường cà phê Mỹ dễ bị ảnh hưởng bởi các biến động về thuế quan.

Theo hãng tin CNN, giá cà phê tại các nhà hàng ở Mỹ cũng không nằm ngoài xu hướng tăng. Theo dữ liệu từ Toast, một nhà cung cấp phần mềm quản lý nhà hàng, giá trung bình của một ly cà phê thông thường tại các nhà hàng tại Mỹ trong tháng 8 đã tăng thêm 0,1 USD so với cùng kỳ năm trước, đạt mức trung bình 3,52 USD. Tại Washington DC, giá một ly cà phê nóng thông thường trung bình là 4,21 USD, tăng 4% so với năm ngoái, trong khi giá một ly cà phê lạnh là 5,35 USD, tăng 3,7%. Các nhà rang xay cà phê như Swing's Coffee Roasters, với ba địa điểm tại Virginia và Washington DC, đang phải đối mặt với chi phí cao hơn bình thường. Ông Mark Warmuth, chủ sở hữu công ty này, cho biết thuế quan đã dẫn tới một "tình huống thực sự khó khăn", kết hợp với các yếu tố môi trường và lao động khiến cà phê trở nên đắt đỏ hơn. Ông cảnh báo rằng giá của một ly cà phê có thể tăng thêm khoảng 0,1-0,15 USD nữa. Mặc dù chi phí nhập khẩu hạt cà phê có thể tăng 50%, nhưng điều đó không có nghĩa là giá một ly cà phê cũng sẽ tăng 50%. Người tiêu dùng Mỹ có thể cảm thấy khó chịu với mức giá cà phê mới, nhưng họ cũng khó bỏ thói quen uống cà phê. Cà phê được coi là một loại xa xỉ phẩm có giá cả phải chăng. Dù giá cà phê có tăng từ 3 USD lên 3,5 USD một ly, mức tăng giá đó có thể chưa đủ lớn để khiến người tiêu dùng ở Washington DC ngừng uống cà phê.

❖ Nhu cầu tiêu thụ cà phê tại Mỹ

Theo báo cáo Xu hướng Dữ liệu Cà phê Quốc gia (NCDT) mùa xuân năm 2026 do Hiệp hội Cà phê Quốc gia (NCA) công bố, cà phê tiếp tục được xếp hạng là thức uống phổ biến nhất đối với người trưởng thành ở Mỹ. Gần 195 triệu người trưởng thành ở Mỹ - khoảng 73% dân số trưởng thành - uống cà phê mỗi tuần, duy trì vị trí đứng đầu trong hệ thống phân cấp đồ uống của đất nước.

Tiêu thụ cà phê ở Mỹ thay đổi đáng kể theo khu vực, với các vùng khác nhau của đất nước thể hiện thói quen uống cà phê riêng biệt. Ví dụ, khu vực Đông Bắc có xu hướng tiêu thụ nhiều cà phê hơn bất kỳ khu vực nào khác, với các bang như New York và Massachusetts có tỷ lệ tiêu thụ cà phê bình quân đầu người cao nhất trong cả nước. Ngược lại, miền Nam có xu hướng ưa chuộng đồ uống cà phê truyền thống hơn, chẳng hạn như trà ngọt và cà phê có đường.

Tiêu thụ cà phê ở Mỹ cũng thay đổi theo mức thu nhập, với các hộ gia đình có thu nhập cao hơn có xu hướng tiêu thụ nhiều cà phê hơn các hộ gia đình có thu nhập thấp hơn. Các hộ gia đình có thu nhập trên 50.000 đô la có xu hướng tiêu thụ nhiều cà

phê đặc sản hơn, chẳng hạn như latte và cappuccino, trong khi các hộ gia đình có thu nhập dưới 25.000 đô la có xu hướng thích đồ uống cà phê truyền thống hơn, chẳng hạn như cà phê nhỏ giọt và cà phê hòa tan.

Tiêu thụ cà phê ở Mỹ đang gia tăng, với trung bình người Mỹ tiêu thụ khoảng 2,1 tách cà phê mỗi ngày. Xu hướng này được thúc đẩy bởi nhu cầu ngày càng tăng đối với cà phê đặc sản, bao gồm các sản phẩm cà phê cao cấp và thủ công. Sự trỗi dậy của văn hóa cà phê ở Mỹ cũng kéo theo sự gia tăng các quán cà phê, với nhiều người tiêu dùng tìm kiếm trải nghiệm cà phê độc đáo và chất lượng cao. Do đó, thị trường cà phê Mỹ ngày càng trở nên cạnh tranh, với các cửa hàng và thương hiệu cà phê cạnh tranh để cung cấp các sản phẩm và dịch vụ tốt nhất cho người tiêu dùng.

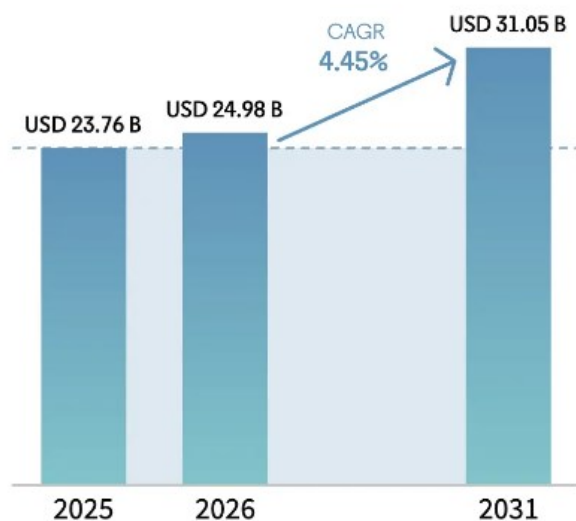
Các loại cà phê phổ biến nhất được tiêu thụ ở Mỹ bao gồm cà phê nhỏ giọt, đồ uống làm từ cà phê espresso và cà phê ủ lạnh. Cà phê nhỏ giọt vẫn là loại cà phê được tiêu thụ rộng rãi nhất ở Mỹ, với nhiều người Mỹ dựa vào máy pha cà phê nhỏ giọt tự động để pha cốc hàng ngày của họ. Đồ uống làm từ cà phê espresso, chẳng hạn như latte và cappuccino, cũng rất phổ biến, đặc biệt là đối với những người tiêu dùng trẻ tuổi thường xuyên đến các quán cà phê và quán cà phê. Cà phê ủ lạnh cũng đã trở nên phổ biến trong những năm gần đây, với nhiều người tiêu dùng tìm kiếm hương vị ngọt ngào và ít axit của nó.

Xu hướng tiêu thụ cà phê hiện tại ở Mỹ cũng phản ánh sự chuyển đổi sang các hoạt động bền vững và thân thiện với môi trường hơn. Nhiều người tiêu dùng đang tìm kiếm các sản phẩm cà phê được chứng nhận là thương mại công bằng, hữu cơ hoặc có nguồn gốc bền vững. Ngoài ra, có một xu hướng ngày càng tăng đối với việc giảm chất thải và tăng cường tái chế trong ngành cà phê, với nhiều cửa hàng và thương hiệu cà phê thực hiện các sáng kiến để giảm tác động đến môi trường. Nhìn chung, xu hướng tiêu thụ cà phê hiện tại ở Mỹ phản ánh một thị trường phức tạp và năng động, với người tiêu dùng tìm kiếm các sản phẩm cà phê chất lượng cao, độc đáo và bền vững.

3.1.1.2 Dự báo môi trường kinh doanh

Quy mô thị trường cà phê Hoa Kỳ đạt 23,76 tỷ USD vào năm 2025 và dự kiến sẽ tăng từ 24,98 tỷ USD vào năm 2026 đạt 31,05 tỷ USD vào năm 2031, tăng trưởng với tốc độ CAGR 4,45%. Sự tăng trưởng này được neo vào việc cao cấp hóa, nhu cầu hộ gia đình phục hồi ngay cả khi giá cà phê arabica tăng vọt do các cú sốc nguồn cung liên

quan đến khí hậu ở Brazil và Việt Nam. Người tiêu dùng ngày càng ưu tiên cà phê có nguồn gốc rõ ràng và tiêu chuẩn bền vững, thúc đẩy phân khúc cà phê đặc sản phát triển. Đồng thời, các thương hiệu DTC và thương mại điện tử gia tăng cạnh tranh, buộc doanh nghiệp đổi mới về sản phẩm, hương vị và bao bì.



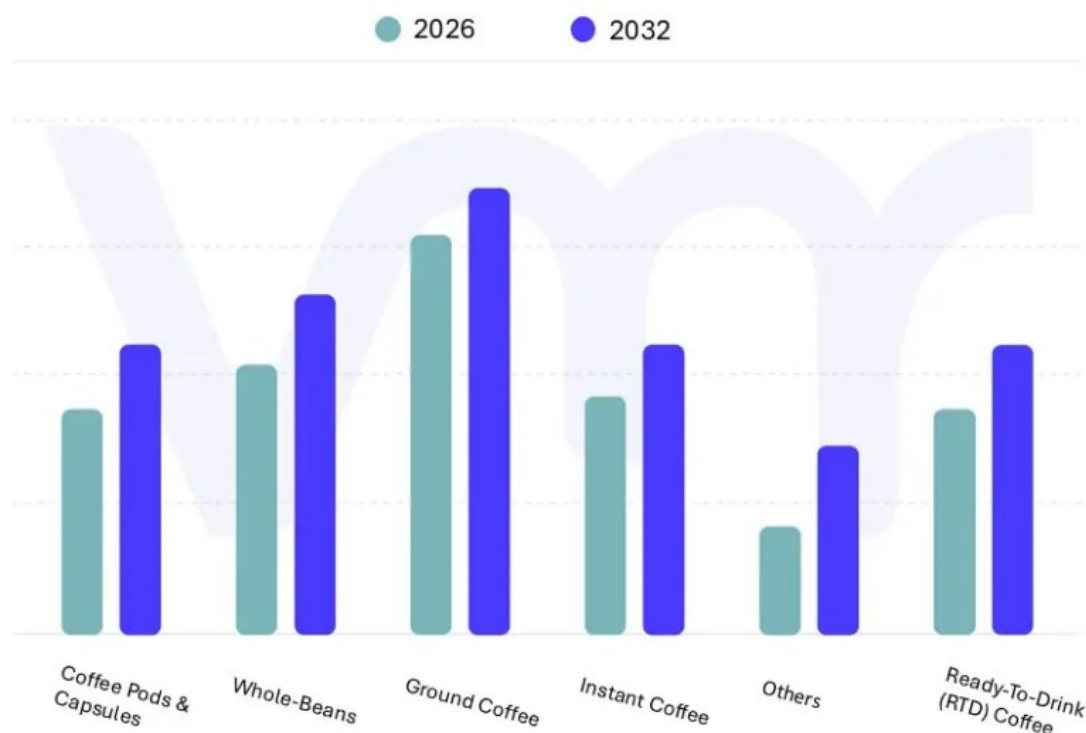
Source: Mordor Intelligence

Biểu đồ 3.2 Quy mô và thị phần cà phê Hoa Kỳ

(Nguồn: Mordor Intelligence)

Dựa trên loại sản phẩm, thị trường cà phê Hoa Kỳ gồm cà phê xay, cà phê hạt nguyên hạt, cà phê pha sẵn (RTD), cà phê hòa tan, cà phê nén, cà phê nguyên hạt và các loại khác. Trong đó, cà phê xay chiếm thị phần lớn nhất với khoảng 39,6% năm 2025, đạt hơn 9,8 tỷ USD nhờ xu hướng pha cà phê tại nhà và nhu cầu sử dụng sản phẩm chất lượng cao, tiện lợi. Phân khúc cà phê hạt nguyên hạt đứng thứ hai, dự kiến chiếm trên 30% doanh số năm 2026 với CAGR khoảng 4,2%, chủ yếu nhờ xu hướng tiêu dùng cà phê “sành điệu”. Bên cạnh đó, cà phê pha sẵn là phân khúc tăng trưởng nhanh nhất với CAGR khoảng 6,0% đến năm 2029 do được giới trẻ ưa chuộng, trong khi cà phê nén và cà phê hòa tan tiếp tục phát triển nhờ tính tiện lợi và cải thiện chất lượng sản phẩm.

U.S. Coffee Market, By Product Type (USD Billion)



Biểu đồ 3.3 Thị trường cà phê tại Mỹ theo loại sản phẩm

(Nguồn: Verified Market Research)

Thị trường cà phê Mỹ dự kiến sẽ tiếp tục phát triển để đáp ứng với sự thay đổi sở thích của người tiêu dùng, tiến bộ công nghệ và điều kiện kinh tế và môi trường thay đổi. Một xu hướng chính được kỳ vọng sẽ định hình tương lai của thị trường cà phê Mỹ là nhu cầu ngày càng tăng đối với các sản phẩm cà phê bền vững và thân thiện với môi trường. Người tiêu dùng ngày càng tìm kiếm các sản phẩm cà phê được chứng nhận là thương mại công bằng, hữu cơ hoặc có nguồn gốc bền vững và các công ty cà phê đang phản ứng bằng cách thực hiện các hoạt động bền vững hơn trong toàn bộ chuỗi cung ứng của họ.

Một xu hướng chính khác dự kiến sẽ định hình tương lai của thị trường cà phê Hoa Kỳ là sự tăng trưởng của doanh số bán cà phê trực tuyến và dịch vụ đăng ký. Khi người tiêu dùng ngày càng cảm thấy thoải mái với việc mua sắm trực tuyến, các công ty

cà phê đang đầu tư vào các nền tảng thương mại điện tử và dịch vụ đăng ký cho phép người tiêu dùng mua các sản phẩm cà phê một cách thoải mái tại nhà riêng của họ. Ngoài ra, sự phát triển của công nghệ cà phê, chẳng hạn như máy pha cà phê và thiết bị pha, dự kiến sẽ tiếp tục, cung cấp cho người tiêu dùng những cách mới và sáng tạo để pha và thưởng thức cà phê của họ. Nhìn chung, tương lai của thị trường cà phê Mỹ có thể được đặc trưng bởi việc tiếp tục tập trung vào tính bền vững, tiện lợi và đổi mới.

Theo báo cáo Coffee: World Markets and Trade của USDA (tháng 12/2025), Mỹ dự kiến tiêu thụ khoảng 23,4 triệu bags (60kg/bag) trong năm marketing 2025/26. Sang năm 2026/27, nhiều phân tích dự báo tiêu thụ sẽ phục hồi nhẹ (tăng khoảng 3-3,6% so với mức suy giảm năm 2025), nhờ lạm phát giảm và nhu cầu ổn định trở lại, đưa mức tiêu thụ quay về gần mức năm 2024.

Thị trường cà phê được thúc đẩy bởi sự kết hợp giữa sở thích của người tiêu dùng ngày càng thay đổi và các thực tiễn đổi mới trong ngành. Người tiêu dùng ngày càng tìm kiếm những hạt cà phê chất lượng cao, có nguồn gốc đạo đức, dẫn đến nhu cầu về hương vị tinh tế và sự hiểu biết sâu sắc hơn về nguồn gốc của cà phê. Quá trình đô thị hóa gia tăng và dân số trẻ ngày càng tăng, đặc biệt là ở các thành phố như Atlanta, Charlotte và Nashville, đang thúc đẩy nhu cầu về trải nghiệm cà phê cao cấp. Hơn nữa, khí hậu ẩm áp và lối sống ngoài trời của khu vực khuyến khích việc tiêu thụ cà phê quanh năm, với các loại cà phê đá và cà phê pha lạnh ngày càng phổ biến. Sự xuất hiện của các quán cà phê và nhà rang xay độc lập phục vụ các khẩu vị cụ thể và cung cấp các loại cà phê pha trộn độc đáo càng thúc đẩy sự tăng trưởng của thị trường.

3.1.2 Định hướng và mục tiêu phát triển của doanh nghiệp trong thời gian tới

3.1.2.1 Mục tiêu và các chiến lược phát triển doanh nghiệp trong thời gian tới

❖ *Mục tiêu phát triển toàn diện*

Trong thời gian tới, Công ty TNHH Quốc tế NPI đặt ra định hướng phát triển khá toàn diện khi không chỉ tập trung vào tăng trưởng kinh doanh mà còn chú trọng đến vị thế thương hiệu, môi trường làm việc và giá trị cộng đồng. Các mục tiêu cốt lõi cho thấy doanh nghiệp đang hướng đến sự phát triển lâu dài thay vì chỉ chạy theo lợi nhuận ngắn hạn.

Về mặt tài chính, công ty đặt mục tiêu tăng trưởng doanh thu mạnh mẽ đi kèm với việc duy trì dòng tiền ổn định và bền vững, NPI không chỉ chú trọng mở rộng quy

mô bán hàng mà còn quan tâm đến khả năng kiểm soát tài chính và hiệu quả vận hành. Trong bối cảnh thị trường cả phê cạnh tranh cao và chi phí nguyên liệu thường xuyên biến động, việc đảm bảo dòng tiền ổn định sẽ giúp doanh nghiệp chủ động hơn trong hoạt động sản xuất, đầu tư và mở rộng thị trường. Đây cũng là nền tảng quan trọng để công ty duy trì tốc độ tăng trưởng trong dài hạn.

NPI hướng đến việc xây dựng vị thế thương hiệu bằng tham vọng trở thành đơn vị sản xuất cả phê hòa tan chất lượng hàng đầu tại Đà Nẵng. Mục tiêu này phản ánh chiến lược cạnh tranh dựa trên chất lượng sản phẩm thay vì chỉ cạnh tranh về giá. Để đạt được điều đó, doanh nghiệp cần tập trung nâng cao năng lực sản xuất, kiểm soát chất lượng nguyên liệu, cải tiến sản phẩm và mở rộng độ nhận diện thương hiệu trên thị trường.

Công ty luôn dành sự quan tâm lớn đến yếu tố con người thông qua mục tiêu xây dựng môi trường làm việc hạnh phúc và chuyên nghiệp, doanh nghiệp nhận thức được vai trò của nhân sự trong quá trình phát triển lâu dài. Một môi trường làm việc tích cực không chỉ giúp nâng cao hiệu suất làm việc mà còn tăng khả năng giữ chân nhân viên, tạo sự gắn kết nội bộ và xây dựng văn hóa doanh nghiệp bền vững. Đây là một trong những yếu tố quan trọng đối với các doanh nghiệp đang trong giai đoạn mở rộng quy mô hoạt động.

NPI với mục tiêu hướng đến trách nhiệm cộng đồng thông qua định hướng “kinh doanh bằng sự tử tế” và tạo ra giá trị thực từ các sản phẩm sạch, doanh nghiệp đang xây dựng hình ảnh thương hiệu gắn liền với sự minh bạch, chất lượng và trách nhiệm xã hội. Trong xu hướng tiêu dùng hiện nay, người tiêu dùng ngày càng quan tâm đến nguồn gốc sản phẩm và giá trị mà doanh nghiệp mang lại cho cộng đồng. Vì vậy, định hướng này không chỉ giúp nâng cao hình ảnh thương hiệu mà còn tạo niềm tin và sự gắn bó lâu dài với khách hàng. Đây là nền tảng quan trọng giúp doanh nghiệp nâng cao năng lực cạnh tranh và hướng đến sự phát triển bền vững trong tương lai.

❖ *Tăng tốc sản phẩm*

Trong giai đoạn sắp tới, Công ty TNHH Quốc tế NPI định hướng triển khai chiến lược tăng tốc sản lượng nhằm mở rộng quy mô hoạt động và nâng cao khả năng cạnh tranh trên thị trường cả phê. Chiến lược này tập trung vào việc phát triển đồng thời hai dòng sản phẩm chủ lực là cả phê hòa tan và cả phê rang xay, qua đó đáp ứng tốt hơn nhu cầu tiêu dùng ngày càng tăng của khách hàng trong và ngoài nước.

Đối với dòng cà phê hòa tan, công ty đặt mục tiêu đạt sản lượng khoảng 9.500 hộp mỗi tháng. Đây được xem là phân khúc tiềm năng nhờ tính tiện lợi, phù hợp với xu hướng tiêu dùng hiện đại. Để thực hiện mục tiêu này, công ty chú trọng đầu tư vào năng lực sản xuất, cải tiến dây chuyền đóng gói và tối ưu quy trình vận hành nhằm nâng cao năng suất cũng như đảm bảo chất lượng sản phẩm ổn định. Đồng thời, doanh nghiệp cũng đẩy mạnh hoạt động marketing và mở rộng hệ thống phân phối để tăng khả năng tiếp cận khách hàng.

NPI cũng tập trung phát triển dòng cà phê rang xay với mục tiêu đạt khoảng 2.500 kg mỗi tháng. Chiến lược này hướng đến nhóm khách hàng yêu thích hương vị cà phê nguyên chất và chất lượng cao. Công ty ưu tiên kiểm soát chặt chẽ nguồn nguyên liệu đầu vào, nâng cao kỹ thuật rang xay và cải thiện chất lượng sản phẩm nhằm tạo sự khác biệt trên thị trường. Việc duy trì song song hai dòng sản phẩm giúp doanh nghiệp đa dạng hóa phân khúc khách hàng và giảm thiểu rủi ro phụ thuộc vào một nhóm sản phẩm duy nhất.

Ngoài việc gia tăng sản lượng, công ty còn áp dụng chiến lược quản trị theo chỉ tiêu hàng tháng nhằm đảm bảo toàn bộ hệ thống vận hành đồng bộ và hiệu quả. Các phòng ban như thu mua, sản xuất, kinh doanh, marketing và logistics đều phải phối hợp chặt chẽ để bám sát kế hoạch đã đề ra. Điều này giúp doanh nghiệp dễ dàng theo dõi tiến độ, kiểm soát hiệu suất hoạt động và kịp thời điều chỉnh khi có biến động từ thị trường.

Nhìn chung, chiến lược mà Công ty TNHH Quốc tế NPI đang áp dụng là chiến lược tăng trưởng tập trung vào mở rộng sản lượng, nâng cao hiệu quả sản xuất và phát triển thị trường. Đây là định hướng quan trọng giúp doanh nghiệp gia tăng doanh thu, nâng cao vị thế thương hiệu và tạo nền tảng cho sự phát triển bền vững trong tương lai.

❖ *Phủ sóng và thâm nhập cà phê hòa tan*

Trong thời gian tới, Công ty TNHH Quốc tế NPI định hướng triển khai chiến lược phát triển cà phê hòa tan theo hướng mở rộng độ phủ thị trường và gia tăng khả năng thâm nhập vào nhiều phân khúc khách hàng khác nhau. Chiến lược này tập trung vào ba định hướng chính gồm mở rộng kênh HORECA và du lịch, tăng cường hiện diện tại hệ thống bán lẻ hiện đại và đổi mới sản phẩm để tiếp cận khách hàng mới.

Một trong những trọng tâm của chiến lược là khai thác kênh HORECA (Hotel – Restaurant – Café) kết hợp với ngành du lịch nhằm mở rộng độ nhận diện thương hiệu

trong phân khúc dịch vụ. Việc phủ sóng sản phẩm tại các resort, khách sạn và điểm lưu trú ở Đà Nẵng giúp doanh nghiệp tận dụng lượng khách du lịch lớn cũng như nhu cầu tiêu dùng cà phê thường xuyên tại các cơ sở lưu trú. Đây là chiến lược quan trọng nhằm gia tăng doanh số ổn định, đồng thời quảng bá sản phẩm trực tiếp đến khách hàng trong và ngoài nước thông qua trải nghiệm thực tế.

NPI cũng đẩy mạnh chiến lược thâm nhập hệ thống bán lẻ hiện đại thông qua việc đưa sản phẩm vào các chuỗi siêu thị lớn như Lotte, Aeon và Go. Việc hiện diện tại các hệ thống phân phối quy mô lớn giúp sản phẩm tiếp cận được lượng khách hàng rộng hơn, nâng cao uy tín thương hiệu và tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường. Đồng thời, kênh bán lẻ hiện đại còn giúp doanh nghiệp dễ dàng triển khai các chương trình quảng bá, khuyến mãi và nghiên cứu hành vi tiêu dùng để điều chỉnh chiến lược kinh doanh phù hợp hơn.

Ngoài mở rộng hệ thống phân phối, doanh nghiệp còn tập trung chú trọng chiến lược đổi mới sản phẩm thông qua việc phát triển dòng Eco packet gồm 8 sticks nhằm tạo ra sản phẩm có mức giá dễ tiếp cận hơn đối với khách hàng mới. Đây được xem là chiến lược đánh vào phân khúc tiêu dùng phổ thông, giúp người tiêu dùng dễ dàng trải nghiệm sản phẩm mà không cần chi trả quá cao. Đồng thời, doanh nghiệp cũng đẩy mạnh hoạt động gia công OEM cho đối tác nhằm tận dụng công suất sản xuất, mở rộng nguồn doanh thu và xây dựng quan hệ hợp tác lâu dài với các doanh nghiệp khác trong ngành.

Chiến lược phát triển cà phê hòa tan của Công ty TNHH Quốc tế NPI thể hiện định hướng mở rộng thị trường theo nhiều kênh phân phối khác nhau, kết hợp với đổi mới sản phẩm và tăng cường hợp tác sản xuất. Chiến lược này không chỉ giúp doanh nghiệp nâng cao độ phủ thương hiệu mà còn tạo điều kiện gia tăng doanh thu và mở rộng tệp khách hàng trong tương lai.

❖ *Xây dựng hình ảnh chất lượng và định vị cà phê rang xay*

Công ty TNHH Quốc tế NPI đang tập trung xây dựng hình ảnh thương hiệu cà phê rang xay theo hướng chất lượng cao và có bản sắc riêng trên thị trường. Thay vì cạnh tranh chủ yếu bằng giá, doanh nghiệp lựa chọn chiến lược tạo giá trị từ chất lượng sản phẩm, sự khác biệt về hương vị và niềm tin của người tiêu dùng.

Điểm nổi bật trong chiến lược này là việc công ty kiên định với định hướng sản phẩm “sạch – không tẩm trộn”. NPI muốn xây dựng lòng tin với khách hàng thông qua

việc cam kết sử dụng nguyên liệu cà phê nguyên chất, hạn chế phụ gia và đảm bảo chất lượng trong quá trình rang xay. Trong bối cảnh người tiêu dùng ngày càng quan tâm đến sức khỏe và nguồn gốc sản phẩm, định hướng này giúp doanh nghiệp tạo được lợi thế cạnh tranh và nâng cao giá trị thương hiệu trên thị trường.

Công ty cũng đẩy mạnh phân khúc cà phê blend nhằm đáp ứng thị hiếu đa dạng của người dùng. Việc phối trộn các dòng hạt khác nhau giúp tạo ra hương vị đặc trưng, phù hợp với khẩu vị của nhiều nhóm khách hàng, đặc biệt là thị trường quán cà phê và người tiêu dùng phổ thông. Đây là hướng đi vừa giúp tăng tính linh hoạt trong sản phẩm, vừa tạo điều kiện để doanh nghiệp mở rộng tệp khách hàng mà vẫn giữ được dấu ấn riêng.

Ngoài dòng blend, NPI còn chú trọng phát triển cà phê Arabica đặc sản là một phân khúc có giá trị cao và đang được thị trường quan tâm mạnh trong những năm gần đây. Doanh nghiệp đang hướng tới nhóm khách hàng yêu cầu cao về chất lượng, hương vị và trải nghiệm thưởng thức cà phê, với chiến lược mục tiêu này giúp công ty nâng tầm thương hiệu và tiếp cận gần hơn với xu hướng tiêu dùng cà phê đặc sản đang phát triển tại Việt Nam cũng như quốc tế.

NPI không chỉ đơn thuần bán sản phẩm cà phê rang xay mà còn đang xây dựng vị thế của một nhà sản xuất cà phê chất lượng cao. Chiến lược này giúp doanh nghiệp tạo sự khác biệt trên thị trường, nâng cao giá trị thương hiệu và hướng đến nhóm khách hàng có nhu cầu ổn định, sẵn sàng chi trả cho các sản phẩm chất lượng tốt.

❖ *Mục tiêu chiến lược Quốc tế theo quy mô container*

Chiến lược quốc tế “Quy mô Container” mà Công ty TNHH Quốc tế NPI dự định triển khai trong thời gian tới là một bước đi rõ ràng, tập trung và mang tính thực tiễn cao trong giai đoạn mở rộng thị trường xuất khẩu. Chiến lược này nhấn mạnh mục tiêu cốt lõi “xuất khẩu theo hình thức Full Container Load (FCL) sang thị trường Mỹ”. Việc lựa chọn FCL thay vì LCL cho thấy NPI đang hướng tới quy mô lớn, ổn định và chuyên nghiệp hóa hoạt động xuất khẩu, giảm chi phí logistics trên mỗi đơn vị sản phẩm và tăng khả năng kiểm soát chất lượng hàng hóa trong suốt hành trình.

Mục tiêu chính của chiến lược là thâm nhập sâu và chiếm lĩnh thị phần tại thị trường Mỹ, một trong những thị trường tiêu dùng lớn nhất thế giới với yêu cầu khắt khe về chất lượng, an toàn thực phẩm và tính bền vững. Việc tập trung vào FCL phản ánh tham vọng xây dựng chuỗi cung ứng ổn định, lâu dài thay vì xuất khẩu nhỏ lẻ, ngắt

quảng. Điều này đòi hỏi NPI phải nâng cao năng lực sản xuất, duy trì nguồn nguyên liệu ổn định và đạt được các chứng nhận quốc tế cần thiết như FDA, USDA, Organic, Fair Trade... để đáp ứng tiêu chuẩn của thị trường Mỹ.

Để thực hiện được mục tiêu trên công ty cần phải tham gia các hội chợ thương mại quốc tế, đây là kênh quan trọng để NPI tiếp cận trực tiếp khách hàng tiềm năng, giới thiệu sản phẩm, xây dựng thương hiệu và tìm hiểu xu hướng tiêu dùng tại chỗ. Việc xuất hiện tại các hội chợ lớn như Fancy Food Show, Expo West hay các hội chợ chuyên ngành cà phê tại Mỹ sẽ giúp công ty nâng cao độ nhận diện thương hiệu NPI trên thị trường quốc tế.

Để dễ dàng đạt được mục tiêu đó, công ty cần tăng cường tìm kiếm và thiết lập quan hệ với các đối tác nhập khẩu, đây là yếu tố then chốt quyết định sự thành công hay thất bại của chiến lược FCL. Khác với bán lẻ trực tiếp, mô hình B2B qua nhà bán buôn và nhà phân phối giúp NPI tiếp cận hệ thống phân phối rộng lớn, ổn định lượng hàng và giảm rủi ro tồn kho. Việc xây dựng mối quan hệ lâu dài với các đối tác này không chỉ đảm bảo đơn hàng thường xuyên mà còn hỗ trợ NPI trong việc điều chỉnh sản phẩm theo đúng yêu cầu thị trường. Đây là nền tảng quan trọng để NPI hướng tới mục tiêu trở thành một trong những doanh nghiệp xuất khẩu hàng đầu trong lĩnh vực của mình tại Việt Nam.

3.1.2.2 Định hướng của doanh nghiệp trong thời gian tới

❖ *Tối ưu vận hành và nâng cấp hạ tầng*

Định hướng chiến lược của Công ty TNHH Quốc tế NPI trong thời gian tới tập trung vào hai nhóm giải pháp chính là đồng bộ nâng cấp hạ tầng sản xuất và ứng dụng công nghệ hiện đại. Đây không chỉ là những bước đi cụ thể mà còn là sự chuyển mình cần thiết để công ty phát triển bền vững trong bối cảnh ngành cà phê Việt Nam đang hội nhập sâu rộng.

NPI định hướng di dời xưởng sản xuất sang quy mô lớn hơn nhằm đáp ứng nhu cầu tăng trưởng sản lượng. Việc mở rộng không gian sản xuất sẽ giúp doanh nghiệp khắc phục hạn chế về công suất hiện tại, tối ưu hóa quy trình từ thu mua nguyên liệu, rang xay, đến đóng gói và xuất khẩu. Đồng thời, công ty cũng chú trọng đầu tư máy móc đóng gói tự động với mục tiêu nâng cao năng suất lao động và đảm bảo tính đồng nhất, ổn định chất lượng sản phẩm, một yếu tố then chốt khi xuất khẩu sang các thị trường khó tính như Mỹ, châu Âu và Nhật Bản. Việc nâng cấp hạ tầng và tự động hóa giúp giảm

phụ thuộc vào lao động thủ công, giảm thiểu sai sót, tối ưu chi phí dài hạn và nâng cao khả năng cạnh tranh.

Khi chuyển sang quy mô lớn hơn kết hợp công nghệ hiện đại, công ty không chỉ gia tăng năng lực sản xuất mà còn tạo nền tảng vững chắc để thực hiện tốt hơn cam kết hỗ trợ nông hộ và kiểm soát chất lượng từ nguyên liệu đầu vào. Đây chính là bước đi quan trọng giúp NPI chuyển mình từ một doanh nghiệp sản xuất truyền thống sang mô hình sản xuất hiện đại, chuyên nghiệp, hướng tới mục tiêu khẳng định vị thế trên bản đồ cà phê quốc tế. Việc thực hiện thành công sẽ tạo đà cho sự phát triển lâu dài, giúp NPI không chỉ theo kịp mà còn chủ động thích ứng với những thay đổi mạnh mẽ của ngành cà phê toàn cầu.

❖ *Kinh doanh tử tế và giá trị cộng đồng*

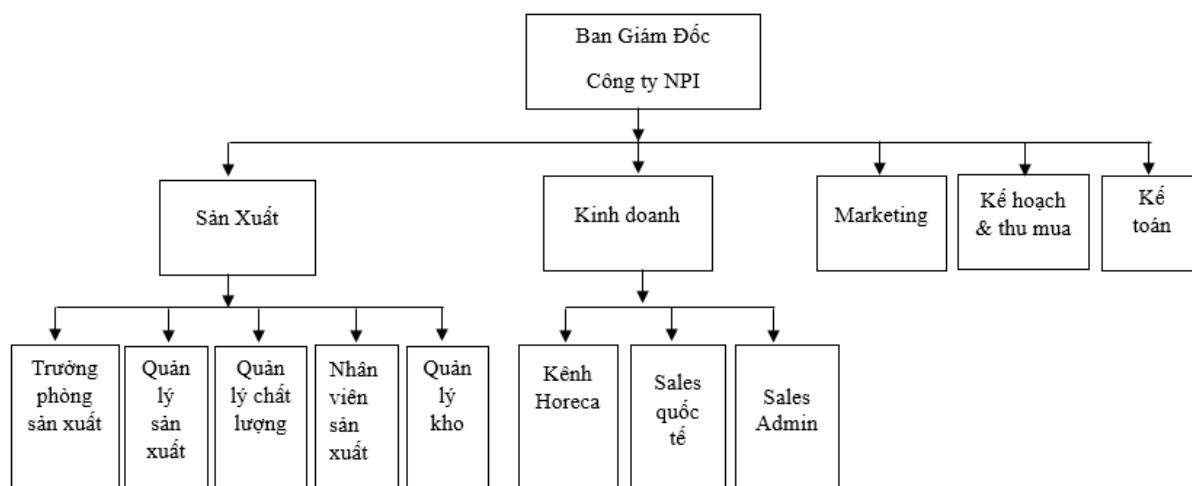
Định hướng “Kinh Doanh Tử Tế & Giá Trị Cộng Đồng” của Công thể hiện rõ cam kết phát triển bền vững không chỉ dừng lại ở lợi nhuận mà còn hướng tới giá trị nhân văn và trách nhiệm xã hội. NPI tập trung vào hai khía cạnh chính là tạo tác động xã hội tích cực và nâng cao tiêu chuẩn, chứng nhận cho sản phẩm. Công ty ưu tiên tạo việc làm nhân văn bằng cách tuyển dụng người khuyết tật vào khâu đóng gói, đồng thời xây dựng môi trường làm việc hạnh phúc thông qua việc cải thiện thu nhập và tạo cơ hội phát triển bản thân cho toàn thể nhân viên. Song song với đó, NPI đẩy mạnh hoàn thiện chứng nhận OCOP, hướng tới danh hiệu “Sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu” và đầu tư R&D phát triển dòng sản phẩm cà phê tốt cho sức khỏe, đáp ứng xu hướng tiêu dùng hiện đại.

Trong bối cảnh khách hàng quốc tế ngày càng quan tâm đến trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR), việc tạo việc làm cho người khuyết tật và xây dựng môi trường làm việc tích cực không chỉ giúp NPI thu hút nhân tài mà còn góp phần xây dựng hình ảnh thương hiệu nhân văn, dễ dàng kết nối với các đối tác tại Mỹ, châu Âu và Nhật Bản. Đồng thời, các chứng nhận OCOP cùng danh hiệu sản phẩm nông thôn tiêu biểu sẽ nâng cao giá trị và khả năng cạnh tranh của sản phẩm trên thị trường trong nước lẫn xuất khẩu, khẳng định chất lượng và nguồn gốc rõ ràng từ nông hộ Việt Nam.

Định hướng này còn là bước đi chiến lược giúp NPI khác biệt hóa so với các đối thủ. Thay vì chỉ tập trung vào tối ưu vận hành và nâng cấp hạ tầng, NPI đã kết hợp xây dựng nền tảng giá trị cốt lõi dựa trên sự tử tế với con người và trách nhiệm với cộng đồng. Sự kết hợp hài hòa giữa phát triển sản phẩm thân thiện với sức khỏe, trách nhiệm

xã hội và các tiêu chuẩn chất lượng sẽ tạo nền tảng vững chắc để công ty phát triển bền vững lâu dài, không chỉ tăng trưởng về quy mô mà còn khẳng định vị thế là một thương hiệu cà phê có trách nhiệm trên bản đồ quốc tế.

❖ *Mở rộng quy mô nhân sự*



Sơ đồ 3.1 Mở rộng cơ cấu nhân sự công ty TNHH Quốc tế NPI

(Nguồn: Ban Giám đốc công ty TNHH Quốc tế NPI)

Định hướng mở rộng quy mô và cơ cấu nhân sự của Công ty TNHH Quốc tế NPI phản ánh bước chuyển mình quan trọng, phù hợp với chiến lược phát triển tổng thể mà công ty đang hướng tới. Hiện nay, bộ máy nhân sự của NPI còn tương đối gọn nhẹ với cấu trúc tập trung quanh Giám đốc và Phó Giám đốc, các bộ phận được phân chia cơ bản theo chức năng. Trong thời gian đến đây, công ty muốn định hướng xây dựng một cơ cấu nhân sự chuyên nghiệp hơn, mở rộng quy mô, đặc biệt tập trung vào các bộ phận then chốt như Sản xuất, Sales và các vị trí hỗ trợ chuyên môn hóa sâu. Việc bổ sung nhân sự không chỉ dừng ở số lượng mà còn hướng tới sự phân công rõ ràng, chuyên sâu hơn.

Điểm đáng chú ý hơn về quy mô cơ cấu của công ty có định hướng tuyển dụng nhân sự thời vụ là người khuyết tật, một trong những điểm nhấn nhân văn và thiết thực nhất trong chiến lược “Kinh doanh Tử Tế & Giá Trị Cộng Đồng”. Thay vì chỉ sử dụng lao động thông thường cho khâu đóng gói, NPI đã chủ động đàm phán và xây dựng mối quan hệ hợp tác với các trung tâm hỗ trợ người khuyết tật để ưu tiên tuyển dụng và tạo việc làm ổn định cho nhóm đối tượng này. Việc làm này không chỉ giúp công ty đảm bảo nguồn nhân lực kịp thời cho sản xuất mà còn thể hiện cam kết trách nhiệm xã hội,

góp phần tạo môi trường làm việc ý nghĩa, nhân văn và hòa nhập. Thông qua hợp tác chặt chẽ với các trung tâm, NPI có thể tuyển chọn những ứng viên phù hợp với công việc, đồng thời hỗ trợ đào tạo và điều chỉnh môi trường lao động để họ phát huy được khả năng. Đây chính là minh chứng rõ nét cho định hướng phát triển bền vững của công ty, vừa tạo giá trị kinh tế vừa mang lại tác động xã hội tích cực, góp phần nâng cao hình ảnh thương hiệu NPI trên thị trường trong nước và quốc tế.

Việc phải mở rộng quy mô những định hướng, mục tiêu cụ thể trong thời gian tới. Khi NPI thực hiện di dời xưởng sang quy mô lớn hơn và đầu tư máy móc đóng gói tự động, khối lượng công việc tại bộ phận sản xuất sẽ tăng mạnh, đòi hỏi đội ngũ Quản lý sản xuất, trưởng phòng sản xuất, quản lý chất lượng cùng nhân viên sản xuất và kho vận đủ mạnh để đảm bảo vận hành ổn định, kiểm soát chất lượng và phát triển sản phẩm mới. Tương tự, việc đẩy mạnh xuất khẩu đòi hỏi bộ phận Sales phải được củng cố để chuyên trách các kênh quốc tế, Horeca và quản trị bán hàng hiệu quả. Mục đích để xây dựng một tổ chức có đủ sức hỗ trợ cho tốc độ tăng trưởng sản lượng, nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm, đồng thời thực hiện tốt các cam kết về chứng nhận OCOP, sản phẩm tốt cho sức khỏe và trách nhiệm xã hội.

3.2 Hoàn thiện quy trình xuất khẩu cà phê sang Mỹ bằng đường hàng không tại Công ty TNHH Quốc tế NPI

3.2.1 Kiểm soát chi phí logistics và vận chuyển

Chi phí logistics cao đang là hạn chế lớn nhất trong quy trình xuất khẩu cà phê sang Mỹ của Công ty TNHH Quốc tế NPI do doanh nghiệp phụ thuộc hoàn toàn vào vận tải hàng không cùng nhiều khoản phụ phí như booking, xử lý, an ninh sân bay và đóng gói chuyên biệt. Vì vậy, công ty cần tập trung tối ưu hoạt động logistics nhằm giảm giá thành sản phẩm và nâng cao khả năng cạnh tranh trên thị trường quốc tế.

Để khắc phục hạn chế này, công ty cần xây dựng mối quan hệ hợp tác dài hạn với một số forwarder và hãng hàng không cố định thay vì booking nhỏ lẻ theo từng lô hàng. Việc ký hợp đồng vận chuyển dài hạn sẽ giúp doanh nghiệp được ưu đãi về giá cước, ổn định lịch bay và giảm rủi ro thiếu tải trong mùa cao điểm. Sau đó, Công ty cần xây dựng kế hoạch giao hàng hợp lý và phối hợp chặt chẽ giữa các bộ phận và Forwarder nhằm tránh phát sinh các chi phí ngoài dự kiến như phí lưu kho, lưu bãi hoặc phí thay đổi lịch bay. Các chứng từ xuất khẩu cũng cần được chuẩn bị đầy đủ và chính xác ngay

từ đầu để hạn chế tình trạng chậm thông quan, vì đây là một trong những nguyên nhân chính làm tăng chi phí logistics.

Ngoài ra, công ty nên kết hợp gom hàng theo nhiều đơn nhỏ thành lô lớn để tối ưu chi phí cước trên mỗi kilogram hàng hóa. Đối với các đơn hàng không yêu cầu quá gấp, công ty có thể nghiên cứu kết hợp vận tải biển, hàng không nhằm giảm đáng kể chi phí logistics nhưng vẫn đảm bảo thời gian giao hàng tương đối nhanh. Công ty cũng nên thường xuyên theo dõi biến động giá cước vận tải hàng không và tình hình thị trường logistics quốc tế để chủ động điều chỉnh kế hoạch xuất khẩu phù hợp

Giải pháp này phù hợp với tình hình tài chính hiện tại của NPI vì không yêu cầu đầu tư quá lớn mà chủ yếu tập trung vào đàm phán và tối ưu hoạt động logistics hiện có. Khi thực hiện tốt, công ty có thể giảm chi phí vận chuyển, ổn định tiến độ giao hàng và nâng cao năng lực cạnh tranh với các đối thủ xuất khẩu cả phe lớn trên thị trường quốc tế.

3.2.2 Chuẩn hóa quy trình xử lý chứng từ và giảm thao tác thủ công

Nhiều công đoạn trong quy trình xuất khẩu hiện nay vẫn được xử lý thủ công như lập invoice, packing list, kiểm tra chất lượng hay khai báo hải quan, khiến doanh nghiệp mất nhiều thời gian và dễ phát sinh sai sót nếu nhân viên chưa có nhiều kinh nghiệm. Vì vậy, công ty cần tập trung chuẩn hóa quy trình làm việc nhằm nâng cao độ chính xác và rút ngắn thời gian xử lý đơn hàng.

Doanh nghiệp nên xây dựng bộ quy trình nghiệp vụ thống nhất cho từng khâu xuất khẩu, đồng thời chuẩn hóa các biểu mẫu chứng từ để các bộ phận sử dụng đồng bộ. Ngoài ra, công ty cần tăng cường đào tạo nhân viên về nghiệp vụ xuất nhập khẩu, kỹ năng xử lý chứng từ và quy định FDA nhằm hạn chế sai sót trong quá trình làm việc. Trong điều kiện nguồn lực tài chính còn hạn chế, công ty có thể ưu tiên triển khai các phần mềm quản lý đơn hàng hoặc lưu trữ chứng từ điện tử quy mô nhỏ trước khi đầu tư hệ thống lớn hơn. Nếu công ty có đủ tài chính, Công ty nên triển khai phần mềm quản lý chứng từ chuyên về xuất khẩu như phần mềm Arito ERP để tự động hóa việc tạo lập các chứng từ chính như Commercial Invoice, Packing List, Certificate of Origin, và các tài liệu liên quan đến FDA. Việc áp dụng giải pháp này sẽ giúp giảm sai sót chứng từ, hạn chế rủi ro chậm thông quan và nâng cao hiệu quả phối hợp giữa các bộ phận trong toàn bộ quy trình xuất khẩu.

3.2.3 Giảm phụ thuộc vào forwarder và nâng cao khả năng kiểm soát tiến độ vận chuyển

Trong bối cảnh thị trường vận tải hàng không quốc tế luôn biến động phức tạp về cả giá cước lẫn lịch trình bay, việc tìm kiếm một cơ chế quản trị rủi ro hiệu quả đối với các bên trung gian là yêu cầu cấp thiết đối với doanh nghiệp với mục tiêu cốt lõi của giải pháp này là giúp doanh nghiệp chủ động kiểm soát trong chuỗi cung ứng xuất khẩu cả phe sang thị trường Mỹ, hướng tới việc thiết lập một cơ chế phối hợp chặt chẽ, minh bạch thông tin giữa doanh nghiệp và các bên trung gian bao gồm đơn vị giao nhận, hãng hàng không và đại lý hải quan.

Công ty nên lựa chọn và ký thỏa thuận hợp tác dài hạn với 1 đến 2 Forwarder có bộ phận hải quan mạnh, uy tín tại sân bay xuất khẩu, đồng thời yêu cầu nhân viên kinh doanh giám sát, kiểm tra lại tờ khai hải quan trước khi nộp chính thức. Việc áp dụng khai báo trước từ 6–8 giờ cũng cần được phối hợp chặt chẽ với Forwarder để đẩy nhanh tiến độ thông quan. Đồng thời, bộ phận logistics cần chủ động booking sớm và theo dõi lịch trình vận chuyển thường xuyên nhằm giảm nguy cơ chậm giao hàng. Việc tăng cường trao đổi thông tin giữa bộ phận chứng từ, logistics và khách hàng cũng rất cần thiết để xử lý nhanh các tình huống phát sinh.

Với giải pháp này, công ty hạn chế được rủi ro pháp lý, nhờ vào thế mạnh của Forwarder đồng thời đảm bảo thời gian thông quan được kiểm soát trong khoảng 4–8 giờ. Đây là giải pháp phù hợp và khả thi nhất trong bối cảnh tần suất đơn hàng xuất khẩu cả phe sang Mỹ của NPI chưa ổn định và chưa đồng đều.

3.2.4 Xây dựng hệ thống dự báo nhu cầu và lập kế hoạch sản xuất dài hạn

Mặt hàng cà phê chịu ảnh hưởng lớn từ yếu tố mùa vụ và biến động giá thị trường, doanh nghiệp cần xây dựng kế hoạch thu mua nguyên liệu dựa trên dự báo nhu cầu xuất khẩu, tiến độ giao hàng và tình hình biến động giá cả phe trong từng thời kỳ. Công ty nên xây dựng hệ thống dự báo nhu cầu và lập kế hoạch sản xuất dài hạn từ 3 đến 6 tháng dựa trên lịch sử đơn hàng. Việc chủ động lập kế hoạch sớm sẽ giúp công ty hạn chế tình trạng thiếu hụt nguyên liệu hoặc phải mua với giá cao vào thời điểm thị trường biến động mạnh. Công ty cũng nên tăng cường hợp tác lâu dài với các nhà cung cấp uy tín nhằm đảm bảo nguồn hàng ổn định cả về số lượng và chất lượng. Việc ký kết hợp đồng

cung ứng dài hạn với các cơ sở thu mua hoặc vùng nguyên liệu sẽ giúp doanh nghiệp chủ động hơn trong hoạt động sản xuất và giảm rủi ro gián đoạn nguồn cung.

Doanh nghiệp cần thường xuyên kiểm tra chất lượng nguyên liệu đầu vào để đảm bảo sản phẩm đáp ứng các tiêu chuẩn xuất khẩu của thị trường Mỹ và những thị trường khác. Công ty cần xây dựng kế hoạch sản xuất cụ thể cho từng đơn hàng, phân bổ hợp lý nguồn nhân lực, thời gian và công suất sản xuất nhằm đảm bảo tiến độ giao hàng. Việc phối hợp chặt chẽ giữa bộ phận kế hoạch, sản xuất và xuất nhập khẩu sẽ giúp hạn chế tình trạng chậm tiến độ hoặc phát sinh sai sót trong quá trình thực hiện đơn hàng. Doanh nghiệp cũng nên xây dựng phương án dự phòng đối với các trường hợp phát sinh như thiếu nguyên liệu, giá đầu vào tăng mạnh hoặc đơn hàng thay đổi đột xuất để giảm thiểu ảnh hưởng đến hoạt động xuất khẩu.

3.2.5 Ổn định quy mô đơn hàng và phát triển khách hàng dài hạn

Quy mô đơn hàng xuất khẩu sang Mỹ hiện chưa ổn định đang khiến công ty gặp khó khăn trong việc đàm phán giá cước với forwarder, thương lượng giá nguyên liệu với nhà cung cấp và xây dựng kế hoạch sản xuất dài hạn. Vì vậy, doanh nghiệp cần tập trung phát triển nguồn khách hàng ổn định để tối ưu chi phí và nguồn lực hoạt động.

Công ty nên ưu tiên xây dựng mối quan hệ lâu dài với các khách hàng có nhu cầu nhập khẩu thường xuyên thông qua việc nâng cao chất lượng sản phẩm, đảm bảo tiến độ giao hàng và cải thiện dịch vụ chăm sóc khách hàng quốc tế. Bên cạnh đó, doanh nghiệp cần đẩy mạnh marketing B2B trên các nền tảng thương mại quốc tế và tham gia hội chợ ngành cà phê để mở rộng mạng lưới đối tác lâu dài. Công ty có thể áp dụng chính sách giá ưu đãi cho khách hàng ký hợp đồng cung ứng dài hạn nhằm ổn định sản lượng xuất khẩu theo từng quý hoặc từng năm. Khi sản lượng xuất khẩu ổn định hơn, doanh nghiệp sẽ có lợi thế tốt hơn trong đàm phán giá cước vận chuyển, giá nguyên liệu và các điều kiện tín dụng với ngân hàng, từ đó nâng cao hiệu quả sử dụng nguồn lực và khả năng cạnh tranh trên thị trường quốc tế.

3.3. Điều kiện và cách thức để thực hiện giải pháp

3.3.1 Điều kiện thực hiện giải pháp

Việc triển khai các giải pháp hoàn thiện quy trình xuất khẩu cà phê sang Mỹ bằng đường hàng không tại Công ty TNHH Quốc tế NPI đòi hỏi phải đáp ứng một số điều kiện quan trọng về tài chính, nguồn lực, tổ chức và chiến lược. Về mặt tài chính, công

ty đang sở hữu nền tảng khá vững chắc và có khả năng hỗ trợ cho việc đầu tư cải tiến quy trình. Cụ thể, tổng tài sản của công ty tăng mạnh từ 3.321 tỷ đồng năm 2023 lên 7.684 tỷ đồng năm 2025 (tăng 131%), trong đó tài sản dài hạn tăng rất ấn tượng từ 1.106 tỷ đồng lên 4.972 tỷ đồng. Vốn chủ sở hữu cũng tăng từ 1.815 tỷ đồng năm 2023 lên 4.716 tỷ đồng năm 2025 (tăng 160%), cho thấy khả năng tự chủ về vốn của công ty ngày càng được củng cố. Doanh thu thuần tăng trưởng mạnh từ 1.991 tỷ đồng năm 2023 lên 5.065 tỷ đồng năm 2025, lợi nhuận gộp tăng từ 553 tỷ đồng lên 1.280 tỷ đồng. Những chỉ số này khẳng định công ty có đủ khả năng bố trí nguồn vốn từ vốn tự có, lợi nhuận giữ lại và một phần vốn vay ngắn hạn để đầu tư vào các giải pháp như mua phần mềm ERP, nâng cấp thiết bị kiểm nghiệm chất lượng, đào tạo nhân sự và nghiên cứu bao bì chuyên dụng mà không gây áp lực lớn đến dòng tiền kinh doanh.

Nguồn lực con người, công ty đã có đội ngũ nhân sự tại các bộ phận Kinh doanh, Sản xuất, Kiểm soát chất lượng, Logistics và Tài chính. Đây là điều kiện quan trọng để triển khai các giải pháp như xây dựng hợp đồng mẫu, chuẩn hóa quy trình chứng từ, đào tạo chuyên sâu về tiêu chuẩn FDA và thực hiện mô hình hợp tác với forwarder. Tuy nhiên, công ty cần bổ sung thêm nhân sự chất lượng cao cho mảng logistics và công nghệ thông tin để đáp ứng yêu cầu chuyển đổi số.

Về tổ chức, sự quyết tâm cao từ Ban Giám đốc cùng với định hướng phát triển xuất khẩu sang thị trường Mỹ là yếu tố then chốt. Ngoài ra, quy mô đơn hàng dù chưa đồng đều nhưng đang tăng trưởng cũng tạo điều kiện để công ty từng bước ký thỏa thuận hợp tác dài hạn với forwarder, ngân hàng và nhà cung cấp nguyên liệu. Những thỏa thuận này không chỉ mang lại điều kiện ưu đãi về giá cước, hạn mức tín dụng và nguồn nguyên liệu ổn định mà còn tạo nền tảng để công ty dần chuyển từ hình thức hợp tác theo từng lô hàng sang quan hệ đối tác chiến lược, từ đó hỗ trợ hiệu quả cho việc triển khai các giải pháp hoàn thiện quy trình xuất khẩu.

Về hạ tầng và công nghệ, hiện tại mức độ mà doanh nghiệp áp dụng công nghệ số vào các hoạt động kinh doanh còn ở mức hạn chế. Hầu hết các quy trình vẫn đang thực hiện theo phương thức thủ công hoặc bán thủ công, sử dụng các phần mềm rời rạc như Microsoft Excel, Word để lập chứng từ, theo dõi đơn hàng chủ yếu qua email và điện thoại, chưa có hệ thống tích hợp quản lý dữ liệu chung giữa các bộ phận. Điều này dẫn đến mất nhiều thời gian, dễ phát sinh sai sót và khó khăn trong việc kiểm soát tiến độ thực tế của từng lô hàng. Tuy nhiên, sự gia tăng mạnh mẽ của tài sản cố định từ 647

tỷ đồng năm 2023 lên 3.710 tỷ đồng năm 2024 (tăng 473%) và tiếp tục tăng lên 4.538 tỷ đồng năm 2025 cho thấy công ty đang trong giai đoạn đầu tư mạnh vào hạ tầng vật chất và có tiềm năng tài chính đáng kể để tiếp tục đầu tư vào hạ tầng công nghệ. Điều này tạo ra điều kiện thuận lợi quan trọng để triển khai các giải pháp số hóa như hệ thống CRM hỗ trợ bộ phận Kinh doanh quản lý khách hàng và đàm phán hợp đồng, module ERP chuyên ngành xuất nhập khẩu để quản lý chứng từ và đồng bộ dữ liệu giữa các bộ phận, hệ thống quản lý kho (WMS) để kiểm soát hàng tồn kho và đóng gói, cũng như hệ thống tracking thời gian thực cho vận chuyển hàng không. Với xu hướng tăng trưởng tài sản và vốn chủ sở hữu hiện nay, công ty hoàn toàn có khả năng đầu tư dần dần vào các giải pháp công nghệ này mà không gây xáo trộn lớn đến hoạt động kinh doanh hiện tại.

3.3.2 Cách thức thực hiện giải pháp

3.3.2.1 Kiểm soát chi phí Logistics và vận chuyển hàng không

Để giảm áp lực chi phí logistics, Công ty TNHH Quốc tế NPI nên triển khai theo từng giai đoạn thay vì thay đổi toàn bộ ngay lập tức nhằm phù hợp với nguồn lực tài chính hiện tại. Trước hết, công ty cần thống kê chi tiết chi phí logistics của các lô hàng xuất khẩu trong khoảng 6–12 tháng gần nhất để xác định khoản chi nào đang chiếm tỷ trọng lớn nhất như cước vận tải, phí handling, phí lưu kho hay phụ phí mùa cao điểm. Sau đó, doanh nghiệp lựa chọn khoảng 2–3 forwarder có tuyến vận chuyển ổn định sang Mỹ để đàm phán hợp đồng hợp tác dài hạn trong vòng 3 tháng đầu. Sau khi ký kết, công ty sẽ xây dựng quy trình lập kế hoạch booking trước 7-10 ngày cho mọi đơn hàng, đồng thời yêu cầu forwarder báo giá định kỳ hàng quý để đàm phán điều chỉnh. Việc duy trì sản lượng ổn định theo tháng hoặc quý sẽ giúp công ty có lợi thế thương lượng về giá cước và lịch bay tốt hơn so với booking nhỏ lẻ từng lô hàng.

Giải pháp này phù hợp với công ty vì không đòi hỏi đầu tư tài sản lớn mà chủ yếu dựa vào khả năng quản lý và đàm phán với đối tác logistics. Nếu triển khai hiệu quả, công ty có thể giảm khoảng 10–20% chi phí logistics trong trung hạn, đồng thời nâng cao khả năng cạnh tranh về giá. Tỷ lệ khả thi của giải pháp này tương đối cao, khoảng 80–85%, vì phụ thuộc chủ yếu vào năng lực thương lượng và kế hoạch xuất khẩu của doanh nghiệp.

3.3.2.2 Chuẩn hóa quy trình xử lý chứng từ và giảm thao tác thủ công

Hiện nay nhiều khâu trong quy trình xuất khẩu vẫn mang tính thủ công và phụ thuộc khá nhiều vào kinh nghiệm cá nhân của nhân viên nên công ty cần chuẩn hóa quy trình làm việc để giảm sai sót và tăng hiệu quả xử lý. Đầu tiên, công ty cần triển khai đồng bộ việc xây dựng quy trình chuẩn hóa và áp dụng công nghệ hỗ trợ trong vòng 9 tháng. Cụ thể, trong 3 tháng đầu công ty sẽ xây dựng bộ quy trình nghiệp vụ chuẩn cho từng bước trong hoạt động xuất khẩu như lập invoice, packing list, khai báo hải quan, kiểm tra chứng từ thanh toán và phối hợp giao hàng. Mỗi bộ phận cần có checklist công việc cụ thể để tránh thiếu sót khi xử lý đơn hàng.

Sau đó triển khai phần mềm quản lý chứng từ xuất khẩu chuyên dụng như Arito EXIM hoặc Bravo ERP module trong 6 tháng tiếp theo, kết hợp tổ chức đào tạo định kỳ cho nhân viên các bộ phận liên quan. các buổi đào tạo nội bộ định kỳ về Incoterms, quy định FDA, kỹ năng xử lý chứng từ và tình huống thực tế trong xuất khẩu hàng không. Do quy mô tài chính của công ty chưa quá lớn, NPI có thể đào tạo theo hình thức nội bộ hoặc mời chuyên gia theo từng chuyên đề ngắn thay vì đầu tư các chương trình đào tạo dài hạn tốn kém. Việc chuẩn hóa nghiệp vụ là cần thiết vì chỉ một sai sót nhỏ trong chứng từ cũng có thể làm chậm thông quan hoặc phát sinh chi phí lớn. Nếu thực hiện tốt, thời gian xử lý chứng từ có thể giảm khoảng 20–30%, đồng thời hạn chế đáng kể lỗi nghiệp vụ trong quá trình xuất khẩu. Giải pháp này có mức độ khả thi rất cao, khoảng 90%, do chi phí triển khai thấp và phù hợp với mô hình hoạt động hiện tại của công ty.

3.3.2.3 Giảm phụ thuộc vào forwarder và nâng cao khả năng kiểm soát tiến độ vận chuyển

Hiện tại công ty còn phụ thuộc khá nhiều vào forwarder, hãng hàng không và đại lý hải quan nên cần nâng cao tính chủ động để hạn chế rủi ro trễ chuyển hoặc thay đổi lịch trình vận chuyển. Cụ thể, công ty sẽ xây dựng quy trình nội bộ kiểm tra hồ sơ chặt chẽ với checklist chi tiết, cử nhân viên logistics giám sát toàn bộ hồ sơ trước khi chuyển cho forwarder và ký thỏa thuận SLA (Service Level Agreement) với các điều khoản rõ ràng về thời gian, trách nhiệm và mức bồi thường khi trễ hàng trong vòng 4 tháng.

Ngoài ra, bộ phận logistics cần chủ động booking sớm trong mùa cao điểm và cập nhật lịch trình vận chuyển thường xuyên thay vì phụ thuộc hoàn toàn vào forwarder cung cấp thông tin. Công ty cũng nên tăng cường trao đổi giữa bộ phận logistics, chứng từ và khách hàng để xử lý nhanh các tình huống phát sinh. Giải pháp này phù hợp với

tình hình công ty vì không yêu cầu đầu tư tài chính lớn mà chủ yếu nâng cao năng lực quản lý và phối hợp nội bộ. Khi áp dụng tốt, tỷ lệ giao hàng đúng tiến độ có thể cải thiện khoảng 15–25%, đồng thời giảm đáng kể rủi ro bị động trong vận chuyển quốc tế. Mức độ khả thi của giải pháp khoảng 80% do vẫn phụ thuộc một phần vào thị trường vận tải hàng không quốc tế.

3.3.2.4 Xây dựng hệ thống dự báo nhu cầu và lập kế hoạch sản xuất dài hạn

Hệ thống dự báo nhu cầu và lập kế hoạch sản xuất dài hạn từ 3 đến 6 tháng là rất phù hợp với công ty xuất khẩu cà phê bởi ngành hàng này chịu ảnh hưởng mạnh từ tính mùa vụ, biến động giá thị trường toàn cầu cùng yêu cầu nghiêm ngặt về chất lượng từ thị trường Mỹ và EU. Việc triển khai hệ thống này là cần thiết để doanh nghiệp chủ động nguồn nguyên liệu, giảm thiểu rủi ro thiếu hụt hoặc phải mua giá cao đột biến, đồng thời nâng cao khả năng giao hàng đúng tiến độ và ổn định hoạt động sản xuất. Để thực hiện, công ty cần thu thập dữ liệu lịch sử đơn hàng trong 3-5 năm qua, kết hợp thông tin giá cà phê thế giới, yếu tố thời tiết và xu hướng thị trường, sau đó xây dựng mô hình dự báo bằng Excel hoặc các công cụ nâng cao như SARIMA, Python với LSTM để thực hiện dự báo hàng tháng. Tiếp theo là ký kết hợp đồng cung ứng dài hạn 6-12 tháng với các vùng nguyên liệu uy tín tại Đắk Lắk, Lâm Đồng, lập kế hoạch sản xuất chi tiết cho từng đơn hàng, phân bổ nguồn lực hợp lý, phối hợp chặt chẽ giữa các bộ phận kế hoạch, sản xuất, xuất nhập khẩu, kiểm soát chất lượng nguyên liệu theo tiêu chuẩn xuất khẩu và xây dựng phương án dự phòng cho các rủi ro phát sinh.

Lý do phải thực hiện như vậy là nhằm giảm chi phí nguyên liệu từ 10-20%, tăng tỷ lệ giao hàng đúng hạn lên 90-95%, hạn chế lãng phí tồn kho và nâng cao lợi nhuận cũng như khả năng cạnh tranh bền vững. Kết quả dự kiến sau 3-6 tháng là giảm tình trạng mua gấp với giá cao từ 15-30%, giảm lãng phí 10-20% và cải thiện đáng kể sự ổn định chuỗi cung ứng. Tỷ lệ thành công có thể đạt 70-85% nếu lãnh đạo cam kết mạnh mẽ, dữ liệu lịch sử tốt và triển khai bài bản, thậm chí lên đến 85-90% sau 1-2 năm tối ưu hóa liên tục.

3.3.2.5 Ổn định quy mô đơn hàng và phát triển khách hàng dài hạn

Để tối ưu chi phí và nâng cao khả năng đàm phán với forwarder, ngân hàng và nhà cung cấp nguyên liệu, công ty cần hướng đến việc ổn định sản lượng xuất khẩu trong dài hạn. Trước tiên, Để khắc phục hạn chế về quy mô đơn hàng chưa đồng đều, công ty cần xây dựng và thực hiện chiến lược phát triển khách hàng trong vòng 24 tháng.

Cụ thể, công ty sẽ củng cố mối quan hệ với khách hàng hiện tại thông qua chăm sóc sau bán hàng định kỳ, ký hợp đồng khung dài hạn 6-12 tháng và đa dạng hóa sản phẩm theo yêu cầu.

Công ty cũng nên mở rộng hoạt động marketing B2B trên các sàn thương mại quốc tế và tham gia hội chợ ngành cả phê để tìm kiếm thêm đối tác nhập khẩu ổn định tại Mỹ. Ngoài ra, doanh nghiệp có thể áp dụng chính sách giá ưu đãi hoặc ký hợp đồng cung ứng dài hạn với khách hàng lớn nhằm duy trì sản lượng xuất khẩu ổn định theo quý hoặc theo năm. Việc thực hiện giải pháp này là cần thiết vì khi sản lượng ổn định hơn, công ty sẽ có lợi thế lớn hơn trong việc thương lượng giá cước vận chuyển, giá nguyên liệu và các điều kiện tín dụng ngân hàng. Nếu triển khai tốt, sản lượng đơn hàng ổn định có thể tăng khoảng 15–25% trong trung hạn và giúp doanh nghiệp tối ưu chi phí hoạt động hiệu quả hơn. Tuy nhiên, do phụ thuộc vào tình hình thị trường và khả năng mở rộng khách hàng nên mức độ khả thi khoảng 70–75%.

KẾT LUẬN

Trong bối cảnh ngành cà phê Việt Nam đang hội nhập sâu rộng và hướng tới xuất khẩu giá trị gia tăng, việc hoàn thiện quy trình xuất khẩu cà phê sang Mỹ bằng đường hàng không tại Công ty TNHH Quốc tế NPI có ý nghĩa thực tiễn quan trọng. Đề tài đã làm rõ thực trạng hoạt động xuất khẩu của doanh nghiệp, chỉ ra những ưu điểm, hạn chế cùng các nguyên nhân khách quan và chủ quan ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh trên thị trường khó tính và đòi hỏi cao nhất thế giới.

Qua nghiên cứu, có thể khẳng định rằng Công ty TNHH Quốc tế NPI đang sở hữu nền tảng nhất định để phát triển xuất khẩu sang Mỹ với tốc độ tăng trưởng doanh thu ấn tượng và sự đầu tư mạnh vào tài sản cố định trong giai đoạn 2023-2025. Tuy nhiên, doanh nghiệp vẫn tồn tại những điểm nghẽn lớn về chi phí, hiệu quả vận hành, quản trị vốn và năng lực cạnh tranh, đặc biệt trong bối cảnh công ty vẫn đang trong giai đoạn lỗ lũy kế.

Trong bối cảnh cạnh tranh toàn cầu ngày càng khốc liệt, việc không ngừng hoàn thiện quy trình kinh doanh và nâng cao năng lực nội tại là yếu tố quyết định sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp. Với định hướng đúng đắn, nguồn lực đang tăng trưởng và sự quyết tâm từ Ban Lãnh đạo, Công ty TNHH Quốc tế NPI hoàn toàn có khả năng khẳng định vị thế vững chắc hơn trên thị trường Mỹ trong những năm sắp tới.

Với kiến thức và kinh nghiệm hạn chế, khóa luận khó tránh khỏi thiếu sót. Tác giả mong nhận được sự góp ý từ thầy cô và bạn đọc để hoàn thiện hơn. Tác giả xin chân thành cảm ơn các thầy cô Trường Đại học Kiến Trúc Đà Nẵng, TS. Phạm Thị Hoàng Mỹ, và cán bộ Công ty TNHH Quốc tế NPI đã hỗ trợ nhiệt tình để hoàn thành khóa luận này.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] <https://vneconomy.vn/bat-chap-gia-lao-doc-xuat-khau-ca-phe-nam-2025-van-lap-ky-luc-tren-8-ty-usd.htm>
- [2] Theo giáo trình Kinh tế học quốc tế (Krugman & Obstfeld, 2009)
- [3] *Bộ công thương trường Cao Đẳng Kinh tế Đối ngoại*, Giáo trình vận tải và giao nhận hàng hóa xuất nhập khẩu
- [4] Giáo trình nghiệp vụ vận tải, giao nhận và bảo hiểm trong thương mại điện tử (2025) - *Trường Cao Đẳng Cơ Điện Hà Nội*
- [5] Giáo trình nghiệp vụ Ngoại thương - *Trường Đại học Ngoại thương*
- [6] Tài liệu hướng dẫn sản xuất cà phê chè (Arabica) bền vững tại Việt Nam (2021) - *Bộ nông nghiệp và phát triển nông thôn*
- [7] Kỹ thuật sản xuất cà phê vối bền vững và tái canh cà phê vối (2018) - *Ban quản lý dự án các nông nghiệp*
- [8] Báo cáo thị trường cà phê - Quý II 2025
- [9] Giáo trình giao nhận vận tải quốc tế - *TS. Ngô Thị Hải Xuân*
- [10] Trung tâm đào tạo Xuất nhập khẩu Lê Ánh (2024) và VNT Logistics (2023)
- [11] Giáo trình kỹ thuật ngoại thương (2005) - *PGS.TS. Đoàn Thị Hồng Vân*
- [12] Giáo trình quản trị xuất nhập khẩu - *GS.TS. Đoàn Thị Hồng Vân - Th.S Kim Ngọc Đạt*
- [13] Trang web Touraneroastery.com
- [14] *2025 NPI's Brochure.pdf*
- [15] Báo cáo thị trường cà phê - Tháng 1 2026

PHỤ LỤC

<EXP>

1/4

Tờ khai hàng hóa xuất khẩu (thông quan)

Số tờ khai308009083710Số tờ khai đầu tiên- / 308009083710

Số tờ khai tạm nhập tái xuất tương ứng

Mã phần loại kiểm tra

Tên cơ quan Hải quan tiếp nhận tờ khai

Ngày đăng ký

Thời hạn tái nhập/ tái xuất

Mã loại hình

Mã số thuế đại diện

Mã bộ phận xử lý tờ khai

Ngày thay đổi đăng ký

28/11/2025 17:05:44

210101

/ /

Người xuất khẩu

Mã

Tên

Mã bưu chính

Địa chỉ

Số điện thoại

0902055947

CÔNG TY TNHH QUỐC TẾ NPI

10000

Lô 13, B2-52 Hoà Quý, Phường Ngũ Hành Sơn, TP Đà Nẵng, Việt Nam

Người ủy thác xuất khẩu

Mã

Tên

Người nhập khẩu

Mã

Tên

Mã bưu chính

Địa chỉ

Mã nước

CA PHE DA COFFEE, LLC

1800 S CARPENTER ST

CHICAGO, IL 60608

UNITED STATES

US

Đại lý Hải quan

Mã nhân viên Hải quan

122500040543982

Số vận đơn

Số lượng

Tổng trọng lượng hàng (Gross)

Địa điểm lưu kho

Địa điểm nhận hàng cuối cùng

Địa điểm xếp hàng

Phương tiện vận chuyển dự kiến

Ngày hàng đi dự kiến

Ký hiệu và số hiệu

122500040543982

5 CT

117 KGM

01000C1 KHO DHL-

USCHI CHICAGO - IL

VNHAH HA NOI

SK0525/25NOV

28/11/2025

Giấy phép xuất khẩu

1

2

3

4

5

Số hóa đơn

Số tiếp nhận hóa đơn điện tử

Ngày phát hành

Phương thức thanh toán

Tổng trị giá hóa đơn

Tổng trị giá tính thuế

Tỷ giá tính thuế

Tổng hệ số phần bổ trị giá

A

- NPI-CPD-20251121

17/11/2025

KC

DDU - USD

USD

-

-

-

Phân loại không cần quy đối VND

Người nộp thuế

Mã xác định thời hạn nộp thuế

Phân loại nộp thuế

Tổng số tiền thuế xuất khẩu

Tổng số tiền lệ phí

VND

Số tiền bảo lãnh

Tổng số trạng của tờ khai

Tổng số dòng hàng của tờ khai

1

2

3

Phương thức thanh toán: TT, NGX: NPI INTERNATIONAL COMPANY LIMITED, xuất khẩu

Số quản lý của nội bộ doanh nghiệp

Số quản lý người sử dụng

00002

Mục thông báo của Hải quan

Tên trưởng đơn vị Hải quan

Ngày hoàn thành kiểm tra

Ngày cấp phép xuất nhập

Thời hạn cho phép vận chuyển bảo thuế (khởi hành)

Địa điểm

Ngày đến

Ngày khởi hành

Thông tin trung chuyển

Địa điểm đích cho vận chuyển bảo thuế

01000C1

28/11/2025

Trưởng Hải quan Chuyển phát nhanh

28/11/2025 17:

28/11/2025 17:

28/11/2025

1

2

3

28/11/2025

/ /

/ /

/ /

/ /

/ /



Hình 1 Tờ khai đã thông quan – Tờ 1/4

(Nguồn: Công ty TNHH Thương mại dịch vụ và sản xuất Hoàng Kim)

Tờ khai hàng hóa xuất khẩu (thông quan)Số tờ khai **308009083710**

Số tờ khai đầu tiên

- /

Số tờ khai tạm nhập tái xuất tương ứng

Mã phân loại kiểm tra

1

Mã loại hình

B11

1

Mã số thuế đại diện

2101

Tên cơ quan Hải quan tiếp nhận tờ khai

HQCPNNH

Mã bộ phận xử lý tờ khai

01

Ngày đăng ký

28/11/2025 17:05:44

Ngày thay đổi đăng ký

/ /

Thời hạn tái nhập/ tái xuất

/ / -

Vanning

Địa điểm xếp hàng lên xe chở hàng

Mã

1 01DDEC1 2 3 4 5

Tên

KHO DHL-

Địa chỉ

Số container

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

29

30

31

32

33

34

35

36

37

38

39

40

41

42

43

44

45

46

47

48

49

50

Chỉ thị của Hải quan

1

Ngày

Tên

Nội dung

2

3

4

5

6

7

8

9

10

*Hình 2 Tờ khai đã thông quan – Tờ 2/4**(Nguồn: Công ty TNHH Thương mại dịch vụ và sản xuất Hoàng Kim)*

Tờ khai hàng hóa xuất khẩu (thông quan)

Số tờ khai **308009083710** Số tờ khai đầu tiên - /
 Số tờ khai tạm nhập tái xuất tương ứng
 Mã phân loại kiểm tra 1 Mã loại hình B11 1 Mã số thuế đại diện 2101
 Tên cơ quan Hải quan tiếp nhận tờ khai HQCPNHN Mã bộ phận xử lý tờ khai 01
 Ngày đăng ký 28/11/2025 17:05:44 Ngày thay đổi đăng ký
 Thời hạn tái nhập/ tái xuất / / -

<01>

Mã số hàng hóa 09012120 Mã quản lý riêng
 Mô tả hàng hóa Cà phê rang xay Cà Phe Da Authentic Vietnamese Coffee, chưa khử chất caffeine, đóng gói 340g/túi, hiệu Tourane Roastery, NSX: NPI INTERNATIONAL COMPANY LIMITED, hàng mới 100%

Trị giá hóa đơn	392	Số lượng (1)	40	UNK
Thuế xuất khẩu		Số lượng (2)	24	KGM
Trị giá tính thuế(S)	10.257.072	Đơn giá hóa đơn	9,8	USD = UNK
Số lượng tính thuế		Trị giá tính thuế(M)	-	
Thuế suất	-	Đơn giá tính thuế	256.426,8	VND UNK
Số tiền thuế	VND			
Số tiền miễn giảm				

Số thứ tự của dòng hàng trên tờ khai tạm nhập tái xuất tương ứng
 Danh mục miễn thuế xuất khẩu -
 Tiền lệ phí Đơn giá Tiền bảo hiểm Đơn giá
 Số lượng Số lượng
 Khoản tiền VND Khoản tiền VND

Mã văn bản pháp luật khác 1 2 3 4 5
 Miễn / Giảm / Không chịu thuế xuất khẩu

<02>

Mã số hàng hóa 09012112 Mã quản lý riêng
 Mô tả hàng hóa Cà phê rang nguyên hạt Whole beans Coffee 2lb. chưa khử chất caffeine, Đóng gói: 2lbs/ túi, hiệu Tourane Roastery, NSX: NPI INTERNATIONAL COMPANY LIMITED, hàng mới 100%

Trị giá hóa đơn	520	Số lượng (1)	20	UNK
Thuế xuất khẩu		Số lượng (2)	24	KGM
Trị giá tính thuế (S)	13.606.320	Đơn giá hóa đơn	26	USD = UNK
Số lượng tính thuế		Trị giá tính thuế (M)	-	
Thuế suất		Đơn giá tính thuế	680.316	VND UNK
Số tiền thuế	VND			
Số tiền miễn giảm				

Số thứ tự của dòng hàng trên tờ khai tạm nhập tái xuất tương ứng
 Danh mục miễn thuế xuất khẩu -
 Tiền lệ phí Đơn giá Tiền bảo hiểm Đơn giá
 Số lượng Số lượng
 Khoản tiền VND Khoản tiền VND

Mã văn bản pháp luật khác 1 2 3 4 5
 Miễn / Giảm / Không chịu thuế xuất khẩu

*Hình 3 Tờ khai đã thông quan – Tờ 3/4**(Nguồn: Công ty TNHH Thương mại dịch vụ và sản xuất Hoàng Kim)*

Tờ khai hàng hóa xuất khẩu (thông quan)

Số tờ khai	308009083710	Số tờ khai đầu tiên	-	/
Số tờ khai tạm nhập tái xuất tương ứng				
Mã phân loại kiểm tra	1	Mã loại hình	B11	1
Tên cơ quan Hải quan tiếp nhận tờ khai		Mã số thuế đại diện		2101
Ngày đăng ký	28/11/2025 17:05:44	Mã bộ phận xử lý tờ khai		01
Thời hạn tái nhập/ tái xuất	/ / -	Ngày thay đổi đăng ký		

<03>

Mã số hàng hóa	21011119	Mã quản lý riêng							
Mô tả hàng hóa	Cà phê hòa tan Instant Coffee - Coconut Cappuccino 21b.Đóng gói: 21lbs/ túi, hiệu Tourane Roastery, NSX: NPI INTERNATIONAL COMPANY LIMITED, hàng mới 100%								
						Số lượng (1)	40	UNK	
						Số lượng (2)	20	KGM	
Trị giá hóa đơn	880					Đơn giá hóa đơn	22	USD	UNK
Thuế xuất khẩu									
Trị giá tính thuế(S)	23.026.080	VND				Trị giá tính thuế(M)	-		
Số lượng tính thuế						Đơn giá tính thuế	575.652	VND	UNK
Thuế suất	-								
Số tiền thuế		VND							
Số tiền miễn giảm									
Số thứ tự của dòng hàng trên tờ khai tạm nhập tái xuất tương ứng									
Danh mục miễn thuế xuất khẩu									
Tiền lệ phí	Đơn giá					Tiền bảo hiểm			
	Số lượng					Đơn giá			
	Khoản tiền				VND	Số lượng			
						Khoản tiền			VND
Mã văn bản pháp luật khác	1	2	3	4	5				
Miễn / Giảm / Không chịu thuế xuất khẩu									

<04>									
Mã số hàng hóa	21011119		Mã quản lý riêng						
Mô tả hàng hóa	Cà phê hòa tan Instant Coffee - 3in1 21b.Đóng gói: 21bs/ túi, hiệu Tourane Roastery, NSX: NPI INTERNATIONAL COMPANY LIMITED, hàng mới 100%								
						Số lượng (1)	40	UNK	
						Số lượng (2)	25	KGM	
Trị giá hóa đơn	880					Đơn giá hóa đơn	22	USD	UNK
Thuế xuất khẩu									
Trị giá tính thuế (S)	23.026.080	VND				Trị giá tính thuế (M)	-		
Số lượng tính thuế						Đơn giá tính thuế	575.652	VND	UNK
Thuế suất									
Số tiền thuế		VND							
Số tiền miễn giảm									
Số thứ tự của dòng hàng trên tờ khai tạm nhập tái xuất tương ứng									
Danh mục miễn thuế xuất khẩu									
Tiền lệ phí	Đơn giá					Tiền bảo hiểm			
	Số lượng					Đơn giá			
	Khoản tiền				VND	Số lượng			
						Khoản tiền			VND
Mã văn bản pháp luật khác	1	2	3	4	5				
Miễn / Giảm / Không chịu thuế xuất khẩu									

Hình 4 Tờ khai đã thông quan – Tờ 4/4

(Nguồn: Công ty TNHH Thương mại dịch vụ và sản xuất Hoàng Kim)

CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

NHẬN XÉT CỦA ĐƠN VỊ THỰC TẬP

1. Thông tin chung

- Họ tên sinh viên: Hà Thị Mỹ Duyên
- Trường: Đại học Kiến trúc Đà Nẵng
- Chuyên ngành: Logistics và quản lý chuỗi cung ứng
- MSSV: 2154050186
- Đơn vị thực tập: Công ty TNHH Quốc Tế NPI
- Vị trí thực tập: Thực tập sinh Logistics.

2. Nhận xét của đơn vị về quá trình thực tập của sinh viên

- Sinh viên luôn có tinh thần học hỏi nghiêm túc, thái độ làm việc tích cực và tuân thủ tốt nội quy của công ty.
 - Sinh viên chủ động tiếp cận được công việc tiếp thu nhanh, có khả năng vận dụng kiến thức đã học vào thực tế.
 - Sinh viên hoàn thành nhiệm vụ tốt, đúng tiến độ.
- Đà Nẵng, ngày 22 tháng 5 năm 2026

Người nhận xét

(Ghi rõ họ và tên, ký và đóng dấu)



Nguyễn Thị Minh Hiền