

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGOẠI THƯƠNG  
KHOA KINH TẾ VÀ KINH DOANH QUỐC TẾ  
CHUYÊN NGÀNH KINH TẾ ĐỐI NGOẠI**

-----\*\*\*-----



## **KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP**

**Tên đề tài:**

**GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN CÁC DOANH NGHIỆP GIAO  
NHẬN VẬN TẢI VỪA VÀ NHỎ CỦA VIỆT NAM**

<b>Họ và tên sinh viên</b>	<b>: <i>Phạm Ngọc Bách</i></b>
<b>Lớp</b>	<b>: <i>Anh 09</i></b>
<b>Khóa</b>	<b>: <i>K44C</i></b>
<b>Giáo viên hướng dẫn</b>	<b>: <i>Thạc Sỹ Phạm Duy Hưng</i></b>

**Hà Nội, tháng 06 năm 2009**

# MỤC LỤC

	Trang
LỜI MỞ ĐẦU.....	01
CHƯƠNG I : TỔNG QUAN VÀ CƠ SỞ LÝ THUYẾT.....	04
1.1. Doanh nghiệp vừa và nhỏ ( DNNVV).....	04
1.1.1. Khái niệm DNNVV.....	04
1.1.2. Đặc điểm của DNNVV.....	08
1.1.3. Vai trò của DNNVV đối với nền kinh tế quốc dân. ....	10
1.1.4 Các chính sách nhà nước liên quan đến hỗ trợ DNNVV.....	13
1.1.5. Các hiệp hội, tổ chức hỗ trợ và xúc tiến phát triển DNNVV tại Việt Nam.....	19
1.2. Vận tải hàng hóa.....	19
1.2.1. Khái niệm vận tải hàng hóa.....	19
1.2.2. Phân loại vận tải hàng hóa.....	19
1.2.3. Vận tải đa phương thức, điều kiện để phát triển ngành dịch vụ giao nhận vận tải.....	20
1.3. Giao nhận trong ngoại thương.....	22
1.3.1 Khái niệm.....	22
1.3.2. Đặc điểm của dịch vụ giao nhận.....	23
1.3.3. Yêu cầu của dịch vụ giao nhận.....	24
1.3.4. Người giao nhận.....	25
1.3.5. Địa vị pháp lý của người giao nhận.....	26
1.3.6. Quyền và nghĩa vụ của người giao nhận.....	28
1.3.7. Mối quan hệ của người giao nhận với các bên liên quan.....	30
1.3.8. Vai trò của người giao nhận trong thương mại quốc tế.....	31
1.3.9. Phạm vi của dịch vụ giao nhận.....	32
1.3.10. Hiệp hội của các doanh nghiệp giao nhận vận tải tại Việt Nam.....	33
1.4. Dịch vụ giao logistics, sự phát triển của dịch vụ giao nhận vận tải.....	33
1.4.1 Định nghĩa sơ lược về dịch vụ logistics.....	33
1.4.2. Những nhà cung cấp dịch vụ logistics.....	33
1.4.3 dịch vụ logistics - sự phát triển cao hơn của dịch vụ	

giao nhận vận tải.....	34
<b>CHƯƠNG II – THỰC TRẠNG CỦA CÁC CÔNG TY</b>	
<b>GIAO NHẬN VẬN TẢI NHỎ VÀ VỪA CỦA VIỆT NAM.....</b>	<b>36</b>
2.1. Tình hình kinh tế Việt Nam cuối năm 2008	
và thị trường giao nhận vận tải của Việt Nam.....	36
2.1.1. Tác động của khủng hoảng kinh tế toàn cầu.....	36
tới nền kinh tế Việt Nam và ngành giao nhận vận tải.	
2.1.2. Việt Nam ra nhập WTO.....	40
2.1.3. Cơ sở hạ tầng giao thông vận tải của Việt Nam.....	45
2.1.4. Quản lý nhà nước về logistics.....	52
2.1.5. Thị trường Logistics và giao nhận vận tải Việt Nam.....	54
2.2. Thực trạng hoạt động kinh doanh của các	
doanh nghiệp giao nhận vừa và nhỏ của Việt Nam.....	56
2.2.1. Vốn.....	57
2.2.2. Trang thiết bị cơ sở vật chất.....	59
2.2.3. Nguồn nhân lực.....	60
2.2.4. Những khó khăn trong hoạt động kinh doanh.....	62
<b>III. GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DOANH NGHIỆP</b>	
<b>GIAO NHẬN VẬN TẢI VỪA VÀ NHỎ Ở VIỆT NAM.....</b>	<b>70</b>
3.1. Giải pháp vĩ mô.....	70
3.1.1. Những đề xuất đối với nhà nước.....	70
3.1.2. Đề xuất về củng cố vai trò của VIFFAS.....	77
3.2. Giải pháp vi mô.....	78
3.2.1. Xác định phương hướng kinh doanh phải	
là nhà cung cấp dịch vụ logistics.....	78
3.2.2. Liên kết.....	79
3.2.3. Giải pháp cho vấn đề thương hiệu.....	86
<b>KẾT LUẬN.....</b>	<b>91</b>
<b>DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO</b>	
<b>DANH MỤC BẢNG BIỂU VÀ SƠ ĐỒ</b>	

# DANH MỤC BẢNG BIỂU VÀ SƠ ĐỒ

	Trang
Bảng 1. Căn cứ xác định doanh nghiệp vừa, nhỏ, siêu nhỏ của EU.....	05
Bảng 2. Căn cứ xác định doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Nhật.....	05
Bảng 3. Căn cứ xác định doanh nghiệp siêu nhỏ ở Nhật.....	06
Bảng 4 : So sánh các chỉ tiêu kinh tế năm 2007 và 2008.....	37
Biểu đồ 1: 5 dịch vụ logistics được thuê ngoài nhiều nhất ở Việt Nam.....	55
Biểu đồ 2 : 5 dịch vụ logistics tiếp tục được thuê ngoài.....	55
Sơ đồ 1: mối quan hệ của người giao nhận với các bên liên quan.....	30

# LỜI MỞ ĐẦU

## **1. Tính cấp thiết của đề tài:**

Vận tải giao nhận là yếu tố không tách rời buôn bán quốc tế. Nói tới buôn bán quốc tế là nói tới giao nhận vận tải. Những năm qua, thực hiện đường lối mở cửa, kim ngạch xuất nhập khẩu, mà đặc biệt là xuất khẩu của Việt Nam không ngừng gia tăng. Hoạt động xuất nhập khẩu không ngừng phát triển đã thúc đẩy dịch vụ vận tải giao nhận phát triển. Kinh doanh vận tải giao nhận hiện nay rất đa dạng và phong phú với nhiều thành phần, nhiều dịch vụ được cung cấp, đáp ứng nhu cầu đặt ra trong vận chuyển của xã hội đặc biệt là hàng hoá xuất nhập khẩu. Song thực tế cho thấy hoạt động vận tải giao nhận ở Việt Nam những năm qua còn tồn tại nhiều bất cập, mà nổi trội là quy mô và hiệu quả của hoạt động. Đa đa số các doanh nghiệp Việt Nam tham gia vào lĩnh vực giao nhận vận tải đều là những doanh nghiệp vừa và nhỏ ( SMEs ). Các doanh nghiệp này phát triển dịch vụ rất đa dạng, phong phú nhưng hiệu quả thì không cao, hiện gặp nhiều khó khăn cũng như còn nhiều điểm tồn tại trong kinh doanh. Vì vậy thực tiễn đòi hỏi cần có một phương hướng và giải pháp phát triển cho các doanh nghiệp giao nhận vận tải vừa và nhỏ của Việt Nam.

## **2. Mục đích của đề tài:**

Đề tài nhằm các mục đích sau đây:

- Chỉ ra những khó khăn cũng như những điểm còn yếu kém của các doanh nghiệp giao nhận vận tải vừa và nhỏ của Việt Nam.
- Trên cơ sở đó, đưa ra một số các giải pháp nhằm phát triển các doanh nghiệp giao nhận vận tải vừa và nhỏ của Việt Nam.

### **3. Đối tượng và phạm vi đề tài :**

- Đối tượng nghiên cứu của đề tài là các doanh nghiệp vận tải giao nhận vừa và nhỏ của Việt Nam.
- Phạm vi nghiên cứu: về mặt thời gian, đề tài sẽ nghiên cứu các doanh nghiệp giao nhận vận tải vừa và nhỏ của Việt Nam trong thời gian năm 2007 trở lại đây.
- Phạm vi giải pháp : các giải pháp được đưa ra chủ yếu là các giải pháp từ phía doanh nghiệp. Các giải pháp vĩ mô từ phía nhà nước được đưa ra dưới hình thức đề xuất.

### **4. Phương pháp nghiên cứu:**

Trên cơ sở chủ nghĩa duy vật biện chứng và duy vật lịch sử, đề tài áp dụng các phương pháp nghiên cứu truyền thống như tổng hợp, so sánh, phân tích, diễn giải, thống kê.

### **5. Kết cấu của đề tài:**

Ngoài phần mở đầu, kết luận và danh mục tài liệu tham khảo, kết cấu của đề tài nghiên cứu gồm ba chương:

- ❖ Chương I : Tổng quan và cơ sở lý thuyết
- ❖ Chương II : Thực trạng ,những khó khăn và yếu kém của các công ty giao nhận vận tải nhỏ và vừa tại Việt Nam
- ❖ Chương III : Giải pháp phát triển doanh nghiệp giao nhận vận tải vừa và nhỏ ở Việt Nam

Do thời gian nghiên cứu, nguồn tài liệu ,năng lực có hạn ,và vấn đề hiện đang còn mới, nên trong quá trình nghiên cứu và viết khoá luận này không tránh khỏi những thiếu sót và nhầm lẫn rất mong nhận được sự thông cảm, đóng góp ý kiến từ phía các thầy cô cũng như bạn đọc.

Cũng nhân dịp này, xin chân thành cảm ơn :

- Thạc sĩ Phạm Duy Hưng , khoa Kinh Tế Và Kinh Doanh Quốc Tế trường Đại Học Ngoại Thương Hà Nội
- Anh Hoàng Triệu Hải, Giám đốc công ty TNHH tập đoàn Nam Hải Long.
- Anh Hoàng Triệu Dzũng, Phó giám đốc công ty TNHH tập đoàn Nam Hải Long.
- Cùng một số bạn bè, đồng nghiệp đã tận tình chỉ bảo giúp đỡ tôi hoàn thành khoá luận này.

Hà Nội ngày tháng năm 2009.

Trân trọng !

Phạm Ngọc Bách.

# CHƯƠNG I : TỔNG QUAN VÀ CƠ SỞ LÝ THUYẾT

## **1.1. Doanh nghiệp vừa và nhỏ ( DNNVV)**

### **1.1.1. Khái niệm DNNVV.**

Doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) đóng vai trò đặc biệt quan trọng trong nền kinh tế của tất cả các quốc gia trên thế giới, tuy nhiên cho đến nay vẫn chưa có định nghĩa thống nhất về DNNVV. Các quốc gia cũng như các liên kết kinh tế trên thế giới tùy theo trình độ phát triển kinh tế-xã hội của mình đưa ra các định nghĩa và tiêu chí xác định DNNVV khác nhau.

Tại Mỹ, định nghĩa và tiêu chí xác định DNNVV có tính đến sự khác biệt giữa các ngành kinh tế. Theo đó:

- Xét theo tiêu chí số lao động tối đa: với ngành sản xuất và khai khoáng có số lao động dưới 500 người, ngành thương mại dưới 100 người.
- Xét theo tiêu chí doanh thu hàng năm: với ngành dịch vụ và thương mại bán lẻ là dưới 6 triệu USD, ngành xây dựng vừa và nặng là dưới 28,5 triệu USD, các ngành thương mại đặc biệt là 12 triệu USD, ngành nông nghiệp là 0,75 triệu USD.

Theo EU, DNNVV được xác định theo 3 tiêu chí: số nhân viên, bảng tổng kết tài sản và thu nhập hàng năm. Những DN vừa, nhỏ và siêu nhỏ là những DN có số lao động dưới 250 người và doanh thu hàng năm không vượt quá 50 triệu Euro hoặc bảng tổng kết tài sản hàng năm không vượt quá 43 triệu Euro.



**Bảng 1. Căn cứ xác định doanh nghiệp vừa, nhỏ, siêu nhỏ của EU**

<b>Doanh nghiệp</b>	<b>Số LĐ (người)</b>	<b>DT hàng năm (Tr. Euro)</b>	<b>Giá trị bảng tổng kết tài sản (Tr. Euro)</b>
Vừa	≤250	≤50	≤43
Nhỏ	≤50	≤10	≤10
Siêu nhỏ	≤10	≤2	≤2

*Nguồn: The new SME definition, European Commission, 2005*

Tại Nhật, tùy theo pháp luật hay chế độ mà SMEs trở thành đối tượng được hưởng những ưu đãi chính sách khác nhau, ví dụ như theo Luật thuế doanh nghiệp, SMEs được hưởng mức thuế thấp nằm trong phạm vi những doanh nghiệp có vốn dưới 100 triệu Yên. Theo Cục doanh nghiệp vừa và nhỏ, Bộ Công thương Nhật Bản định nghĩa như sau:

**Bảng 2. Căn cứ xác định doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Nhật**

<b>Phân loại ngành nghề</b>	<b>Định nghĩa luật cơ bản về SMEs</b>
Công nghiệp chế tạo, ngành sx khác	Công ty có nguồn vốn hoặc tổng nguồn vốn đầu tư dưới 300 triệu Yên hoặc cá nhân hay công ty có sử dụng lao động thường xuyên dưới 300 người.
Thương mại bán buôn	Công ty có nguồn vốn hoặc tổng nguồn vốn đầu tư dưới 100 triệu Yên hoặc cá nhân hay công ty có sử dụng lao động thường xuyên dưới 100 người.
Thương mại bán lẻ	Công ty có nguồn vốn hoặc tổng nguồn vốn đầu tư dưới 50 triệu Yên hoặc cá nhân hay công ty có sử dụng lao động thường xuyên

	dưới 50 người.
Ngành dịch vụ	Công ty có nguồn vốn hoặc tổng nguồn vốn đầu tư dưới 50 triệu Yên hoặc cá nhân hay công ty có sử dụng lao động thường xuyên dưới 100 người.

*Nguồn: Cục doanh nghiệp vừa và nhỏ Nhật Bản, 2007*

Tuy nhiên theo nghị định của cơ quan quản lý tài chính SMEs thì những DN sản xuất các sản phẩm cao su có nguồn vốn dưới 300 triệu Yên hoặc có số lao động dưới 900 người, những DN kinh doanh thương mại du lịch có số vốn dưới 50 triệu Yên hoặc có dưới 200 lao động, hay những DN hoạt động trong lĩnh vực phần mềm và xử lý thông tin mà có số vốn dưới 300 triệu Yên hoặc có số lao động dưới 300 người được coi là các SMEs. Còn các DN quy mô siêu nhỏ được định nghĩa như sau:

**Bảng 3. Căn cứ xác định doanh nghiệp siêu nhỏ ở Nhật**

<b>Phân loại ngành nghề</b>	<b>Định nghĩa luật cơ bản về DN siêu nhỏ</b>
Công nghiệp chế tạo, ngành SX khác	Có số LĐ dưới 20 người
Thương mại dịch vụ	Có số LĐ dưới 5 người

*Nguồn: Cục doanh nghiệp vừa và nhỏ Nhật Bản, 2007*

Các nước ASEAN cũng đưa ra các quy định khác nhau về DNNVV. Theo Singapore, DNNVV có số lao động nhỏ hơn 200 người và tài sản cố định nhỏ hơn 15 triệu đôla Singapore. Malaysia lại chia DNNVV thành DN nhỏ và DN vừa, trong đó DN nhỏ là DN có số lao động dưới 50 người, doanh thu hàng năm dưới 10 triệu ringgit, DN vừa là DN có số lao động từ 51-150 người và doanh thu hàng năm từ 10-25 triệu ringgit.

Tại Việt Nam, khái niệm DNNVV mới chỉ được biết đến từ những năm 1990s trở lại đây. Trước năm 1998, đã có một số tổ chức, địa phương xác định

DNNVV dựa trên một số tiêu chí khác nhau như: số lao động (dưới 500 người), giá trị tài sản cố định (dưới 10 tỷ đồng), số dư vốn lưu động (dưới 8 tỷ đồng) và doanh thu hàng năm (dưới 20 tỷ đồng). Tại TP HCM, các DN có vốn pháp định trên 1 tỷ đồng, lao động trên 100 người, doanh thu hàng năm trên 10 tỷ đồng là DN vừa, còn dưới giới hạn trên là DN nhỏ.

Ngày 20/6/1998 Chính phủ đã có công văn số 681/CP-KCN về định hướng chiến lược và chính sách phát triển DNNVV. Theo công văn này, DNNVV là những DN có vốn đăng ký dưới 5 tỷ đồng và có số lao động thường xuyên dưới 200 người. Đây có thể coi là văn bản chính thức đầu tiên đưa ra tiêu chí xác định DNNVV.

Ngày 23/11/2001, Chính phủ ban hành Nghị định 90/2001/NĐ-CP về trợ giúp phát triển DNNVV. Theo qui định của Nghị định này, *DNNVV là cơ sở sản xuất kinh doanh độc lập, đã đăng ký kinh doanh theo pháp luật hiện hành, có vốn đăng ký không quá 10 tỷ đồng hoặc số lao động trung bình hàng năm không quá 300 người.* Đây là văn bản pháp luật đầu tiên chính thức qui định về DNNVV, là cơ sở để Nhà nước cũng như các tổ chức trong và ngoài nước thực hiện các chính sách và biện pháp hỗ trợ bộ phận DN này.

Các xác định DNNVV của Việt Nam cũng giống như các nước khu vực EU và ASEAN, chưa tính đến sự khác biệt giữa các ngành. Trong khi thực tế là đặc điểm kinh tế giữa các ngành nhiều khi quyết định quy mô DN. Mặt khác định ngành được đề cập trong Nghị định 90 chưa quy định tiêu chí phân chia các DNNVV theo DN siêu nhỏ, DN nhỏ, DN vừa. Điều này đã gây một số khó khăn trong việc xác định trọng tâm hỗ trợ dựa trên quy mô DN trong nội bộ khu vực DNNVV.

### **1.1.2. Đặc điểm của DNNVV.**

#### a. Các ưu điểm của DNNVV

- Linh hoạt trong xử lý tình huống: Với quy mô gọn nhẹ công tác tổ chức sản xuất, được thực hiện nhanh chóng. Công tác kiểm tra, điều hành trực tiếp cũng góp phần tiết kiệm chi phí quản lý cho DN. Ngoài ra, DNNVV dễ dàng chuyển hướng sản xuất kinh doanh theo đòi hỏi của hoàn cảnh, của thị trường. Trong điều kiện, cạnh tranh quyết liệt hiện nay, DNNVV có thể nhanh chóng thay đổi quyết định, kế hoạch đầu tư, đổi mới công nghệ, thậm chí, chuyển đổi mặt hàng để đáp ứng kịp thời sự thay đổi nhanh chóng về sở thích của các nhóm khách hàng tiềm năng.
- Tận thu được nguồn tiềm tàng trong dân: Để đầu tư cho sản xuất, kinh doanh, ngoài nguồn vốn tự tích lũy DNNVV phải dựa chủ yếu vào nguồn vốn trong dân. Trực tiếp vay vốn từ người dân với những thoả thuận riêng, DNNVV dễ dàng huy động được số vốn cần thiết cho kế hoạch, chiến lược phát triển của mình. Vốn nhàn rỗi từ khu vực tư nhân, từ người thân được tập trung một cách nhanh chóng sẽ giúp họ ứng biến kịp thời với những biến đổi của hoàn cảnh, nâng cao được khả năng cạnh tranh để duy trì, khuyến khích thương hiệu hoặc thâm nhập thị trường mới, mở rộng thị phần truyền thống.
- Vốn đầu tư ban đầu thấp: Đối với DNNVV, vốn đầu tư ban đầu cho việc xây dựng cơ sở vật chất, đất đai, nhà xưởng không lớn, thậm chí có thể tận dụng được mọi nguồn lực có sẵn để tiến hành sản xuất kinh doanh ngay. Ngoài ra, DNNVV cũng có thể hoạt động trong điều kiện phân tán nhỏ lẻ để giảm thiểu mọi chi phí cho các yếu tố đầu vào thông qua việc thuê nhân công giá rẻ, sử dụng nguyên liệu tại chỗ, giảm công vận chuyển...

#### b. Các nhược điểm của DNNVV

- DNNVV hạn chế về quy mô kinh tế tạo nên chi phí lớn: Do tính quy mô về kinh tế mà DNNVV sẽ thu được lợi nhuận ít hơn so với các công ty lớn khác, thông tin mang tính hệ thống và cạnh tranh không hoàn hảo của thị trường tín dụng ngăn cản DNNVV tiếp cận với thị trường tín dụng và những chi phí dành cho hoạt động nghiên cứu và phát triển không bù đắp được lợi nhuận đã gây ra hiệu ứng dưới mức đầu tư do chuyển giao công nghệ và huấn luyện đào tạo. Do hoạt động của các DNNVV không có tầm ảnh hưởng như các công ty lớn nên tạo ra những chi phí giao dịch như mua nguyên vật liệu và máy móc thiết bị.
- DNNVV thường gặp khó khăn về vốn: DNNVV thường hay gặp vấn đề về thiếu vốn sản xuất và để mở rộng sản xuất. Có thể có nhiều nguyên nhân nhưng chủ yếu có nhiều DNNVV không có đủ khả năng đáp ứng đòi hỏi của ngân hàng về thủ tục lập dự án, thủ tục về thế chấp và điều kiện lãi suất, đồng thời, các DNNVV cũng gặp khó khăn và ít có khả năng huy động vốn trên thị trường. Phần lớn các DNNVV luôn ở tình trạng thiếu vốn. Điều này khiến cho khả năng thu lợi nhuận của DNNVV bị giới hạn ngay cả khi có cơ hội kinh doanh và có yêu cầu mở rộng sản xuất, kéo theo sự hạn chế khả năng tích lũy.
- Hạn chế trong phát triển khả năng: DNNVV thiếu khả năng quản lý, yếu kém trong phân tích thông tin cũng như không thể tự mình cung cấp những dịch vụ như tài chính, nhân lực, tính hợp pháp...Điều đó có ảnh hưởng tiêu cực đến tính hiệu quả của DNNVV.
- Bất lợi khi cạnh tranh trên thị trường: Do quy mô nhỏ, các DNNVV không thể có nhiều vốn và trường vốn, không thể có những chiến dịch quảng cáo và tiếp thị lớn nhằm thu hút người tiêu dùng như các DN lớn và cũng

không có mạng lưới phân phối rộng khắp như các DN lớn. Do vậy, khả năng phá sản là rất cao

### **1.1.3. Vai trò của DNNVV đối với nền kinh tế quốc dân**

- Góp phần quan trọng vào việc phát triển và ổn định kinh tế xã hội: Luôn chiếm tỷ trọng lớn trong nhiều nền kinh tế DNVVN luôn có những đóng góp đáng kể vào việc thúc đẩy tăng trưởng GDP. Đối với các nền kinh tế ở trình độ thấp, DNNVV thường đạt được tỷ trọng giá trị gia tăng và GDP lớn. Chẳng hạn như ở Malaixia, tỷ trọng giá trị gia tăng mà các DNNVV tạo ra là 36,4%. Phân bố rộng khắp trong các vùng, miền, DNNVV còn đảm bảo cho nguồn thu nhập ổn định của một bộ phận lớn dân cư, góp phần làm giảm khoảng cách chênh lệch về mức sống giữa các vùng.
- Tạo việc làm: DNNVV là nguồn thu hút lao động lớn nhất tạo việc làm cho ít nhất là 1/2, thậm chí tới 2/3 lực lượng lao động tùy từng quốc gia. Chẳng hạn, ở Canada, các DNNVV tạo ra 42% chỗ làm, ở Đức là 50%, ở Pháp là 47,7%, Đài Loan 79%, Nhật Bản 80,6%. Không chỉ có mặt trong nhiều ngành nghề, lĩnh vực DNNVV với tư cách là DN vệ tinh, còn có mối quan hệ chặt chẽ với các DN lớn, khi tiếp nhận những công đoạn nhất định trong quá trình sản xuất kinh doanh, như gia công chác chi tiết, cung cấp nguyên vật liệu....
- Chuyển dịch cơ cấu: Với tính năng động cao, DNNVV tỏ ra nhạy cảm trước những biến động của nền kinh tế và dễ dàng chuyển hướng sản xuất kinh doanh sang những ngành hàng có mức sinh lợi cao. Trong giai đoạn hiện nay, khi những thành tựu khoa học công nghệ được ứng dụng ngày càng nhiều vào quá trình tạo ra của cải, dịch vụ cho xã hội, DNNVV với tính linh hoạt cao, chấp nhận rủi ro, càng có điều kiện đi tiên phong trong

việc sử dụng khoa học kỹ thuật tiên tiến nhằm tăng năng suất, đa dạng hoá sản phẩm, mở rộng thị phần, hoặc sẵn sàng mạo hiểm để chuyển sang lĩnh vực tạo được nhiều giá trị gia tăng. Phát triển theo hướng đó, trong khả năng tài chính cho phép, DNNVV dễ dàng rời bỏ những ngành hàng có hàm lượng lao động cao, vốn thấp, giá trị thấp, lợi nhuận thấp chuyển sang những lĩnh vực, ngành hàng có hàm lượng công nghệ cao, vốn cao, giá trị cao, lợi nhuận cao. Điều này góp phần thúc đẩy nhanh sự chuyển dịch cơ cấu để đưa nền kinh tế tiến dần lên trình độ cao hơn.

- Hình thành đội ngũ doanh nhân năng động: Do thường xuyên phải thay đổi để giải thích nghi với những biến động của môi trường kinh doanh, các DNNVV tồn tại và phát triển được là nhờ bản lĩnh của chủ doanh nghiệp. Đó là những người dám chấp nhận rủi ro trong việc đầu tư phát triển sản xuất kinh doanh với những nguồn vốn hạn hẹp, trong một môi trường chưa thể có đầy đủ những điều kiện thuận lợi cho DNNVV hình thành và phát triển. Song cũng chính những bối cảnh không thuận lợi đó được xem là chất xúc tác đẩy nhanh quá trình hình thành một đội ngũ doanh nhân biết dựa vào chính sức mình. Biết vận dụng trình độ học vấn kết hợp với khả năng nhận thức, khả năng thu thập thông tin, phân tích tình hình thị trường, chủ doanh nghiệp luôn nhanh chóng nắm bắt cơ hội kinh doanh, có những quyết định mạo hiểm, dám đi đầu trong đổi mới, khám phá những lĩnh vực mới, tìm ra những hướng phát triển mới cho DN của mình.
- Khai thác tiềm năng phong phú của mọi vùng, miền, của cộng đồng dân cư : Trí tuệ, tay nghề tinh xảo, bí quyết nghề, kinh nghiệm dân gian, làng nghề truyền thống với những hương ước nghề nghiệp; những cây, con đặc sản, danh lam thắng cảnh, điều kiện tự nhiên... là những yếu tố cần thiết cho

sự phát triển, mở rộng sản xuất, kinh doanh của DNNVV ở mọi địa phương. Đặc biệt là trong giai đoạn hiện nay khi xu hướng liên kết khu vực và liên kết thế giới đang diễn ra mạnh mẽ tính dân tộc, việc giữ gìn và phát huy bản sắc dân tộc được tôn vinh thì việc bảo tồn và phát triển các làng nghề truyền thống sẽ là cơ hội để các DNNVV vươn lên, củng cố địa vị và khuyến khích trưng thương hiệu của mình.

- Ưu thế về chi phí và thời gian tiếp cận thị trường: Đây được coi là yếu tố thuận lợi nhất của DNNVV. Với quy mô nhỏ, bộ máy quản lý gọn nhẹ, vốn đầu tư bỏ ra ban đầu không lớn, DNNVV được tạo lập dễ dàng với chi phí cố định thấp. Và cũng chính bởi quy mô nhỏ, nên chỉ trong thời gian ngắn, DNNVV được thành lập và nhanh chóng tiếp cận với thị trường.
- DNNVV dễ dàng tiếp cận với các nguồn lực mang tầm cỡ quốc tế và nhận được sự hỗ trợ về chuyên môn kỹ thuật: Đây là một lợi thế lớn, DNNVV cần những nhà cung cấp mang lại những lợi thế có sẵn như công nghệ và tri thức nhân loại, nguồn nhân lực có kỹ năng hay các giải pháp KHCN tiên tiến,... Bên cạnh đó, DNNVV dễ thu hút vốn đầu tư từ nguồn vốn nhàn rỗi trong dân chúng do tính hiệu quả, quy mô đòi hỏi nguồn vốn không nhiều, thời gian thu hồi vốn nhanh và có khả năng tận dụng hết những tiềm lực về lao động, tài nguyên tại địa phương, trong khi đó các doanh nghiệp lớn vẫn còn gặp khó khăn.
- DNNVV năng động, dễ thích ứng với sự thay đổi của thị trường: thường có những mối liên hệ trực tiếp với thị trường và người tiêu thụ nên DNNVV dễ dàng tìm kiếm và đáp ứng những yêu cầu của thị trường chuyên môn hóa, đặc biệt có khả năng “lên” vào các thị trường “ngách”, Cơ sở vật chất kỹ thuật không lớn cũng giúp DNNVV dễ dàng chuyển đổi



cơ cấu sản xuất hay điều chỉnh qui mô của mình mà không gây hậu quả lớn cho xã hội. DNNVV cũng có khả năng tạo ra một lượng cung về hàng hóa dịch vụ có thể đáp ứng đầy đủ, kịp thời với giá hợp lý đối với nhu cầu sản xuất và tiêu dùng của xã hội.

#### **1.1.4. Các chính sách nhà nước liên quan đến hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa.**

Được coi như những tế bào quan trọng của nền kinh tế Việt Nam, do vậy trong những năm gần đây, Đảng, nhà nước và chính phủ đã có những quan tâm đặc biệt cho việc phát triển và hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa. Thể hiện cho sự quan tâm này là nghị định số 90/2001/NĐ-CP của chính phủ về trợ giúp phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa. Các chính sách trợ giúp được thể hiện từ điều 6 đến điều 11 của nghị định:

##### **Điều 6. Khuyến khích đầu tư**

1. Chính phủ trợ giúp đầu tư thông qua biện pháp về tài chính, tín dụng, áp dụng trong một thời gian nhất định đối với các doanh nghiệp nhỏ và vừa đầu tư vào một số ngành nghề, bao gồm ngành nghề truyền thống và tại các địa bàn cần khuyến khích.

2. Chính phủ khuyến khích các tổ chức tài chính, các doanh nghiệp và thể nhân góp vốn đầu tư vào các doanh nghiệp nhỏ và vừa.

##### **Điều 7. Thành lập Quỹ bảo lãnh tín dụng doanh nghiệp nhỏ và vừa**

Thành lập Quỹ bảo lãnh tín dụng doanh nghiệp nhỏ và vừa để bảo lãnh cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa khi không đủ tài sản thế chấp, cầm cố, vay vốn của các tổ chức tín dụng.

Bộ Tài chính chủ trì, phối hợp với các cơ quan liên quan xây dựng đề án tổ chức và Quy chế hoạt động của Quỹ bảo lãnh tín dụng doanh nghiệp nhỏ và vừa trình Thủ tướng Chính phủ quyết định.

#### Điều 8. Mặt bằng sản xuất

Trên cơ sở quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội và quy hoạch, kế hoạch sử dụng đất trên địa bàn tỉnh, thành phố đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt, Chủ tịch ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa có mặt bằng sản xuất phù hợp; chỉ đạo dành quỹ đất và thực hiện các chính sách khuyến khích để xây dựng các khu, cụm công nghiệp cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa có mặt bằng xây dựng tập trung cơ sở sản xuất hoặc di dời từ nội thành, nội thị ra, bảo đảm cảnh quan môi trường.

Doanh nghiệp nhỏ và vừa được hưởng các chính sách ưu đãi trong việc thuê đất, chuyển nhượng, thế chấp và các quyền khác về sử dụng đất đai theo quy định của pháp luật.

#### Điều 9. Thị trường và tăng khả năng cạnh tranh

1. Các Bộ, ngành, ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương chỉ đạo, tạo điều kiện để doanh nghiệp nhỏ và vừa tiếp cận các thông tin về thị trường, giá cả hàng hoá, trợ giúp doanh nghiệp nhỏ và vừa mở rộng thị trường, tiêu thụ sản phẩm.

2. Các địa phương trợ giúp việc trưng bày, giới thiệu, quảng cáo, tiếp thị các sản phẩm có tiềm năng của các doanh nghiệp nhỏ và vừa, để tạo điều kiện mở rộng thị trường.

3. Chính phủ tạo điều kiện để các doanh nghiệp nhỏ và vừa tham gia cung ứng hàng hoá và dịch vụ theo kế hoạch mua sắm bằng nguồn ngân sách nhà nước; các Bộ, ngành và địa phương có kế hoạch ưu tiên đặt hàng và các đơn hàng theo

hạn ngạch phân bổ cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa sản xuất hàng hoá và dịch vụ bảo đảm chất lượng và đáp ứng yêu cầu.

4. Chính phủ khuyến khích phát triển hình thức thầu phụ công nghiệp, tăng cường sự liên kết giữa các doanh nghiệp nhỏ và vừa với doanh nghiệp khác về hợp tác sản xuất sản phẩm, sản xuất linh kiện, phụ kiện, phụ tùng, nhận thầu xây dựng..., nhằm thúc đẩy chuyển giao công nghệ, mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm, nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp nhỏ và vừa.

5. Thông qua các chương trình trợ giúp, Chính phủ tạo điều kiện cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa đổi mới công nghệ, trang thiết bị, máy móc, phát triển sản phẩm mới, hiện đại hoá quản lý nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm hàng hoá, tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường.

#### Điều 10. Về xúc tiến xuất khẩu

1. Nhà nước khuyến khích doanh nghiệp nhỏ và vừa tăng cường xuất khẩu, tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa liên kết hợp tác với nước ngoài, mở rộng thị trường xuất khẩu hàng hoá, dịch vụ. Thông qua chương trình trợ giúp xúc tiến xuất khẩu, trợ giúp một phần chi phí cho doanh nghiệp nhỏ và vừa khảo sát, học tập, trao đổi hợp tác và tham dự hội chợ, triển lãm giới thiệu sản phẩm, tìm hiểu thị trường ở nước ngoài. Chi phí trợ giúp được bố trí trong Quỹ hỗ trợ xuất khẩu.

2. Các Bộ, ngành tạo điều kiện thuận lợi để các doanh nghiệp nhỏ và vừa tham gia các chương trình xuất khẩu của Nhà nước.

#### Điều 11. Về thông tin, tư vấn và đào tạo nguồn nhân lực

1. Chính phủ, các Bộ, ngành và ủy ban nhân dân địa phương cung cấp các thông tin cần thiết qua các ấn phẩm và qua mạng in-tơ-nét cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa, thông qua Bộ Kế hoạch và Đầu tư (Cục Phát triển doanh nghiệp nhỏ và

vừa) phối hợp với các cơ quan liên quan và các tổ chức xã hội nghề nghiệp trợ giúp doanh nghiệp nhỏ và vừa.

2. Chính phủ trợ giúp kinh phí để tư vấn và đào tạo nguồn nhân lực cho doanh nghiệp nhỏ và vừa thông qua chương trình trợ giúp đào tạo. Kinh phí trợ giúp về đào tạo được bố trí từ ngân sách nhà nước cho giáo dục và đào tạo.

3. Chính phủ khuyến khích các tổ chức trong và ngoài nước trợ giúp các doanh nghiệp nhỏ và vừa trong việc cung cấp thông tin, tư vấn và đào tạo nguồn nhân lực.

4. Chính phủ khuyến khích việc thành lập các "vườn ươm doanh nghiệp nhỏ và vừa" để hướng dẫn, đào tạo doanh nhân trong bước đầu thành lập doanh nghiệp.

Sau nghị định 90/2001/NĐ-CP, thủ tướng chính phủ ký quyết định số 236/2006/QĐ-TTg về kế hoạch phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa 5 năm ( 2006 – 2010 ) :

#### Nhiệm vụ chủ yếu

- Tiếp tục hoàn thiện và đảm bảo tính ổn định khung pháp lý, cải cách thủ tục hành chính và chính sách tài chính nhằm tạo môi trường đầu tư kinh doanh bình đẳng, minh bạch, thông thoáng cho doanh nghiệp nhỏ và vừa phát triển.
- Đánh giá tác động của các chính sách đối với các doanh nghiệp nhỏ và vừa, định kỳ tổ chức đối thoại giữa cơ quan nhà nước với doanh nghiệp nhỏ và vừa, qua đó hướng dẫn và giải đáp các yêu cầu bức thiết cho phát triển kinh doanh.
- Điều chỉnh hệ thống thuế phù hợp nhằm khuyến khích khởi sự doanh nghiệp, đổi mới chế độ kế toán, các biểu mẫu báo cáo theo hướng đơn

giản hoá, khuyến khích doanh nghiệp tự kê khai và nộp thuế, vừa tạo thuận lợi cho doanh nghiệp, vừa chống thất thu thuế.

- Cải thiện tình trạng thiếu mặt bằng sản xuất, tăng cường bảo vệ môi trường thông qua việc lập và công khai quy hoạch, kế hoạch sử dụng đất; tạo điều kiện để phát triển các khu công nghiệp, cụm công nghiệp có quy mô hợp lý và giá thuê đất phù hợp với khả năng của doanh nghiệp nhỏ và vừa; hỗ trợ di dời các doanh nghiệp nhỏ và vừa gây ô nhiễm, tác hại đến môi trường tại các khu dân cư và đô thị đến các khu công nghiệp, cụm công nghiệp.
- Sửa đổi, bổ sung các quy định để đẩy nhanh việc xây dựng quỹ bảo lãnh tín dụng cho doanh nghiệp nhỏ và vừa tại các địa phương; khuyến khích phát triển các loại hình ngân hàng, ngân hàng thương mại cổ phần chuyên phục vụ các doanh nghiệp nhỏ và vừa, trong đó bao gồm cả việc phát triển nghiệp vụ cho thuê tài chính và áp dụng biện pháp cho vay không có bảo đảm bằng tài sản thế chấp đối với các doanh nghiệp nhỏ và vừa có dự án khả thi, có hiệu quả để đáp ứng nhu cầu vốn đầu tư và kinh doanh.
- Đẩy nhanh việc thực hiện các chương trình hỗ trợ, phổ biến, ứng dụng công nghệ và kỹ thuật tiên tiến tới các doanh nghiệp nhỏ và vừa, nâng cao năng lực quản lý kỹ thuật; khuyến khích việc hợp tác và chia sẻ công nghệ giữa các doanh nghiệp có quy mô khác nhau; phát triển có hiệu quả các chương trình nghiên cứu có khả năng ứng dụng vào thực tiễn; nghiên cứu, sửa đổi, bổ sung và ban hành hệ thống các tiêu chuẩn kỹ thuật, hệ thống quản lý chất lượng và chứng nhận chất lượng phù hợp với quốc tế.

Khuyến khích doanh nghiệp nhỏ và vừa tham gia các chương trình liên kết ngành, liên kết vùng và phát triển công nghiệp phụ trợ.

- Đẩy nhanh việc xây dựng hệ thống thông tin doanh nghiệp để có cơ sở dữ liệu đánh giá về tình trạng của doanh nghiệp nhỏ và vừa, phục vụ công tác hoạch định chính sách và cung cấp các thông tin phục vụ hoạt động sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp.
- Triển khai các hoạt động tuyên truyền, giáo dục, phổ biến kinh nghiệm, ý chí kinh doanh và làm giàu hợp pháp tới mọi đối tượng. Nghiên cứu thí điểm việc đưa các kiến thức về kinh doanh vào chương trình học ở trường phổ thông, đại học, cao đẳng, trung học kỹ thuật và các trường dạy nghề nhằm thúc đẩy tinh thần kinh doanh, phát triển văn hoá doanh nghiệp, tạo sự ủng hộ trong toàn xã hội đối với doanh nghiệp kinh doanh theo pháp luật.
- Phát triển thị trường dịch vụ phát triển kinh doanh (cả về phía cung và phía cầu), hoàn thiện môi trường pháp lý về hoạt động cung cấp dịch vụ phát triển kinh doanh, chú trọng quản lý về chất lượng các dịch vụ. Khuyến khích các tổ chức Hiệp hội thực hiện các dịch vụ phát triển kinh doanh; tích cực triển khai các chương trình trợ giúp phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa; tham gia xây dựng thể chế, chính sách và các chương trình trợ giúp doanh nghiệp nhỏ và vừa nhằm tăng cường vai trò hỗ trợ của Hiệp hội và thực sự là đại diện lợi ích hợp pháp của doanh nghiệp nhỏ và vừa.
- Nâng cao hiệu quả điều phối thực hiện các hoạt động trợ giúp phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa, tăng cường vai trò của Hội đồng Khuyến khích

phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa; tăng cường năng lực cho các địa phương về quản lý, xúc tiến, phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa.

#### Các nhóm giải pháp

- Nhóm giải pháp 1: đơn giản hoá các quy định nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho việc đăng ký kinh doanh, gia nhập thị trường và các hoạt động của doanh nghiệp.
- Nhóm giải pháp 2: tạo điều kiện tiếp cận đất đai, mặt bằng sản xuất cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa.
- Nhóm giải pháp 3: tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa tiếp cận các nguồn vốn, ưu tiên các doanh nghiệp sản xuất hàng xuất khẩu, hàng có giá trị gia tăng cao.
- Nhóm giải pháp 4: các chương trình hỗ trợ nhằm nâng cao năng lực và cải thiện khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp nhỏ và vừa.
- Nhóm giải pháp 5: phát triển nguồn nhân lực đáp ứng yêu cầu phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa giai đoạn 2006 - 2010.
- Nhóm giải pháp 6: tạo lập môi trường tâm lý xã hội đối với khu vực doanh nghiệp nhỏ và vừa.
- Nhóm giải pháp 7: quản lý thực hiện Kế hoạch phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa giai đoạn 2006 - 2010.

#### **1.1.5. Các hiệp hội, tổ chức hỗ trợ và xúc tiến phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Việt Nam**

- Cục phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa – trực thuộc bộ kế hoạch và đầu tư..
- Hội đồng khuyến khích phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa.
- Trung tâm hỗ trợ kỹ thuật doanh nghiệp nhỏ và vừa.
- Hiệp hội doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam.
- Website thông tin hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa SMENET.COM.VN.

## **1.2. Vận tải hàng hóa**

### **1.2.1. Khái niệm vận tải hàng hóa**

Với ý nghĩa kinh tế, vận tải hàng hóa chỉ bao gồm những sự di chuyển của hàng hóa khi thỏa mãn đồng thời hai tính chất : là hoạt động sản xuất vật chất và là một hoạt động kinh tế độc lập.

### **1.2.2. Phân loại vận tải hàng hóa**

a. Căn cứ vào môi trường và điều kiện sản xuất:

- Vận tải đường bộ ( ô tô ).
- Vận tải đường sắt.
- Vận tải đường hàng không.
- Vận tải đường biển.
- Ngoài ra còn vận tải đường ống.

b. Căn cứ vào cách tổ chức chuyên chở:

- Vận tải đơn phương thức : hàng hóa được vận chuyển từ nơi đi đến nơi đến bằng một loại công cụ vận tải duy nhất.
- Vận tải đa phương thức : hàng hóa được vận chuyển từ nơi đi đến nơi đến bằng ít nhất hai loại công cụ vận tải trở lên, sử dụng một loại chứng từ vận



tải duy nhất và chỉ một người chuyên chở chịu trách nhiệm trong suốt quá trình vận chuyển.

- Vận tải đứt đoạn : hàng hóa được vận chuyển từ nơi đi đến nơi đến bằng hai hay nhiều công cụ vận tải khác nhau, sử dụng các chứng từ vận tải khác nhau và có nhiều người chuyên chở tham gia và mỗi người chuyên chở chỉ phải chịu trách nhiệm trong đoạn đường mình vận chuyển.
- Vận tải hàng nguyên : Khối lượng hàng hóa đủ lớn để xếp đầy một hay nhiều toa xe, ô tô, máy bay, tàu biển, container. Ngược lại là vận tải hàng lẻ.

### **1.2.3. Vận tải đa phương thức, điều kiện để phát triển ngành dịch vụ giao nhận vận tải.**

a. Định nghĩa về vận tải đa phương thức.

Vận tải đa phương thức ( Multimodal Transport ) quốc tế hay còn gọi là vận tải liên hợp quốc tế ( International Combined Transport ) là phương pháp vận tải hàng hóa bằng ít nhất hai phương thức vận tải khác nhau, trên cơ sở một hợp đồng vận tải đa phương thức từ một điểm ở một nước này tới một điểm chỉ định ở một nước khác để giao hàng.

Người kinh doanh vận tải đa phương thức ( Multimodal Transport Operator – MTO ) Hành động như người chủ ủy thác chứ không phải như đại lý của người gửi hàng hay đại lý của người chuyên chở tham gia vào vận tải đa phương thức. MTO chịu trách nhiệm đối với hàng hóa, thời gian.. trong suốt quá trình chuyên chở cho tới khi giao xong hàng cho người nhận.

b. Hiệu quả của vận tải đa phương thức.

- Tạo ra một đầu mối duy nhất trong việc vận chuyển “door to door” . Người gửi hàng chỉ cần liên hệ với một người duy nhất là MTO để ký kết

hợp đồng chuyên chở. Mọi việc liên quan đến chuyên chở hàng hóa, khiếu nại đòi bồi thường mất mát hư hỏng của hàng hóa đều do MTO lo liệu

- Tăng nhanh thời gian giao hàng : Đạt được điều này là do giảm được thời gian chuyển tải và thời gian hàng hóa lưu kho tại các nơi chuyển tải nhờ có kế hoạch phối hợp nhịp nhàng các phương thức vận tải .
- Giảm chi phí vận tải : Nhờ sự kết hợp của hai hay nhiều phương thức vận tải mà giảm được chiều chi phí và thời gian vận tải.
- Đơn giản hóa chứng từ và thủ tục : Vận tải đa phương thức sử dụng một chứng từ duy nhất, vận tải đơn đa phương thức. Các thủ tục hải quan và quá cảnh cũng được đơn giản hóa trên cơ sở các hiệp định, công ước quốc tế đa phương hoặc song phương đã được ký kết.
- Tạo ra điều kiện tốt hơn để sử dụng có hiệu quả các công cụ vận tải, phương tiện xếp dỡ và cơ sở hạ tầng, tiếp nhận công nghệ vận tải mới và quản lý hiệu quả hơn hệ thống vận tải thống nhất
- Vận tải đa phương thức tạo ra những dịch vụ vận tải mới góp phần giải quyết công ăn việc làm cho xã hội.

Với những hiệu quả nêu trên của vận tải đa phương thức, có thể nói rằng vận tải đa phương thức chính là công cụ chính của những người giao nhận vận tải, vốn được coi là người tổ chức quá trình vận tải

Tuy nhiên cần phải chú ý rằng, hệ thống vận tải đa phương thức phát triển cần phải dựa vào một nền tảng cơ sở hạ tầng giao thông vận tải và khoa học công nghệ vận tải phát triển.

## **1.3. Giao nhận trong ngoại thương**

### **1.3.1 Khái niệm**

Giao nhận là những hoạt động nằm trong khâu lưu thông phân phối, một khâu quan trọng nối liền sản xuất với tiêu thụ, hai khâu chủ yếu của chu trình tái sản xuất xã hội. Giao nhận thực hiện chức năng đưa sản phẩm từ nơi sản xuất đến nơi tiêu thụ, hoàn thành mặt thứ hai của lưu thông phân phối là phân phối vật chất, khi mặt thứ nhất là thủ tục thương mại đã hình thành.

Giao nhận gắn liền với vận tải, nhưng nó không chỉ đơn thuần là vận tải. Giao nhận mang trong nó một ý nghĩa rộng hơn, đó là tổ chức vận tải, lo liệu cho hàng hoá được vận chuyển, rời bốc xếp, lưu kho, chuyển tải, đóng gói, thủ tục, chứng từ... Với nội hàm rộng như vậy, nên có rất nhiều định nghĩa về giao nhận.

Theo qui tắc mẫu của Liên đoàn các hiệp hội giao nhận quốc tế (FIATA), dịch vụ giao nhận được định nghĩa như là “bất kỳ loại dịch vụ nào liên quan đến vận chuyển, gom hàng, lưu kho, bốc xếp, đóng gói hay phân phối hàng hoá cũng như các dịch vụ tư vấn hay có liên quan đến các dịch vụ trên, kể cả các vấn đề hải quan, tài chính, mua bảo hiểm, thanh toán, thu thập chứng từ liên quan đến hàng hoá”.

Theo luật Thương Mại Việt Nam thì “dịch vụ giao nhận hàng hóa là hành vi thương mại, theo đó người làm dịch vụ giao nhận hàng hóa nhận hàng từ người gửi, tổ chức vận chuyển, lưu kho, lưu bãi, làm các thủ tục, giấy tờ và các dịch vụ khác có liên quan để giao hàng cho người nhận theo sự uỷ thác của chủ hàng, của người vận tải hoặc của người giao nhận khác”.

Như vậy về cơ bản, giao nhận hàng hóa là tập hợp những công việc có liên quan đến quá trình vận tải nhằm thực hiện việc di chuyển hàng hóa từ nơi gửi hàng (người gửi hàng) đến nơi nhận hàng (người nhận hàng).

### **1.3.2. Đặc điểm của dịch vụ giao nhận.**

Do cũng là một loại hình dịch vụ nên dịch vụ giao nhận cũng mang những đặc điểm chung của dịch vụ, đó là nó là hàng hóa vô hình nên không có tiêu chuẩn đánh giá chất lượng đồng nhất, không thể cất giữ trong kho, sản xuất và tiêu dùng diễn ra đồng thời, chất lượng của dịch vụ phụ thuộc vào cảm nhận của người được phục vụ.

Nhưng do đây là một hoạt động đặc thù nên dịch vụ này cũng có những đặc điểm riêng:

- -Dịch vụ giao nhận vận tải không tạo ra sản phẩm vật chất, nó chỉ làm cho đối tượng thay đổi vị trí về mặt không gian chứ không tác động về mặt kỹ thuật làm thay đổi các đối tượng đó. Nhưng giao nhận vận tải lại có tác động tích cực đến sự đến sự phát triển của sản xuất và nâng cao đời sống nhân dân.
- -Mang tính thụ động: Đó là do dịch vụ này phụ thuộc rất nhiều vào nhu cầu của khách hàng, các qui định của người vận chuyển, các ràng buộc về luật pháp, thể chế của chính phủ (nước xuất khẩu, nước nhập khẩu, nước thứ ba)...
- -Mang tính thời vụ: Dịch vụ giao nhận là dịch vụ phục vụ cho hoạt động xuất nhập khẩu nên nó phụ thuộc rất lớn vào lượng hàng hóa xuất nhập khẩu. Mà thường hoạt động xuất nhập khẩu mang tính chất thời vụ nên hoạt động giao nhận cũng chịu ảnh hưởng của tính thời vụ.
- -Ngoài những công việc như làm thủ tục, môi giới, lưu cước, người làm dịch vụ giao nhận còn tiến hành các dịch vụ khác như gom hàng, chia hàng, bốc xếp nên để hoàn thành công việc tốt hay không còn phụ thuộc nhiều vào cơ sở vật chất kỹ thuật và kinh nghiệm của người giao nhận.

### **1.3.3. Yêu cầu của dịch vụ giao nhận**

Cũng như bất kỳ một loại dịch vụ nào, dịch vụ giao nhận hàng hóa tuy không có những chỉ tiêu định tính để đánh giá chất lượng nhưng nó cũng có những yêu cầu đòi hỏi riêng mà người giao nhận phải đáp ứng mới thỏa mãn được nhu cầu của khách hàng. Một số yêu cầu của dịch vụ này bao gồm:

- Giao nhận hàng hóa phải nhanh gọn. Nhanh gọn thể hiện ở thời gian hàng đi từ nơi gửi đến nơi nhận, thời gian bốc xếp, kiểm đếm giao nhận. Giảm thời gian giao nhận góp phần đưa ngay hàng hóa vào đáp ứng nhu cầu của khách hàng, muốn vậy người làm giao nhận phải nắm chắc quy trình kỹ thuật, chủng loại hàng hóa, lịch tàu và bố trí hợp lý phương tiện vận chuyển.
- Giao nhận chính xác an toàn. Đây là yêu cầu quan trọng để đảm bảo quyền lợi của chủ hàng và người vận chuyển. Chính xác là yếu tố chủ yếu quyết định chất lượng và mức độ hoàn thành công việc bao gồm chính xác về số lượng, chất lượng, hiện trạng thực tế, chính xác về chủ hàng, nhãn hiệu. Giao nhận chính xác an toàn sẽ hạn chế đến mức thấp nhất sự thiếu hụt, nhầm lẫn, tổn thất về hàng hóa.
- Bảo đảm chi phí thấp nhất. Giảm chi phí giao nhận là phương tiện cạnh tranh hiệu quả giữa các đơn vị giao nhận. Muốn vậy phải đầu tư thích đáng cơ sở vật chất, xây dựng và hoàn chỉnh các định mức, các tiêu chuẩn hao phí, đào tạo đội ngũ cán bộ nghiệp vụ.

### **1.3.4. Người giao nhận**

Chưa có một định nghĩa thống nhất nào về người giao nhận được quốc tế chấp nhận. Người ta thường hiểu người kinh doanh dịch vụ giao nhận hay các

doanh nghiệp giao nhận là người giao nhận (Forwarder, Freight Forwarder, Forwarding Agent). Theo FIATA, “người giao nhận là người lo toan để hàng hóa được chuyên chở theo hợp đồng ủy thác và hành động vì lợi ích của người ủy thác. Người giao nhận cũng đảm nhận thực hiện mọi công việc liên quan đến hợp đồng giao nhận như bảo quản, lưu kho trung chuyển, làm thủ tục hải quan, kiểm hoá”.

Người giao nhận có thể là chủ hàng (khi chủ hàng tự đứng ra đảm nhận công việc giao nhận hàng hóa của mình), chủ tàu (khi chủ tàu thay mặt chủ hàng thực hiện dịch vụ giao nhận), công ty xếp dỡ hay kho hàng, người giao nhận chuyên nghiệp hay bất kỳ người nào khác có đăng ký kinh doanh dịch vụ giao nhận hàng hóa. Theo luật Thương mại Việt Nam thì người làm dịch vụ giao nhận hàng hóa là thương nhân có giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh dịch vụ giao nhận hàng hóa.

Từ các định nghĩa trên ta có thể rút ra nhận xét:

- -Người giao nhận hoạt động theo hợp đồng ủy thác ký với chủ hàng, bảo vệ lợi ích của chủ hàng.
- -Người giao nhận lo liệu việc vận tải nhưng chưa hẳn là người vận tải. Anh ta có thể sử dụng, thuê mướn người vận tải. Anh ta cũng có thể có phương tiện vận tải, có thể tham gia vận tải, nhưng đối với chủ hàng ủy thác, anh ta là người giao nhận, ký hợp đồng ủy thác giao nhận, không phải là người vận tải.
- -Cùng với việc tổ chức vận tải, người giao nhận còn làm nhiều việc khác trong phạm vi ủy thác của chủ hàng để đưa hàng từ nơi này đến nơi khác theo những điều khoản đã cam kết.

Dù ở các nước khác nhau, tên gọi của người giao nhận có khác nhau, nhưng tất cả đều cùng mang một tên chung trong giao dịch quốc tế là “ người giao nhận hàng hóa quốc tế” (international freight forwarder), và cùng làm một dịch vụ tương tự nhau, đó là dịch vụ giao nhận.

### **1.3.5. Địa vị pháp lý của người giao nhận**

Do chưa có luật lệ quốc tế quy định về lĩnh vực này nên địa vị pháp lý của người giao nhận ở từng nước có khác nhau, tùy theo luật pháp ở nước đó.

ở những nước có luật tập tục (common law) - luật không thành văn, thông dụng trong các nước thuộc khối liên hiệp Anh, hình thành trên cơ sở tập quán phổ biến trong quan hệ dân sự từ nhiều thế kỷ - thì địa vị pháp lý của người giao nhận dựa trên khái niệm về đại lý. Người giao nhận lấy danh nghĩa của người ủy thác (người gửi hàng hay người nhận hàng) để giao dịch cho công việc của người ủy thác.

Hoạt động của người giao nhận khi đó phụ thuộc vào những quy tắc truyền thống về đại lý, như việc phải miễn cán khi thực hiện nhiệm vụ của mình, phải trung thực với người ủy thác, tuân theo những chỉ dẫn hợp lý của người ủy thác, mặt khác được hưởng những quyền bảo vệ và giới hạn trách nhiệm phù hợp với vai trò của một đại lý.

Trong trường hợp người giao nhận đảm nhận vai trò của người ủy thác (hành động cho lợi ích của mình), tự mình ký kết hợp đồng với người chuyên chở và các đại lý, thì người giao nhận sẽ không được hưởng những quyền bảo vệ và giới hạn trách nhiệm nói trên, anh ta phải chịu trách nhiệm cho cả quá trình giao nhận hàng hóa kể cả khi hàng nằm trong tay những người chuyên chở và đại lý mà anh ta sử dụng.

Ở những nước có luật dân sự (civil law) - luật quy định quyền hạn và việc bồi thường của mỗi cá nhân - thì địa vị pháp lý quyền lợi và nghĩa vụ của người giao nhận ở các nước khác nhau có khác nhau. thông thường những người giao nhận phải lấy danh nghĩa của mình giao dịch cho công việc của người ủy thác, họ vừa là người ủy thác vừa là đại lý. Đối với người ủy thác (người nhận hàng hay người gửi hàng) họ được coi là đại lý còn đối với người chuyên chở họ lại là người ủy thác. Tuy nhiên thể chế mỗi nước sẽ có những điểm khác biệt.

Liên đoàn các hiệp hội giao nhận quốc tế (FIATA) đã soạn thảo Điều kiện kinh doanh tiêu chuẩn để các nước tham khảo xây dựng các điều kiện cho ngành giao nhận của nước mình, giải thích rõ ràng các nghĩa vụ, quyền lợi và trách nhiệm của người giao nhận.

Điều kiện kinh doanh tiêu chuẩn quy định người giao nhận phải:

- Tiến hành chăm sóc chu đáo hàng hóa được ủy thác.
- Điều hành và lo liệu vận tải hàng hóa được ủy thác theo chỉ dẫn của khách hàng về những vấn đề có liên quan đến hàng hóa đó.
- Người giao nhận không nhận đảm bảo hàng đến vào một ngày nhất định, có quyền cầm giữ hàng khi khách hàng của mình không thanh toán các khoản phí.
- Chỉ chịu trách nhiệm về lỗi lầm của bản thân mình và người làm công cho mình, không chịu trách nhiệm về sai sót của bên thứ ba, miễn là đã tỏ ra cần mẫn thích đáng trong việc lựa chọn bên thứ ba đó.

Những điều kiện này thường được hình thành phù hợp với tập quán thương mại hay thể chế pháp lý hiện hành ở từng nước.



Ở những nước chưa có Điều kiện kinh doanh tiêu chuẩn thì hợp đồng giữa người giao nhận và khách hàng sẽ quy định quyền lợi, nghĩa vụ và trách nhiệm mỗi bên.

### **1.3.6. Quyền và nghĩa vụ của người giao nhận**

Dù ở địa vị đại lý hay người ủy thác người giao nhận cũng phải chăm sóc chu đáo hàng hóa được ủy thác, thực hiện đúng những chỉ dẫn của khách hàng về những vấn đề có liên quan đến vận tải hàng hóa.

Khi đóng vai trò là đại lý, người giao nhận chịu trách nhiệm do lỗi lầm sai sót của bản thân mình và những người dưới quyền (cán bộ nhân viên trong doanh nghiệp) như giao hàng trái chỉ dẫn, lập chứng từ nhầm lẫn, quên thông báo khiến hàng phải lưu kho, lưu bãi tồn kém, làm sai thủ tục hải quan... Người giao nhận không chịu trách nhiệm về tổn thất do lỗi lầm, sai sót của bên thứ ba (người chuyên chở, người ký hợp đồng phụ, nhận lại dịch vụ...) miễn là người giao nhận đã thể hiện sự cẩn mẫn thích đáng trong việc lựa chọn bên thứ ba đó.

Khi đóng vai trò là người ủy thác thì ngoài những trách nhiệm của đại lý nói trên, người giao nhận còn chịu trách nhiệm về cả những hành vi và sơ suất của bên thứ ba mà người giao nhận sử dụng để thực hiện hợp đồng. Trong vai trò này người giao nhận thường đưa ra “giá trọn gói” chứ không phải chỉ nhận hoa hồng như đại lý. Người giao nhận thường đóng vai trò người ủy thác khi thu gom hàng lẻ, khi kinh doanh vận tải đa phương thức, khi đảm nhận tự vận chuyển hàng hóa hay nhận bảo quản hàng hóa trong kho của mình.

Trong việc hình thành những Điều kiện kinh doanh tiêu chuẩn, người giao nhận được hưởng một số miễn trừ trách nhiệm mà lẽ ra họ phải chịu. Trong luật tập tục, người giao nhận khi hoạt động như người chuyên chở, họ phải chịu trách

nhiệm về tổn thất hàng hóa trừ trường hợp tổn thất do nội tì của hàng hóa, do thiên tai hay những nhân tố khác được miễn trừ trách nhiệm theo luật tập tục.

Theo Luật Thương mại Việt Nam 1997, điều 167 quy định người làm dịch vụ giao nhận có những quyền và nghĩa vụ sau đây:

- Được hưởng tiền công và các khoản thu nhập hợp lý khác.
- Thực hiện đầy đủ các nghĩa vụ của mình theo hợp đồng.
- Trong quá trình thực hiện hợp đồng, người giao nhận có thể thực hiện khác với chỉ dẫn của khách hàng nếu có lý do chính đáng vì lợi ích của khách hàng nhưng phải thông báo ngay cho khách hàng.
- Sau khi ký kết hợp đồng, nếu xảy ra trường hợp có thể dẫn đến việc không thực hiện được toàn bộ hoặc một phần những chỉ dẫn của khách hàng thì phải thông báo ngay cho khách hàng biết để xin chỉ dẫn thêm.
- Trong trường hợp hợp đồng không có sự thỏa thuận về thời hạn cụ thể thực hiện nghĩa vụ với khách hàng thì phải thực hiện các nghĩa vụ của mình trong thời hạn hợp lý.

Theo Luật Thương mại Việt Nam, người làm dịch vụ giao nhận không phải chịu trách nhiệm về những mất mát, hư hỏng phát sinh trong những trường hợp:

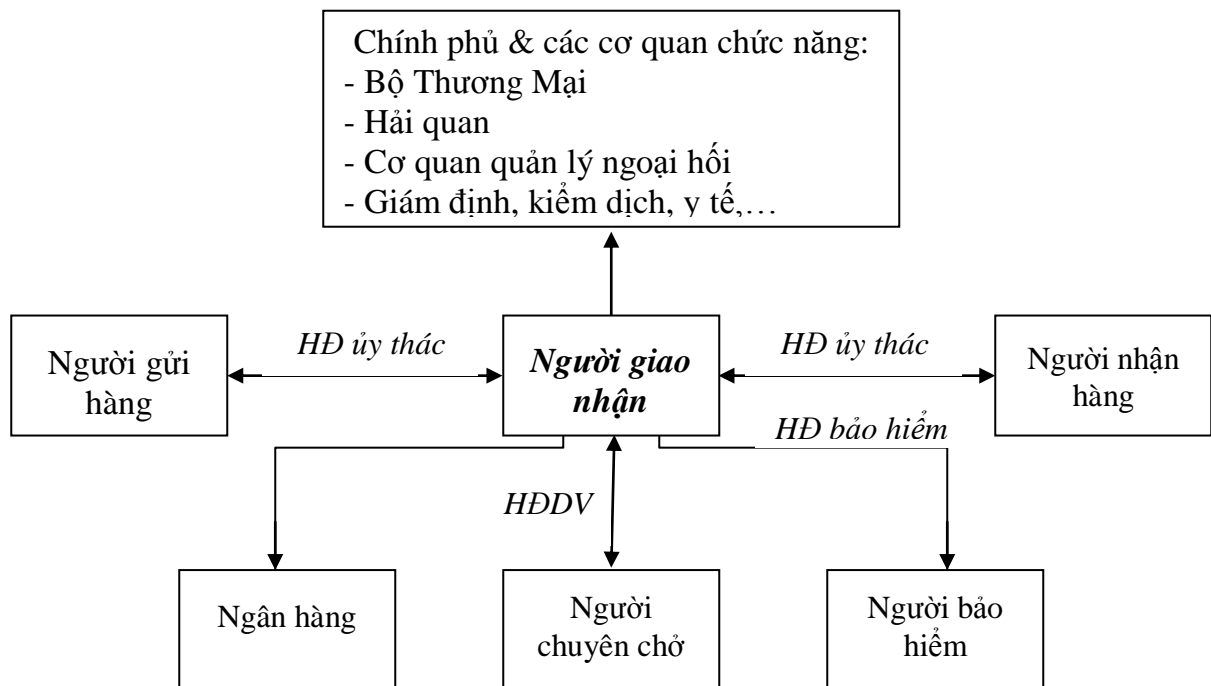
- Do lỗi của khách hàng hoặc của người được khách hàng uỷ quyền;
- Đã làm đúng theo những chỉ dẫn của khách hàng hoặc của người được khách hàng uỷ quyền.
- Khách hàng đóng gói và ghi ký mã hiệu không phù hợp.
- Do khách hàng hoặc người được khách hàng uỷ quyền thực hiện việc xếp dỡ hàng hóa.
- Do khuyết tật của hàng hóa.

- Do có đình công.
- Trường hợp bất khả kháng.
- Người giao nhận không chịu trách nhiệm về việc mất khoản lợi đáng lẽ khách hàng được hưởng về sự chậm trễ hoặc giao nhận hàng sai địa chỉ mà không phải do lỗi của mình, trừ trường hợp pháp luật có quy định khác.

### 1.3.7. Môi quan hệ của người giao nhận với các bên liên quan

Như trên đã nói, người giao nhận là người nhận sự ủy thác của chủ hàng để lo liệu việc vận chuyển hàng hóa từ nơi này đến nơi khác, mà trong quá trình vận chuyển hàng hóa phải qua rất nhiều giai đoạn, chịu sự kiểm tra, kiểm soát của rất nhiều cơ quan chức năng. Do đó, người giao nhận cũng phải tiến hành các công việc có liên quan đến rất nhiều bên.

Sơ đồ 1: mối quan hệ của người giao nhận với các bên liên quan



*Nguồn : Người viết đề tài*

Sơ đồ trên biểu thị mối quan hệ giữa người giao nhận với các bên liên quan nhưng không phủ nhận mối quan hệ giữa các bên với nhau, nhưng do phạm vi nghiên cứu giới hạn nên bài viết này không đề cập đến.

Trước hết là quan hệ với khách hàng, có thể là người gửi hàng hoặc người nhận hàng thuộc nhiều thành phần kinh tế khác nhau, mang nhiều quốc tịch khác nhau. Mối quan hệ này được điều chỉnh bằng hợp đồng ủy thác giao nhận.

Quan hệ với Chính phủ và các cơ quan chức năng đại diện cho Chính phủ như: Bộ Thương mại, Hải quan, Giám định, Cơ quan quản lý ngoại hối, kiểm dịch, y tế,...

Quan hệ với người chuyên chở và đại lý của người chuyên chở: đó có thể là chủ tàu, người môi giới, hay bất kỳ người kinh doanh vận tải nào khác, mối quan hệ này được điều chỉnh bằng hợp đồng cung cấp dịch vụ.

Ngoài ra, người giao nhận còn có mối quan hệ nghiệp vụ với ngân hàng, người bảo hiểm.

### **1.3.8. Vai trò của người giao nhận trong thương mại quốc tế**

Từ trước đến nay các “Forwarders” vẫn được coi như những người trung gian trong quá trình vận chuyển và giao nhận hàng hoá. Nhiều người cho rằng sự tồn tại của nghề này sẽ không còn được bao lâu nữa bởi lẽ công nghệ thông tin trên mạng toàn cầu đã phát triển mạnh mẽ và trở nên phổ biến, các chủ hàng có thể giao dịch trực tiếp với các nhà vận chuyển lớn.

Tuy nhiên, nhận định như vậy còn quá sớm vì người giao nhận vẫn đóng một vai trò rất quan trọng. Họ là người điều phối làm sao để toàn bộ quá trình vận chuyển hàng hóa được thông suốt. Chúng ta biết thương mại điện tử là rất tốt, nhưng người ta vẫn phải cần một ai đó thực giao nhận món hàng. Các hãng tàu chỉ quan tâm làm sao cho các container của họ được đầy hàng. Các nhà cung cấp hàng hóa đôi khi cũng có thể chấp nhận vận chuyển một container đầy hàng của họ cho một khách hàng nào đó. Nhưng nếu một container lại chứa hàng của rất nhiều người mua thì có lẽ chẳng ai khác ngoài người giao nhận có thể đưa chúng đến tay người mua hàng. Có thể nói, người giao nhận đóng một vai trò rất quan trọng trong thương mại quốc tế.

### **1.3.9. Phạm vi của dịch vụ giao nhận**

Người giao nhận có thể làm dịch vụ một cách trực tiếp hoặc thông qua các đại lý và thuê dịch vụ của những bên thứ ba khác.

Những dịch vụ mà người giao nhận thường tiến hành là:

- Chuẩn bị hàng hoá để chuyên chở.
- Tổ chức chuyên chở hàng hoá trong phạm vi ga cảng.
- Làm tư vấn cho chủ hàng trong việc chuyên chở hàng hoá.
- Ký kết hợp đồng vận tải với người chuyên chở, thuê tàu, lưu cước.
- Làm thủ tục nhận hàng, gửi hàng.
- Làm thủ tục hải quan, kiểm nghiệm, kiểm dịch.
- Mua bảo hiểm cho hàng hoá.
- Lập các chứng từ cần thiết trong quá trình gửi hàng, nhận hàng.
- Thanh toán, thu đổi ngoại tệ.
- Nhận hàng từ chủ hàng, giao cho người chuyên chở và giao cho người nhận.

- Gom hàng, lực chọn tuyến đường vận tải, phương thức vận tải và người chuyên chở thích hợp.
- Đóng gói bao bì, phân loại, tái chế hàng hóa.
- Lưu kho, bảo quản hàng hoá.
- Nhận và kiểm tra các chứng từ cần thiết liên quan đến sự vận động của hàng hoá
- Thanh toán cước phí, chi phí xếp dỡ, chi phí lưu kho, lưu bãi..
- Thông báo tình hình đi và đến của các phương tiện vận tải.
- Thông báo tổn thất với người chuyên chở.
- Giúp chủ hàng trong việc khiếu nại đòi bồi thường.
- Không chỉ có vậy, các đại lý giao nhận còn cung cấp gần như mọi nhu cầu đặc biệt của chủ hàng. Trong những năm gần đây, người giao nhận thường cung cấp dịch vụ vận tải đa phương thức, đóng vai trò là MTO và phát hành cả chứng từ vận tải.

#### **1.3.10. Hiệp hội của các doanh nghiệp giao nhận vận tải tại Việt Nam**

- Hiệp hội giao nhận kho vận Việt Nam ( Vietnam Freight Forwarders Association ) – VIFFAS
- Hiệp hội đại lý và môi giới hàng hải Việt Nam ( Vietnam Ship Agents and Brokers Association ) - VISABA

### **1.4. Dịch vụ giao logistics, sự phát triển của dịch vụ giao nhận vận tải.**

#### **1.4.1 Định nghĩa sơ lược về dịch vụ logistics**

Dịch vụ logistics được định nghĩa theo điều 233 Luật Thương Mại Việt Nam năm 2005 như sau : Dịch vụ logistics là hoạt động thương mại, theo đó thương

nhân tổ chức thực hiện một hoặc nhiều công đoạn bao gồm nhận hàng, vận chuyển, lưu kho, lưu bãi, làm thủ tục hải quan, các thủ tục giấy tờ khác, tư vấn khách hàng, đóng gói bao bì, ghi ký mã hiệu, giao hàng hoặc các dịch vụ khác có liên quan đến hàng hóa theo thỏa thuận với khách hàng để nhận thù lao.

#### **1.4.2. Những nhà cung cấp dịch vụ logistics**

Logistics bên thứ hai - 2PL ( Second Party Logistics ) : người cung cấp dịch vụ logistics bên thứ hai là người cung cấp dịch vụ cho một hoạt động đơn lẻ như vận tải, kho bãi, thanh toán,... để đáp ứng nhu cầu của chủ hàng, chưa có tích hợp hoạt động logistics.

Logistics bên thứ ba – 3PL ( Third Party Logistics ) : Người thay mặt cho chủ hàng quản lý và thực hiện các dịch vụ logistics, do đó 3 PL tích hợp các dịch vụ khác nhau, kết hợp chặt chẽ việc luân chuyển, tồn trữ hàng hóa, xử lý thông tin .... trong dây chuyền cung ứng.

Logistics bên thứ tư 4PL (Fourth Party Logistics) được coi như tổng thầu của logistics, chịu trách nhiệm quản lý dòng lưu chuyển logistics, cung cấp giải pháp dây chuyền cùng ứng, hoạch định, tư vấn logistics , quản trị vận tải giao nhận.... 4PL hướng đến quản trị cả quá trình logistics như nhận hàng từ nơi sản xuất , làm thủ tục xuất nhập khẩu đưa hàng đến nơi tiêu thụ cuối cùng

Logistics bên thứ năm 5PL ( Fifth Party Logistics ) Đây là một khái niệm logistics xuất hiện cùng với sự phát triển của thương mại điện tử. 5PL phát triển nhằm phục vụ cho thương mại điện tử, các nhà cung cấp dịch vụ 5PL là các 3PL và 4PL, đứng ra quản lý toàn chuỗi phân phối trên nền tảng thương mại điện tử.

#### **1.4.3 dịch vụ logistics - sự phát triển cao hơn của dịch vụ giao nhận vận tải.**

Logistics là sự phát triển của dịch vụ vận tải giao nhận ở trình độ cao và hoàn thiện. Qua các giai đoạn phát triển, logistics đã làm cho khái niệm vận tải giao

nhận truyền thống ngày càng đa dạng và phong phú thêm. từ chỗ thay mặt khách hàng để thực hiện các công việc đơn điệu, lẻ tẻ, tách biệt như : thuê tàu, lưu cước, chuẩn bị hàng, đóng gói, tái chế hàng, làm thủ tục hải quan... cho tới cung cấp trọn gói một dịch vụ vận chuyển từ kho đến kho ( door to door ) đúng nơi đúng lúc để phục vụ yêu cầu của khách hàng. Từ chỗ đóng vai trò là đại lý, người được ủy thác trở thành một bên chính trong các hoạt động vận tải giao nhận với khách hàng, chịu trách nhiệm trước các nguồn luật điều chỉnh đối với những hành vi của mình. Không phải như trước kia chỉ cần vài chiếc xe tải , kho chứa hàng ... là có thể triển khai cung cấp dịch vụ vận tải giao nhận cho khách hàng. Ngày nay, yêu cầu dịch vụ cung cấp cho khách hàng đa dạng, phong phú, người cung cấp dịch vụ phải tổ chức quản lý một hệ thống đồng bộ từ giao nhận đến vận tải, cung ứng nguyên vật liệu phục vụ sản xuất kinh doanh, bảo quản hàng hóa trong kho, phân phối hàng hóa đúng nơi, đúng lúc, sử dụng thông tin điện tử để theo dõi kiểm tra. Hoạt động vận tải giao nhận đã chuyển sang hoạt động tổ chức quản lý toàn bộ dây chuyền phân phối vật chất và trở thành một bộ phận không thể thiếu của chuỗi mắt xích cung cầu ... Rõ ràng dịch vụ giao nhận vận tải không còn đơn thuần như trước mà được phát triển ở mức độ cao với đầy tính phức tạp. Người vận tải giao nhận trở thành người cung cấp dịch vụ logistics ( Logistics Service Provider ).



## **CHƯƠNG II – THỰC TRẠNG CỦA CÁC CÔNG TY GIAO NHẬN VẬN TẢI NHỎ VÀ VỪA CỦA VIỆT NAM.**

### **2.1 Tình hình kinh tế Việt Nam cuối năm 2008 và thị trường giao nhận vận tải của Việt Nam**

#### **2.1.1. Tác động của khủng hoảng kinh tế toàn cầu tới nền kinh tế Việt Nam và ngành giao nhận vận tải.**

a. Khủng hoảng kinh tế toàn cầu ảnh hưởng xấu đến kinh tế Việt Nam. Nền kinh tế Việt Nam trong năm 2008 và những tháng đầu năm 2009 đã trải qua những trạng thái hoàn toàn trái ngược từ quá nóng sang quá lạnh.

Những tháng đầu năm 2008 do giá nguyên liệu, dầu mỏ và lương thực tăng chóng mặt kèm theo chính sách nới lỏng tiền tệ và tài khóa một cách quá mức của chính phủ trong những năm trước đây đã tạo là chỉ số giá tiêu dùng tăng vọt ở mức cao nhất trong vòng 17 năm qua lên đến 23%. Đồng thời với đó do nền kinh tế phát triển quá nóng dẫn tới đầu tư tràn lan kém hiệu quả gây ra nhập khẩu tăng vọt đẩy thâm hụt thương mại lên mức kỉ lục là 17 tỷ USD. Mức thâm hụt lớn này gây sức ép lên VND và khiến VND có khả năng bị mất giá nghiêm trọng. Trước hoàn cảnh khó khăn đó chính phủ Việt Nam đã thực thi hàng loạt các biện pháp cấp bách như thắt chặt tiền tệ (lãi suất cơ bản có lúc đã đẩy lên đến mức 14%), siết chặt đầu tư công và chi tiêu chính phủ bằng việc đình hoãn, hủy bỏ hàng loạt các dự án chưa cấp bách. Các chính sách này đã tỏ ra hiệu quả khi lạm phát đã hạ nhiệt vào các tháng cuối năm, thâm hụt thương mại giảm bớt qua đó tỷ giá VND/USD đã trở nên cân bằng và ổn định hơn. Nền kinh tế Việt Nam đã thoát khỏi nguy cơ đổ vỡ.

Tuy nhiên chưa kịp phục hồi, ngay sau đó Việt Nam lại tiếp tục phải đối mặt với những thử thách khó khăn hơn đến từ cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu bắt nguồn từ những tháng cuối năm 2008. Cuộc khủng hoảng này đã tác động mạnh mẽ vào nền kinh tế Việt Nam khi nhu cầu hàng hóa của toàn cầu suy giảm nghiêm trọng. Điều này dẫn tới sự sụt giảm xuất khẩu cũng như đầu tư của Việt Nam tạo ra nguy cơ suy thoái kinh tế và đe dọa làm mất cân bằng cán cân thương mại một lần nữa.

Quan sát các chỉ tiêu kinh tế cơ bản của Việt Nam trong năm 2007 và 2008 ở bảng dưới đây có thể thấy nền kinh tế Việt Nam đã yếu đi rõ rệt và dễ bị tổn thương hơn bao giờ hết.

**Bảng 4 : So sánh các chỉ tiêu kinh tế năm 2007 và 2008**

Năm	2007	2008
Tăng trưởng GDP (%)	8.5	6.2
Tăng trưởng tiêu dùng cá nhân (%)	9.6	3.9
Tăng trưởng chi tiêu công (%)	8.9	8.0
Tăng trưởng đầu tư (%)	23.0	14.0
Tăng trưởng xuất khẩu (%)	15.2	10.6
Tăng t-ởng nhập khẩu (%)	21.3	15.1
Chỉ số giá tiêu dùng (avg, %)	12.6	23.0
Tỷ giá hối đoái, VND:USD	16,096	16,989

*Nguồn : Toàn cảnh kinh tế Việt Nam năm 2008 và dự báo năm 2009*

<http://www.sanotc.com/News/ViewItem.aspx?hl=vi&item=334622>

b. Những ảnh hưởng từ suy thoái đến doanh nghiệp giao nhận vận tải, đặc biệt là các doanh nghiệp vận tải vừa và nhỏ

Kim ngạch xuất nhập khẩu giảm mạnh. Có thể thấy chỉ số xuất khẩu và nhập khẩu của Việt Nam trong năm 2008 đều đã giảm so với năm 2007. Và xu hướng đó vẫn tiếp tục và được thể hiện qua tháng đầu năm 2009. tháng đầu tiên của năm 2009, kim ngạch xuất khẩu chỉ đạt 3,8 tỷ USD, giảm tới hơn 1 tỷ USD so với mức 4,9 tỷ USD tháng 12/2008 và gần 25% so với cùng kỳ năm ngoái. Trong chiều ngược lại, kim ngạch nhập khẩu cũng giảm mạnh với mức 4,1 tỷ USD, giảm tới 45% so với cùng kỳ năm ngoái. Một số mặt hàng nhập khẩu giảm đáng kể như ô tô giảm tới hơn 70%; phôi thép giảm hơn 80%; chất dẻo và hóa chất giảm hơn 50%, xăng dầu gần 75% so với cùng kỳ. Kim ngạch xuất nhập khẩu cho thấy những vấn đề rất dễ nhận ra như sau :

- Trong thời kỳ khủng hoảng, các hộ gia đình đã thắt chặt chi tiêu của mình, họ sẽ cân nhắc kỹ lưỡng hơn và đặc biệt hạn chế mua các mặt hàng tiêu dùng, thậm chí là thiết yếu ngoại nhập mà thay vào đó là sử dụng các mặt hàng tương tự trong nội địa. Với lý do này, các doanh nghiệp nhập khẩu những mặt hàng như thế sẽ lâm vào tình cảnh kinh doanh khó khăn, hàng tồn kho nhiều, và sẽ hạn chế số lượng nhập khẩu của mình, quay sang kinh doanh các mặt hàng nội, thậm chí là chuyển ngành hàng.
- Không chỉ Việt Nam, mà các hộ gia đình, thị trường toàn cầu cũng đang lâm vào tình cảnh khó khăn tương tự và cũng hạn chế nhập những mặt hàng từ nước ngoài, trong đó có Việt Nam. Điều đó khiến các doanh nghiệp xuất khẩu lâm nguy khi hàng sản xuất ra không tìm được đầu ra, các thị trường khách hàng cũ thì liên tiếp giảm các đơn hàng.

- Mặt khác, có thể thấy rằng các doanh nghiệp sản xuất dùng nguyên vật liệu nhập ngoại cũng đang thắt chặt chi tiêu, họ thay thế nguyên vật liệu nhập ngoại bằng cách thay thế nguyên vật liệu nội, cắt giảm sản xuất.....

Những điều này nói lên nhu cầu của các doanh nghiệp, mà ở đây là các doanh nghiệp thương mại quốc tế tại Việt Nam sẽ có nhu cầu thuê dịch vụ vận tải giao nhận ít hơn trước. Đây các doanh nghiệp kinh doanh vận tải giao nhận vừa và nhỏ vào tình thế mất khách hàng, thiếu khách hàng thậm chí là không có khách hàng trong thời gian dài.

Trong bối cảnh khủng hoảng tại Việt Nam, việc thắt chặt tín dụng đã xảy ra như một điều tất yếu, đặc biệt là thắt chặt tín dụng ngoại tệ, đã gây ra rất nhiều khó khăn cho các doanh nghiệp vận tải giao nhận vừa và nhỏ. Thiếu nguồn tín dụng ngoại tệ, các doanh nghiệp giao nhận vận tải vừa và nhỏ vốn đã hạn hẹp về vốn mà đặc biệt là ngoại tệ (USD là điển hình), mất khả năng xoay vòng ngoại tệ của mình, khiến họ không dám cung cấp các dịch vụ dài ngày, không thể tung ra các chiêu khuyến mãi bằng cách cho khách chậm thanh toán. Các doanh nghiệp này giờ chỉ có thể tham gia cung cấp các dịch vụ có thể thanh toán bằng đồng nội tệ, các dịch vụ ngắn ngày như vận tải tuyến ngắn, vận tải nội địa, chuyển phát nhanh, khai quan, kho bãi.... Điều này hạn chế rất nhiều khả năng kinh doanh, hình ảnh trong mắt khách hàng của doanh nghiệp giao nhận vận tải vừa và nhỏ.

Không chỉ có vậy, thắt chặt tín dụng khiến các doanh nghiệp này không thể tiếp cận các nguồn vốn vay nội tệ, một phần cũng rất quan trọng đối với họ trong duy trì công việc kinh doanh trong thời buổi khó khăn. Và càng khó khăn hơn nếu họ muốn sử dụng nguồn vốn đó cho các kế hoạch phát triển của mình như mở rộng chi nhánh, đào tạo nhân viên, mua sắm trang thiết bị ....

Tỷ giá USD với VND tăng cao cũng ảnh hưởng xấu đến tài chính của các doanh nghiệp giao nhận vận tải vừa và nhỏ. Công việc chủ yếu hiện tại của các doanh nghiệp giao nhận vận tải ngoài các việc sử dụng đồng nội tệ hay nguồn lực tự có như vận tải nội địa, khai quan, kho bãi... là mua giá dịch vụ giao nhận vận tải của các hãng vận tải và logistics nước ngoài, rất quy mô và nổi tiếng để bán lại cho khách hàng trong nước. Các hãng này thì thường muốn được trả bằng các đồng tiền mạnh như USD. Trong khi đó khách hàng thì đa phần là thanh toán khi hàng về, hoặc thậm chí là chậm thanh toán. Cả hai điều này dẫn đến rủi ro tài chính cao cho doanh nghiệp giao nhận vận tải vừa và nhỏ.

### **2.1.2. Việt Nam ra nhập WTO**

#### **a. Cam kết WTO của Việt Nam về vận tải**

Vận tải đường biển sẽ mở cửa tối đa. Trong WTO có 4 mức cam kết mở cửa thị trường hàng hải thì VN chọn mức thứ 3. Đối với giới kinh doanh vận tải biển, điều này có nghĩa VN mở cửa gần như hoàn toàn lĩnh vực hàng hải, với sự hiện diện của tổ chức đầu tư nhiều hơn cá nhân. Theo cam kết gia nhập WTO, các nhà cung cấp dịch vụ vận tải đường biển quốc tế được sử dụng 10 loại dịch vụ tại cảng dựa trên các điều kiện hợp lý và không phân biệt đối xử, gồm: hoa tiêu; lai dắt; cung cấp lương thực, thực phẩm, nhiên liệu và nước; thu gom nước và nước dằn thái; dịch vụ cửa cảng vụ; phao tiêu báo hiệu; các dịch vụ trên bờ cần thiết cho hoạt động của tàu, bao gồm thông tin liên lạc, cung cấp điện và nước; trang thiết bị sửa chữa khẩn cấp; dịch vụ neo đậu, cặp cầu và neo buộc tàu; tiếp cận các dịch vụ đại lý hàng hải.

Các công ty vận tải biển nước ngoài được phép thành lập liên doanh với vốn góp không quá 51% ngay từ khi VN gia nhập WTO và được phép thành lập công ty 100% vốn nước ngoài sau 5 năm kể từ khi gia nhập để thực hiện các dịch vụ

hỗ trợ cho hoạt động vận tải biển của chính công ty đó. Với cam kết này, các hãng tàu nước ngoài sẽ thành lập công ty liên doanh để được thực hiện các dịch vụ hỗ trợ vận tải cho chính hãng tàu đó tại Việt Nam, thay vì như trước đây, khi các hãng tàu nước ngoài vận chuyển hàng hoá đến cảng biển Việt Nam phải thông qua các đại lý tàu biển và đại lý vận tải để thực hiện các công việc của chủ tàu và cung cấp dịch vụ trọn gói cho khách hàng của mình. Ngay sau khi gia nhập, các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài chỉ được thực hiện các hoạt động sau: bán và tiếp thị dịch vụ vận tải biển qua giao dịch trực tiếp với khách hàng, từ niêm yết giá tới lập chứng từ; đại diện cho chủ hàng; cung cấp các thông tin kinh doanh theo yêu cầu; chuẩn bị tài liệu liên quan tới chứng từ vận tải bao gồm chứng từ hải quan hoặc các chứng từ khác liên quan đến xuất xứ và đặc tính của hàng vận chuyển; và cung cấp dịch vụ vận tải nội địa bằng tàu mang cờ Việt Nam trong trường hợp cung cấp dịch vụ vận tải tích hợp.

Sau 5 năm kể từ khi gia nhập, các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài mới được phép thực hiện thêm hai hoạt động: Thay mặt công ty tổ chức cho tàu vào cảng hoặc tiếp nhận hàng khi có yêu cầu; Đàm phán và ký kết hợp đồng vận tải đường bộ, đường sắt, đường thủy nội địa liên quan tới hàng hoá do công ty vận chuyển.

Theo cam kết của Việt Nam trong WTO, số lượng liên doanh do các công ty vận tải biển nước ngoài được phép thành lập tại thời điểm gia nhập không được vượt quá 5. Sau đó, cứ hai năm một sẽ cho phép thêm 3 liên doanh. Sau 5 năm kể từ khi gia nhập, không hạn chế số lượng liên doanh.

VN cũng cam kết mở cửa hơn đối với các dịch vụ hỗ trợ vận tải biển. Đối với dịch vụ xếp dỡ containe, Việt Nam cho phép thành lập liên doanh đến 50% vốn nước ngoài; dịch vụ thông quan cho phép liên doanh với 51% vốn nước ngoài

ngay khi gia nhập WTO và sau 5 năm không hạn chế tỷ lệ vốn trong liên doanh; dịch vụ bãi container cho phép liên doanh với 51% vốn nước ngoài ngay khi gia nhập và sau 7 năm không hạn chế.

Theo đánh giá của các chuyên gia, cam kết của VN về vận tải biển là khá cao so với cam kết của các nước đã gia nhập WTO trước đây, kể cả đối với Trung Quốc. Đối với dịch vụ vận tải biển, Việt Nam cam kết “không hạn chế” ở phương thức cung cấp dịch vụ qua biên giới đối với vận tải hàng hóa quốc tế, nghĩa là các nhà cung cấp dịch vụ vận tải biển nước ngoài thực hiện việc vận chuyển hàng hóa xuất nhập khẩu cho thương nhân Việt Nam mà không có bất cứ hạn chế gì.

Còn đối với phương thức hiện diện thương mại để cung cấp dịch vụ, cam kết chia thành 2 loại khác nhau theo mục tiêu hoạt động của công ty. Sau 2 năm kể từ khi gia nhập, Việt Nam cho phép nhà cung cấp dịch vụ nước ngoài thành lập công ty liên doanh để khai thác đội tàu mang quốc tịch Việt Nam với phần vốn góp của nước ngoài không vượt quá 49% tổng vốn pháp định.

Nếu cánh cửa của ngành vận tải đường biển được mở tối đa thì các ngành dịch vụ vận tải đường bộ, đường sắt, thủy nội địa, hàng không chỉ mở dần từng cánh với mức độ cam kết ít hơn:

Đối với dịch vụ vận tải đường bộ, đa số nhà cung cấp dịch vụ trong nước là các doanh nghiệp nhỏ và hộ gia đình, vì vậy cam kết chỉ dừng ở mức độ cho phép liên doanh đến 49% vốn nước ngoài ngay khi gia nhập; sau 3 năm tùy theo nhu cầu thị trường có thể cho phép liên doanh đến 51% để vận tải hàng hóa và 100% lái xe của liên doanh phải là công dân Việt Nam. Riêng trong lĩnh vực này, một thành viên của WTO đã bày tỏ quan ngại về những hạn chế về vốn góp và kiểm tra nhu cầu kinh tế trong cam kết của Việt Nam về dịch vụ vận tải đường bộ. Thành viên này hỏi cụ thể những hạn chế này sẽ ảnh hưởng như thế

nào tới khả năng cung cấp dịch vụ chuyển phát nhanh của các công ty nước ngoài. Phía Việt Nam đã xác nhận rằng các công ty chuyển phát nhanh có vốn đầu tư nước ngoài được cấp phép cung cấp dịch vụ chuyển phát nhanh tại Việt Nam theo các cam kết của Việt Nam về dịch vụ chuyển phát nhanh sẽ có quyền sở hữu và vận hành các phương tiện vận tải đường bộ để cung cấp dịch vụ chuyển phát nhanh của mình. Ban Công tác đã ghi nhận cam kết này của Việt Nam.

Đối với dịch vụ vận tải đường thủy nội địa, Việt Nam cam kết kể từ ngày gia nhập, nhà cung cấp dịch vụ nước ngoài chỉ được phép cung cấp dịch vụ thông qua việc thành lập liên doanh với đối tác Việt Nam, trong đó phần vốn góp của phía nước ngoài không được vượt quá 49% tổng vốn pháp định.

Trong lĩnh vực dịch vụ vận tải hàng không, các hãng hàng không nước ngoài được phép cung cấp dịch vụ bán và tiếp thị sản phẩm hàng không tại Việt Nam thông qua văn phòng bán vé của mình hoặc các đại lý tại Việt Nam. Đối với dịch vụ đặt, giữ chỗ bằng máy tính, Việt Nam không hạn chế, ngoại trừ nhà cung cấp dịch vụ nước ngoài phải sử dụng mạng viễn thông công cộng dưới sự quản lý của nhà chức trách viễn thông Việt Nam. Đối với dịch vụ bảo dưỡng và sửa chữa máy bay, kể từ khi gia nhập, Việt Nam cho phép thành lập liên doanh, trong đó phần vốn góp của phía nước ngoài không vượt quá 51%. Sau 5 năm kể từ khi gia nhập, cho phép thành lập doanh nghiệp 100% vốn đầu tư nước ngoài. Đối với dịch vụ vận tải đường sắt, các nhà cung cấp nước ngoài được cung cấp dịch vụ vận tải hàng hoá thông qua việc thành lập liên doanh với đối tác Việt Nam trong đó phần vốn góp của phía nước ngoài không được vượt quá 49% tổng vốn pháp định.

Lĩnh vực dịch vụ hỗ trợ mọi phương thức vận tải bao gồm dịch vụ xếp dỡ container, dịch vụ kho bãi và dịch vụ đại lý vận tải hàng hoá được cam kết cụ



thể như sau: Đối với dịch vụ xếp dỡ container, trừ dịch vụ cung cấp tại các sân bay, kể từ ngày gia nhập chỉ cho phép các nhà cung cấp dịch vụ nước ngoài cung cấp dịch vụ thông qua liên doanh với đối tác Việt Nam trong đó tỷ lệ vốn góp của phía nước ngoài không quá 50%. Đối với dịch vụ kho bãi và dịch vụ đại lý vận tải hàng hoá, Việt Nam không hạn chế tiếp cận thị trường, ngoại trừ kể từ ngày gia nhập cho phép thành lập liên doanh trong đó tỷ lệ vốn nước ngoài không được vượt quá 51%. Sau 7 năm kể từ khi gia nhập, không hạn chế.

Đối với các dịch vụ khác, Việt Nam chưa cam kết trừ dịch vụ môi giới vận tải hàng hoá, không hạn chế sau 5 năm kể từ khi gia nhập. Kể từ ngày gia nhập, các nhà cung cấp dịch vụ nước ngoài chỉ được cung cấp dịch vụ thông qua thành lập liên doanh với đối tác Việt Nam trong đó tỷ lệ vốn của bên nước ngoài không quá 49%. Sau 3 năm kể từ khi gia nhập, hạn chế này sẽ là 51%. 4 năm sau đó, hạn chế về vốn này sẽ được bãi bỏ

Qua các thông tin này, ta có thể thấy những điều bất lợi đối với các doanh nghiệp giao nhận vận tải vừa và nhỏ ở nước ta. Nếu nói về việc ngành vận tải biển mở cửa tối đa, thì với các hãng vận tải nội không mấy ảnh hưởng bởi cho đến nay phần đông các tuyến vận tải biển quốc tế vẫn do các hãng tàu nước ngoài thực hiện. Tuy nhiên có thể thấy một thực trạng, các hãng tàu lớn luôn luôn có các hãng công ty con hoạt động trong ngành logistics làm vệ tinh cho mình. Ví dụ điển hình có thể đưa ra là MAERSK line có MAERSK logistics Vietnam , APL carrier có APL logistics , NYK có NYK logistics , MOL có MOL logistics. COSCO có liên doanh COSFI. Và một điều tương tự đối với các hãng tàu lớn khác, khi họ vào Việt Nam, họ cũng sẽ mang theo các công ty logistics, giao nhận vận tải của riêng mình vào thị trường Việt Nam, không sớm thì muộn. Có những bất lợi sau khi điều này xảy ra với doanh nghiệp giao nhận vận tải vừa và nhỏ của Việt Nam:

- Thứ nhất, việc tất nhiên đối với các hãng tàu là phải hỗ trợ công ty con của mình và ngược lại. Điều này sẽ dẫn đến bất lợi với các doanh nghiệp giao nhận vận tải Việt Nam khi làm điều đơn giản nhất là “ mua giá vận tải quốc tế “ từ các hãng tàu ngoại.
- Thứ hai, không cần kể đến các công ty logistics là công ty con của cảng hãng tàu lớn trên thế giới, các doanh nghiệp Việt Nam khó lòng cạnh tranh được với các doanh nghiệp của nước ngoài bởi thua về vốn, kinh nghiệm, quy mô... rất nhiều phương diện. Hiện tại đã có rất nhiều doanh nghiệp logistics nước ngoài hoạt động tại Việt Nam và họ đã chứng minh được vị thế cũng như khả năng cạnh tranh cao của mình, ví dụ như Logwin, SDV. Và những năm tới đây, với việc cánh cửa thị trường giao nhận tải , logistics sẽ tiếp tục được mở rộng, thì có thể nói áp lực cạnh tranh với các doanh nghiệp vừa và nhỏ của Việt Nam sẽ ngày càng lớn, nguy cơ thị trường dịch vụ logistics rơi vào tay các công ty ngoại là rất cao.

b. Những hy vọng, thuận lợi cho doanh nghiệp giao nhận vừa và nhỏ khi Việt Nam ra nhập WTO

Nếu nói Việt Nam ra nhập WTO và cam kết vận tải của Việt Nam chỉ mang đến những thách thức khó khăn cho các doanh nghiệp giao nhận vận tải vừa và nhỏ của Việt Nam là hoàn toàn không đúng.

Thứ nhất, khi Việt Nam ra nhập WTO, đồng nghĩa với mặt dịch quốc tế của Việt Nam sẽ có khả năng tăng cao nhờ hàng rào thuế quan của các nước với Việt Nam cũng như ngược lại được hạ hay bãi bỏ. Mặt dịch quốc tế có nghĩa là nhu cầu về dịch vụ giao nhận vận tải tăng lên, và đó là cơ hội cho các doanh nghiệp Việt Nam. Không chỉ có vậy, cơ hội để các doanh nghiệp Việt Nam thâm nhập vào thị trường giao nhận nước ngoài cũng là hoàn toàn được mở khi hội nhập.

Thứ hai, cam kết vận tải của Việt Nam cho phép các doanh nghiệp nước ngoài đầu tư vào Việt Nam đã tạo cơ hội để các doanh nghiệp giao nhận vừa và nhỏ của Việt Nam có thể huy động vốn, kinh nghiệm, nhân lực, kỹ thuật của các doanh nghiệp nước ngoài. Và với một lộ trình mở cửa không quá nhanh và đột ngột, thì vấn đề chỉ là ở các doanh nghiệp vừa và nhỏ sẽ tận dụng cơ hội đó ra sao để vừa tăng được quy mô, vốn, kỹ thuật, nhân lực nhưng đồng thời cũng không để phụ thuộc quá nhiều và đánh mất thương hiệu của mình trong quá trình đó.

### **2.1.3. Cơ sở hạ tầng giao thông vận tải của Việt Nam.**

Không thể phủ nhận rằng, những năm vừa qua, Đảng và nhà nước đã có rất nhiều sự quan tâm đến việc cải thiện hệ thống cơ sở hạ tầng của đất nước trong đó có hệ thống đường xá, sân ga, cầu cảng, kho bãi phục vụ cho giao thông vận tải và các hoạt động có liên quan. Tuy nhiên, hệ thống cơ sở hạ tầng này vẫn còn rất yếu kém và chính đó là lý do gây ra những khó khăn cho toàn bộ nền kinh tế nói chung, và các doanh nghiệp hoạt động dịch vụ giao nhận vận tải nói riêng.

#### **a. Hệ thống cảng biển**

Với chiều dài bờ biển là 3260 km, Việt Nam hiện có khoảng 160 bến cảng với hơn 300 cầu cảng và tổng chiều dài tuyến bến đạt hơn 36km. Các cảng biển Việt Nam hiện do rất nhiều bộ, ngành, doanh nghiệp, các địa phương, ban quản lý khu công nghiệp, khu kinh tế, đầu tư, quản lý và khai thác. Với tốc độ xây dựng cầu bến mỗi năm tăng 6%, bình quân mỗi năm cả nước có thêm gần 2km cầu cảng.

Tuy nhiên hệ thống cảng biển Việt Nam có số lượng bến cảng tổng hợp và chuyên dùng là chủ yếu, bến container chiếm rất ít, trong khi xu thế vận chuyển hàng hóa bằng container đang ngày càng tăng cao. Hơn nữa, hầu hết các bến cảng của Việt Nam đều không đáp ứng được tàu có trọng tải trên 50.000 DWT

ra vào làm hàng, nếu có, chủ yếu là các cầu bến chuyên dụng. Cầu cảng khả năng tiếp nhận cho tàu từ 20.000 đến 50.000 DWT chiếm 8.84%, tàu từ 10.000 DWT đến 20.000 DWT chiếm 35,58% và cho tàu dưới 10.000 DWT là 46,53%. Riêng tàu chở hàng rời cỡ lớn từ 80.000 DWT và tàu container từ 6.000 DWT trở lên thì không thể vào gần bờ.

Luồng lạch ra vào các cảng biển Việt Nam đều dọc theo các con sông, mức dao động thủy triều lớn, chịu ảnh hưởng rất nhiều của sa bồi, luồng lạch dài và chiều sâu hạn chế đã ảnh hưởng rất nhiều đến việc tiếp cận cảng của các tàu lớn. Các cảng đều có hệ thống đường ô tô nối liền với đường bộ quốc gia, song các tuyến đường này thường xuyên phải đối mặt với tình trạng giao thông ngưng trệ, chỉ hoạt động được vào ban đêm nên hạn chế rất nhiều năng suất của cảng. Các tuyến đường sắt vào tới tận cầu tàu hiện chỉ mới có tại cảng Hải Phòng. Còn lại việc vận chuyển hàng hóa bằng đường sắt phải thêm một công đoạn dùng xe ô tô, nên cũng rất hạn chế năng suất vận tải. Mặt khác, đường sắt Việt Nam là đường đơn, khổ hẹp và đi qua khu đô thị nên hoạt động chủ yếu là vào đêm.

Về công nghệ bốc xếp, trừ một số bến cảng của Chùa Vẽ (Hải Phòng), cảng Tiên Sa (Đà Nẵng), Tân Cảng, VIC, Bến Nghé, Tân Thuận (TP.HCM) đã trang bị một số phương tiện thiết bị xếp dỡ hiện đại, chuyên dụng container, còn lại hầu hết các cảng biển Việt Nam chủ yếu sử dụng thiết bị bốc xếp thông thường, thô sơ hoặc cần cầu tàu là chính. Các hoạt động bốc xếp nhiều khi còn mang tính chất chấp vá nên hiệu quả kinh tế chưa cao. Năng suất xếp dỡ của các cảng ở Việt Nam bình quân mới đạt 2.500T/md cầu tàu/năm cho loại hàng tổng hợp (bằng 1/2 năng suất các cảng trong khu vực), 8 - 10 container/h (bằng 1/3 so với các cảng trong khu vực). Vì vậy, chi phí vận tải biển, bốc xếp của Việt Nam tăng cao và không có tính cạnh tranh trong khu vực).

b. Hệ thống cảng hàng không.

Việt Nam hiện tại có 26 cảng hàng không, nhưng chỉ có 8 cảng hàng không quốc tế, nổi trội nhất đó là Nội Bài ( Miền Bắc ) , Đà Nẵng ( Miền Trung ) và Tân Sơn Nhất ( Miền Nam ). Cũng như hệ thống cảng biển, hệ thống cảng hàng không của Việt Nam cũng có rất nhiều vấn đề :

Số lượng các sân bay quốc tế là quá ít, trong khi đó nhu cầu vận tải quốc tế mà đặc biệt là hàng hóa ngày càng tăng.

Với các sân bay quốc tế, ví dụ như Tân Sơn Nhất là từ thời Mỹ ngụy để lại, sân bay Nội Bài thì được xây từ những năm 1960. trong những năm vừa qua, tuy có được sửa và xây mới nhiều khu vực nhà ga, nhưng đại đa số vẫn chưa thật sự hiện đại. Hơn nữa, một vấn đề là với sự tăng trưởng của ngành hàng không hiện tại, nguy cơ không đủ bãi đỗ máy bay tại các cảng hàng không quốc tế là rất cao. Và theo dự đoán thì nếu muốn theo kịp lưu lượng vận tải và sự phát triển của ngành hàng không thì Việt Nam cần có thêm 18 sân bay nội địa và 6 cảng hàng không quốc tế nữa.

Một hiện trạng nữa là hiện tại trong các cảng hàng không quốc tế ở Việt Nam chưa hề có các khu vực chuyên biệt cho dịch vụ logistics. Việc này sẽ ảnh hưởng rất nhiều tới năng suất, tiến độ cũng như chất lượng dịch vụ logistics cho hàng đi đường hàng không của các công ty giao nhận vận tải.

### c. Hệ thống đường bộ.

Theo thống kê, Việt Nam hiện có 17.300 km đường quốc lộ, trong đó 85% đã tráng nhựa, 27.700 km đường tỉnh lộ, trong đó 50% đã tráng nhựa. Tuy nhiên, hệ thống giao thông đường bộ Việt Nam còn nhiều yếu kém. Chất lượng đường được trải nhựa không tốt, thời gian sử dụng không dài và đặc biệt là có những đoạn đường ngay sau khi được trải nhựa mới thì cũng chỉ một thời gian ngắn là xuống cấp. Bề rộng mặt đường lớn nhất không quá 8 làn xe cho cả 2 chiều. Hệ thống đường tỉnh lộ thì lại càng hẹp và chất lượng càng kém. Hơn nữa do mật độ

giao thông đường bộ đang ngày càng tăng, khiến cho hệ thống giao thông càng nhanh xuống cấp.

Hiện tại hệ thống đường bộ chỉ đáp ứng cho các xe có trọng tải thấp, ngay cả các tuyến đường quốc lộ cũng chỉ được thiết kế dành cho xe có trọng tải dưới 30 tấn. Vậy nếu 1 xe container chở một container 40 feet chở đầy hàng có thể lên đến 34.5 tấn sẽ không được phép tham gia. Vậy chủ hàng bắt buộc phải san hàng ra và như vậy các chi phí sẽ bị đội lên rất nhiều, và ảnh hưởng tới cả năng suất vận tải đường bộ.

Thêm vào đó do hiện tại tình trạng tắc nghẽn giao thông và cơ sở hạ tầng giao thông ở các đô thị lớn chưa cho phép, đã dẫn đến việc cấm các xe chuyên chở hàng hóa như xe tải hay xe container tại các đô thị, khiến các phương tiện này chỉ hoạt động được vào ban đêm và sáng sớm, điều này ảnh hưởng rất lớn đến thời gian chuyên chở hàng hóa.

#### d. Hệ thống đường sắt

Hệ thống đường sắt hiện tại của Việt Nam dài khoảng 2600km, trong đó phần lớn (2249km) dùng khổ đường ray là 1,0m, và toàn tuyến đường sắt Bắc Nam dùng khổ 1,0m. Chỉ có 180m dùng khổ 1.317m là tuyến đường Hà Nội - cảng Cái Lân dùng cho tàu chở hàng. Việc các đường ray hiện tại của Việt Nam chỉ là khổ 1m, lại đã rất cũ kỹ lạc hậu ảnh hưởng rất nhiều đến năng lực vận tải của đường sắt Việt Nam như năng lực chuyên chở và tốc độ thấp, thiếu an toàn và giá cước cao. Lẽ ra ĐS VN phải đảm đương trên 50% thị phần vận tải nhưng theo số liệu chính xác của ngành thì chỉ đạt 9% thị phần vận tải về hành khách và 4% về hàng hóa. Về tính năng kỹ thuật, tốc độ chạy tàu E hành trình tốt nhất 29 giờ mới chỉ đạt trung bình 59,5km/giờ (kém xa tốc độ xe hơi). Về kinh tế, giá vé của ĐS cao gần bằng vé máy bay giá rẻ và tàu khách cánh ngầm cao tốc, cao gấp

ba lần giá vé ô tô... trong khi tốn một quỹ thời gian vận chuyển cao hơn nhiều lần máy bay và ô tô...

Một điều nữa cũng giống như các cảng hàng không, khu vực các nhà ga đường sắt cũng hầu như không có khu vực chuyên biệt cho logistics, chủ yếu là các loại hàng nhẹ được bê trực tiếp lên toa. Các trang thiết bị ở ga tàu thì đã rất cũ, hạn chế rất nhiều việc chuyên chở hàng hóa và dịch vụ vận tải của đường sắt.

#### e. Hệ thống đường thủy nội địa

Các tuyến đường thủy nội địa dựa theo các con sông chính như: Sông Hồng, sông Đà ở Miền Bắc, sông Tiền sông Hậu ở miền Tây Nam Bộ và sông Đồng Nai, sông Sài Gòn ở miền Đông Nam Bộ. Tổng chiều dài của tất cả các loại sông, kênh, rạch trên lãnh thổ Việt Nam khoảng 42.000 km, dài nhất là hai con sông: sông Hồng với khoảng 541 km và sông Đà khoảng 543 km. Sông Hậu là con sông có khúc rộng nhất ở huyện Long Phú (Sóc Trăng) và Cầu Kè (Trà Vinh) với chiều ngang khoảng gần 4 km.

Theo số liệu thống kê của cơ quan chức năng, hiện cả nước có 5.611 cảng, bến thủy, trong đó chiếm tới 91% là cảng, bến hàng hoá; 7% là cảng, bến hành khách và 2% là loại bến khác cùng hàng ngàn bến khách ngang sông. Nhờ có hệ thống cảng, bến này mà các loại hàng hoá phục vụ dân sinh, phát triển kinh tế - xã hội ngày càng thuận lợi hơn. Sản lượng vận tải thủy hàng năm luôn chiếm từ 35% đến 40% tổng sản lượng vận tải nội địa của toàn ngành GTVT. Ngày nay, một số cảng đã được đầu tư xây dựng với quy mô lớn, trang bị những loại máy móc, thiết bị xếp dỡ hàng hoá hiện đại có thể tiếp nhận phương tiện, tàu biển trong và ngoài nước có trọng tải lớn ra, vào hoạt động xếp dỡ hàng hoá, nhưng những cảng như thế này có số lượng không đáng kể. Các cảng, bến thủy nội địa còn lại cũng như các kết cấu cơ sở hạ tầng giao thông đường thủy nội địa khác phần lớn đều được đầu tư xây dựng nhưng sự đầu tư vẫn ở mức khiêm tốn mà chủ yếu vẫn

dựa vào địa hình tự nhiên. Hơn nữa, ý thức chấp hành pháp luật của người tham gia giao thông đường thủy còn hạn chế và không đồng đều. Từ những lý do trên, đã dẫn đến tình trạng phương tiện không đăng ký, đăng kiểm, chở quá tải, không trang bị đầy đủ các dụng cụ cứu sinh, cứu hộ, người điều khiển không có bằng, chứng chỉ chuyên môn còn tồn tại khá phổ biến. Mặt khác, những năm gần đây, dưới tác động của cơ chế thị trường, đã làm bùng nổ các loại phương tiện thủy và kéo theo sự bùng phát của các loại cảng, bến thủy nội địa theo kiểu mạnh ai người ấy làm đã và đang đẩy nguy cơ mất an toàn giao thông đường thủy nội địa lên cao. Với lý do mất an toàn giao thông này, đường thủy nội địa được rất ít các doanh nghiệp đang hoạt động ngoại thương chọn lựa là một giải pháp vận tải nội địa trong chuỗi các phương thức vận tải của mình mặc dù chi phí vận tải đường thủy nội địa là rẻ. Đây là một điều rất đáng tiếc cho ngành vận tải đường thủy nội địa và cũng hạn chế khả năng xoay chuyển của các công ty làm dịch vụ giao nhận với một nước có hệ thống sông ngòi kênh rạch và đường thủy nội địa phong phú như Việt Nam.

Nói tóm lại, hệ thống cơ sở hạ tầng giao thông vận tải Việt Nam đã hạn chế rất nhiều năng suất vận tải, khả năng vận tải, khả năng kết hợp các phương thức vận tải và điều này ảnh hưởng rất lớn đến chất lượng dịch vụ mà các công ty giao nhận vận tải cung cấp cho khách hàng.

#### g. Hạ tầng khoa học công nghệ của Việt Nam

Như chúng ta đã biết, một trong những yếu tố thúc đẩy sự phát triển man mẽ của giao nhận vận tải và logistics chính là công nghệ thông tin và thương mại điện tử. Điều này đã được chứng minh rõ nét bằng thực tế phát triển ngành logistics của nhiều quốc gia trên thế giới. Cuộc cách mạng công nghệ thông tin và sự ra đời của thương mại điện tử hơn bao giờ hết đã mở ra những cơ hội to lớn cho các doanh nghiệp trong ngành giao nhận vận tải và logistics trong việc tinh



giảm chi phí, nâng cao hiệu quả kinh doanh và sức cạnh tranh của mình trên thị trường. Trong một báo cáo của mình về tiềm năng phát triển ngành giao nhận vận tải điện tử ( E. freight), công ty tư vấn quốc tế Mckíney&Co cho biết doanh số của các công ty giao nhận vận tải và logistics dựa trên internet sẽ tăng mạnh. Nếu với năm 1998 doanh thu đó chỉ chiếm 0.05% thì đến năm 2004 đã đạt tới 18% và sẽ tiếp tục tăng trong những năm gần đây.

Tuy nhiên cơ sở hạ tầng khoa học công nghệ cho vận tải giao nhận và đặc biệt là logistics ở Việt Nam trên phương diện vĩ mô còn yếu. Nhà nước tuy có chú trọng tới phát triển công nghệ thông tin và hệ thống cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin, với bằng chứng được đưa ra là chỉ số ICT của Việt Nam liên tục tăng và ngày càng tăng trong khu vực cũng như trên thế giới, với 1/5 dân số biết sử dụng và tiếp cận internet. Thế nhưng vẫn phải thừa nhận rằng hạ tầng cơ sở khoa học công nghệ của Việt Nam vẫn đang đi sau rất nhiều nước, và đang trở thành một điểm thất trong quá trình hội nhập và phát triển của Việt Nam. Tốc độ truy cập internet chưa cao, chi phí công nghệ cao, chất lượng đội ngũ khoa học kỹ thuật thì chưa chuyên nghiệp cộng thêm hệ thống máy móc công nghệ trang bị thiếu. Hệ quả của nó là các doanh nghiệp giao nhận vận tải và logistics không có điều kiện, chậm ứng dụng khoa học công nghệ, thương mại điện tử vào trong công việc kinh doanh của mình, Hay nếu muốn áp dụng thì không đi theo đúng hướng, không đi đến cùng hay không biết thực hiện ra sao trong việc áp dụng khoa học công nghệ và thương mại điện tử.

#### **2.1.4. Quản lý nhà nước về logistics**

Từ thực tế phát triển hoạt động kinh tế nói chung, chúng ta thấy ngành nào, lĩnh vực nào có cơ sở pháp lý chặt chẽ, có chính sách khuyến khích hấp dẫn, ngành đó lĩnh vực đó sẽ có sự phát triển mạnh mẽ và vững chắc. Thế nhưng về logistics thì mới chỉ được đề cập đến trong mục 4 chương VI luật thương mại

2005 và nghị định 140/2007/NĐ-CP do Thủ Tướng Chính Phủ ban hành về điều kiện kinh doanh logistics và giới hạn trách nhiệm của thương nhân kinh doanh dịch vụ logistics. Hai văn bản luật này đã cho thấy sự quan tâm của nhà nước với xu thế và tầm quan trọng của dịch vụ giao nhận vận tải hay dịch vụ logisitcs. Tuy nhiên hai văn bản luật này vẫn còn chưa đủ chi tiết để có thể quản lý và thúc đẩy ngành dịch vụ logistics.

Thứ nhất, trong văn bản luật, quy định còn quá mơ hồ về điều kiện kinh doanh dịch vụ logistics. Mục 4 chương VI luật thương mại 2005 và nghị định 140/2007/NĐ-CP do Thủ Tướng Chính Phủ ban hành về điều kiện kinh doanh logistics và giới hạn trách nhiệm của thương nhân kinh doanh dịch vụ logistics có nêu :

“Điều 5. Điều kiện kinh doanh đối với thương nhân kinh doanh các dịch vụ lô-gi-stíc chủ yếu: “Thương nhân kinh doanh dịch vụ lô-gi-stíc chủ yếu theo quy định tại khoản 1 Điều 4 Nghị định này phải đáp ứng các điều kiện sau đây:  
1. Là doanh nghiệp có đăng ký kinh doanh hợp pháp theo pháp luật Việt Nam.  
2. Có đủ phương tiện, thiết bị, công cụ đảm bảo tiêu chuẩn an toàn, kỹ thuật và có đội ngũ nhân viên đáp ứng yêu cầu.”

Quy định điều kiện kinh doanh này khá thông thoáng để cho các doanh nghiệp tham gia vào quá trình kinh doanh logistics. Tuy nhiên cần phải thấy rằng các doanh nghiệp kinh doanh logistics hiện nay đều đã được thả lỏng quá mức. Nếu với cách quy định thế này thì không thể nào tạo ra một chuẩn mực cho các hình thức doanh nghiệp kinh doanh logistics. Ví dụ như thế nào là đủ phương tiện, thế nào là đủ thiết bị công cụ, thế nào là đội ngũ nhân viên đáp ứng yêu cầu. Trong logistics có rất nhiều phân nhánh dịch vụ, mỗi phân nhánh dịch vụ đòi hỏi công ty cung cấp một vài loại phương tiện kỹ thuật và trình độ chuyên môn của đội ngũ nhân viên cùng hệ thống trang thiết bị tương ứng. Vì vậy nếu muốn các

công ty làm tốt và đáp ứng được tiêu chuẩn dịch vụ cho từng mảng dịch vụ, luật cần phải đưa ra những tiêu chuẩn cụ thể cho từng mảng dịch vụ đó. Có vậy mới đủ chặt chẽ để đưa dịch vụ logistics vào tầm chuyên môn cao hơn hiện tại, và có như vậy mới đào thải được những thành phần không đủ chất lượng đáp ứng và tạo sức ép khiến các doanh nghiệp phải chuẩn bị kỹ lưỡng trước khi tham gia vào thị trường dịch vụ giao nhận vận tải và logistics

Thứ hai, trong tình trạng đa phần các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ logistics là doanh nghiệp vừa và nhỏ, thì các văn bản luật hiện vẫn chưa có một kế hoạch cụ thể nào nhằm khuyến khích hỗ trợ và phát triển. Các văn bản luật về hỗ trợ thì chỉ là nói chung cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ chứ chưa cụ thể cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ kinh doanh dịch vụ giao nhận vận tải hay dịch vụ logistics, Đây là một thiếu sót lớn vì cho đến nay, dịch vụ giao nhận vận tải và cao hơn là logistics đang trở thành một mắt xích quá lớn của nền kinh tế. Nếu mắt xích này yếu sẽ dẫn đến sự lãng phí về thời gian, sự gia tăng về chi phí trong quá trình buôn bán hàng hóa quốc tế. Do vậy yêu cầu cấp thiết đặt ra là phải có các chính sách cụ thể hỗ trợ và khuyến khích phát triển các doanh nghiệp giao nhận vận tải vừa và nhỏ.

#### **2.1.5. Thị trường Logistics và giao nhận vận tải Việt Nam.**

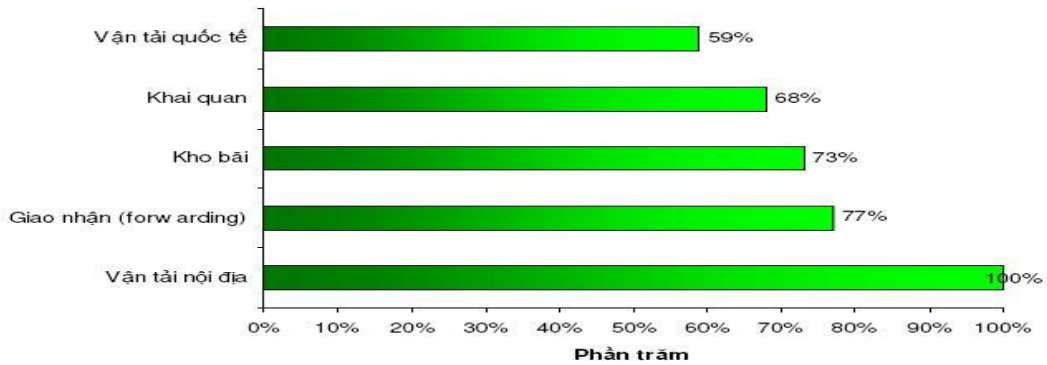
Có thể nói dịch vụ logistics nói chung, trong đó có giao nhận vận tải đang trở thành nguồn lợi có giá trị hàng tỷ USD . Theo ông Nguyễn Tương - chuyên viên cao cấp UN ESCAP cho biết, dịch vụ logistics ở Việt Nam chiếm khoảng từ 15-20% GDP. Ước tính GDP nước ta năm 2006 khoảng 57,5 tỉ USD. Như vậy, chi phí logistics chiếm khoảng 8,6-11,1 tỉ USD. Đây là một khoản tiền rất lớn. Nếu chỉ tính riêng khâu quan trọng nhất trong logistics là vận tải, chiếm từ 40-60%

chi phí thì cũng đã là một thị trường dịch vụ khổng lồ. Đặc biệt, trong 10 năm tới, khi kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam có thể đạt mức 200 tỉ USD/năm thì nhu cầu sử dụng dịch vụ logistics lại càng lớn. Dự báo, đến năm 2010, hàng container qua cảng biển Việt Nam sẽ đạt từ 3,6-4,2 triệu TEU. Con số này đến năm 2020 chắc chắn sẽ lên đến 7,7 triệu TEU. Song hành cùng sự phát triển kinh tế là tăng trưởng trong hoạt động xuất nhập khẩu, do đó, ngành logistics lại thêm nhiều cơ hội phát triển. Theo dự báo của Bộ Thương Mại, trong 10 năm tới kim ngạch xuất nhập khẩu của cả nước sẽ đạt tới 200 tỷ USD. Điều đó cho thấy tiềm năng phát triển dịch vụ logistics Việt Nam còn khá lớn.

Về giao nhận vận tải, một mảng của thị trường logistics, có thể nhận thấy tiềm năng của thị trường này qua bản báo cáo khảo sát thị trường logistics Việt Nam của 2008 của công ty SCM:

4/5 dịch vụ thuộc logistics được thuê ngoài nhiều nhất từ các doanh nghiệp đều là những dịch vụ mà các công ty giao nhận vừa và nhỏ hoàn toàn đảm nhận được. Trong đó khai quan và vận tải nội địa là hầu hết các công ty có khả năng, giao nhận và kho bãi thì rất nhiều các công ty có khả năng, chỉ có vận tải quốc tế, mà đặc biệt là vận tải đường biển và đường hàng không thì là con số ít các doanh nghiệp có khả năng.

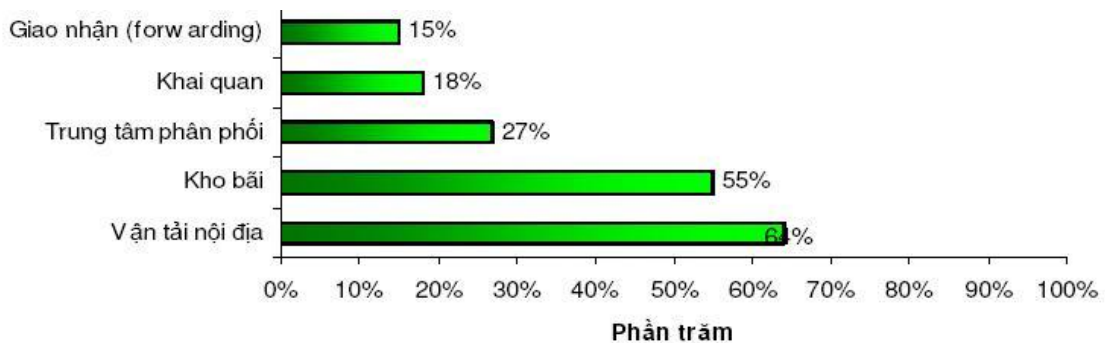
#### **Biểu đồ 1 : 5 dịch vụ logistics được thuê ngoài nhiều nhất ở Việt Nam**



Nguồn : Khảo sát logistics Việt Nam năm 2008 – Bộ phận Nghiên cứu và tư vấn công ty SCM

Cũng trong báo cáo của công ty SCM về thị trường logistics 2008, 50 % các công ty được hỏi cho biết sẽ thuê ngoài trong tương lai , 38% cho biết sẽ cân nhắc việc thuê ngoài dịch vụ , và chỉ 12% cho biết không thuê ngoài nhưng với lý do có thể cải thiện được như sợ chi phí không giảm được, hay sợ chất lượng dịch vụ không đúng như cam kết làm ảnh hưởng đến quá trình kinh doanh của họ. Sau đây là 5 dịch vụ sẽ tiếp tục được thuê ngoài.

**Biểu đồ 2 : 5 dịch vụ logistics tiếp tục được thuê ngoài**



Nguồn : Khảo sát logistics Việt Nam năm 2008 – Bộ phận Nghiên cứu và tư vấn công ty SCM

Như vậy, có thể nói, thị trường giao nhận và logistics đang trên đà phát triển mạnh mẽ và đang tạo ra cho các doanh nghiệp giao nhận vận tải vừa và nhỏ của Việt Nam những cơ hội lớn trong hiện tại cũng như tương lai.

Tuy nhiên cũng không thể không nhìn nhận khó khăn trong thị trường giao nhận vận tải, đó là từ phía các khách hàng thuê dịch vụ của Việt Nam. Hiện nay tại Việt Nam, các doanh nghiệp tham gia buôn bán ngoại thương vẫn đang có một tâm lý trì trệ, thích mua CIF bán FOB để không phải lo lắng nhiều về việc vận chuyển hàng hóa. Chính tâm lý này khiến quyền vận tải đa phần rơi vào tay các công ty xuất nhập khẩu của nước ngoài. Và khi đó, các doanh nghiệp này sẽ chọn thuê dịch vụ của các nhà cung cấp nước họ và các hãng cung cấp dịch vụ nước thứ ba khác. Đây được xem là một vấn đề lớn cho thị trường giao nhận vận tải và logistics Việt Nam. Theo thống kê năm 2006 lượng hàng qua các cảng biển Việt Nam là 153 triệu tấn với tốc độ tăng trưởng so với năm 2005 lên tới 19,4%, trong đó 82% khối lượng hàng hoá xuất nhập khẩu là do các hãng Logistics nước ngoài cung cấp dịch vụ.

## **2.2. Thực trạng hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp giao nhận vừa và nhỏ của Việt Nam.**

Theo những thống kê không chính xác thì đến cuối năm 2008, toàn bộ cả nước đã có hơn 2000 công ty giao nhận vận tải, logistics đăng ký hoạt động. Theo thống kê của sở kế hoạch đầu tư thành phố Hồ Chí Minh, cứ sau mỗi một tuần lại có một công ty đăng ký hoạt động dịch vụ giao nhận vận tải hay bổ sung chức năng cung cấp dịch vụ logistics. Đa số là các doanh nghiệp nhỏ đến rất nhỏ, doanh nghiệp tư nhân chiếm đến 80%.

### 2.2.1. Vốn,

Đại đa số các doanh nghiệp giao nhận vừa và nhỏ đều đăng ký với số vốn hạn hẹp, có những doanh nghiệp chỉ đăng ký với số vốn là 300 triệu VND đến 500 triệu VND. Đây là điều đầu tiên dẫn đến các khó khăn trong kinh doanh của các doanh nghiệp vừa và nhỏ :

- Với số vốn ít ỏi, thì đa phần các công ty này sẽ chú trọng vào các dịch vụ có khả năng xoay vòng tiền nhanh như chuyển phát nhanh, đại lý giá các tuyến tàu biển ngắn ngày như vận tải thủy nội địa, vận tải đường biển trong nước, vận tải đường biển các tuyến đông nam á, vận chuyển hàng lẻ, chuyển phát nhanh nội địa và quốc tế, khai quan, kho bãi... Thế nhưng nếu như quá nhiều hãng tham gia vào các dịch vụ này thì cạnh tranh là cực kỳ gay gắt. Có thể có những ví dụ chứng minh như sau : Về vận tải tuyến Đông Nam Á, giá vận chuyển một container 20 feet thường từ Port Klang – Malaysia đến Hải Phòng theo điều kiện bán FOB vào khoảng 350 – 400 USD . Và theo tìm hiểu thì hầu hết đến 90% các doanh nghiệp giao nhận có khả năng cung cấp giá này, chỉ có một vài doanh nghiệp theo thông tin từ phía khách hàng của họ cho thấy có khả năng cung cấp giá tốt hơn hẳn là 250 USD. Còn các doanh nghiệp không thể có giá trong khoảng trên là hầu như không có. Về khai quan và kho bãi thì còn tùy vào mặt hàng, nhưng gần như ở Việt Nam đã hình thành một giá chung cho việc khai quan , và thường rất ít khi quá 1 triệu VND, và lãi cũng rất ít. Tương tự với vận tải nội địa dùng đầu kéo container từ Hải Phòng về Hà Nội, các doanh nghiệp thường cung cấp với giá chung là 1 triệu rưỡi cho một container 20 feet thường và 2 triệu rưỡi cho một container 40 feet thường.

- Nhưng nếu tham gia vào các mảng dịch vụ vận tải dài ngày, hàng siêu trường siêu trọng, thuê tàu chở hàng rời hay những dịch vụ như đầu mối bán buôn, thì những rủi ro đến với doanh nghiệp là rất lớn. Ví dụ như nếu thuê một tàu rời định hạn chở gạo, giá thuê có thể lên đến 30.000 USD / ngày , chỉ riêng giá này đã vượt vốn của doanh nghiệp. Trong khi doanh nghiệp phải trả trước cho hãng tàu, còn đa phần các khách hàng chỉ trả trước một phần, phần còn lại đến khi tàu tới bến mới chi trả thì rủi ro lãi suất và việc chậm xoay vòng vốn là rất cao.

Tiếp đến, nguồn vốn hạn hẹp là nguyên nhân khiến các doanh nghiệp không thể phát triển nội lực của mình:

- Không thể mua sắm trang thiết bị hiện đại. Nếu một doanh nghiệp đang muốn mua một vài chiếc xe tải để vận chuyển hàng , hay cao hơn là các đầu kéo container , thì với số vốn của họ, đây là vấn đề gần như không thể bởi một chiếc đầu kéo containêr hiện tại vào khoảng 500 đến 800 triệu VND. Đây chính là hiện trạng ngày nay các doanh nghiệp giao nhận vận tải quốc tế vừa và nhỏ đa phần mua giá vận tải nội địa từ các hãng vận tải nội địa chuyên biệt. Hoặc các doanh nghiệp nếu muốn mua sắm các trang thiết bị công nghệ thông tin hiện đại thì cũng phải cân nhắc kỹ, đây là chưa kể đến việc các trang thiết bị cơ bản như nội thất văn phòng cũng sẽ là đi mua đồ cũ , văn phòng có không gian hạn chế và không thoải mái... làm ảnh hưởng khá lớn đến hoạt động kinh doanh.
- Không có vốn, các doanh nghiệp không thể thuê nhiều nhân viên có trình độ cao. Đây là một thực tế cần phải nhìn nhận không chỉ ở các công ty giao nhận vận tải vừa và nhỏ mà là tất cả các công ty. Vốn ít đồng nghĩa với quỹ lương sẽ không cao, và như vậy thì lương chia đầu người cho nhân viên cũng không thể cao. Đa phần các công ty giao nhận vừa và nhỏ



trả lương theo hình thức lương cơ bản cộng thêm hoa hồng phần trăm dựa trên doanh số. Tuy nhiên với mức lương cơ bản khởi điểm vào khoảng 2 triệu đến 3 triệu rưỡi thì thực sự không hấp dẫn với các nhân viên có giàu kinh nghiệm và trình độ chuyên môn cao. Những nguồn nhân viên này đổ dần về các doanh nghiệp ngoại có lương và hoa hồng hấp dẫn hơn rất nhiều, hoặc không thì là các doanh nghiệp lớn.

- Không có nhiều vốn, các doanh nghiệp cũng rất khó mở rộng phạm vi hoạt động của mình. Trong ngắn hạn thì sẽ khó khăn nếu muốn mở thêm chi nhánh trong nước tại các tỉnh thành phố để tăng mạng lưới kinh doanh. Trong dài hạn hơn thì khó mà mở được chi nhánh tại nước ngoài. Ví dụ như ở Mỹ nếu muốn ký vận đơn vào thị trường này thì phải ký quỹ 150 000 USD. Đây là điều không tương với đa số các doanh nghiệp giao nhận vận tải vừa và nhỏ của Việt Nam.

### **2.2.2. Trang thiết bị và cơ sở vật chất**

Đại bộ phận các doanh nghiệp vừa và nhỏ kinh doanh trong ngành giao nhận vận tải tại Việt Nam đều chủ yếu kinh doanh như một nhà môi giới mua giá cước vận chuyển đường biển, đường hàng không, nội địa rồi bán lại cho các doanh nghiệp có nhu cầu. Do vậy cơ sở vật chất của các doanh nghiệp này có thể nói là không có gì đặc biệt, hay nói cách khác, họ chỉ cần cơ sở vật chất tối thiểu để hoạt động như sau:

- Một văn phòng đủ diện tích, điện, nước, khu phụ, có quạt, hệ thống ánh sáng và hệ thống thông gió.
- Hệ thống bàn ghế văn phòng bình thường.
- Hệ thống máy tính được nối mạng internet và nối với máy chủ của công ty.
- Hệ thống điện thoại cố định.

- Máy văn phòng như máy fax, máy in...

Hệ thống cơ sở vật chất này là đúng cho đại đa số các doanh nghiệp giao nhận vận tải vừa và nhỏ ở Việt Nam. Và cũng có thể nói là khá đầy đủ đối với một công ty nhỏ. Nhưng nếu muốn phát triển, và nếu muốn cải thiện môi trường làm việc, một trong những yếu tố quan trọng trong phát triển nhân lực và kinh doanh thì cơ sở vật chất và trang thiết bị cần phải được các doanh nghiệp quan tâm đúng mức hơn nữa, tránh tình trạng ở một số doanh nghiệp để tiết kiệm chi phí đã không lắp hệ thống điều hòa không khí, và làm việc trong không khí rất nóng nực và bí đặc biệt trong mùa hè, hệ thống bàn ghế mua cũ sập sệ, phòng không đủ điều kiện về vệ sinh, về độ thông thoáng, về sự ngăn nắp trong sắp xếp, hệ thống máy tính cũng mua cũ nên chất lượng không tốt, ảnh hưởng xấu tới trình làm việc của doanh nghiệp.

### **2.2.3. Nguồn nhân lực**

Nói về nguồn nhân lực không chỉ của các doanh nghiệp giao nhận vừa và nhỏ, mà hầu hết các doanh nghiệp giao nhận vận tải hiện nay của Việt Nam đều có thể được kết luận là thiếu và yếu.

Với đa phần các doanh nghiệp vừa ,nhỏ và rất nhỏ, số lượng nhân sự chỉ vào khoảng 20 người gồm cả bộ phận quản lý, trong khi đó cá biệt có những công ty chỉ có 4,5 người gồm cả bộ phận quản lý, và họ chỉ hoạt động như một đại lý cho hãng tàu nhỏ hay chỉ phục vụ giao nhận vận tải cho một vài thậm chí là chỉ một khách hàng duy nhất.

Trong số nhân sự ít ỏi nêu trên, có 3 bộ phận : quản lý, đội ngũ nhân viên phục vụ, và đội ngũ lao động trực tiếp

Với bộ phận quản lý. Đa số những người quản lý doanh nghiệp giao nhận vận tải vừa và nhỏ hiện nay đều là những người có trình độ chuyên môn, được đào tạo hoặc được làm việc tại các công ty nước ngoài trước đây nên

rất giàu kinh nghiệm. Sau khi tích lũy đủ vốn , kiến thức , kinh nghiệm, hệ thống khách hàng riêng thì họ chuyển ra tự thành lập doanh nghiệp của riêng mình. Tuy vậy tầng lớp những người quản lý này đa phần đều chỉ sử dụng kinh nghiệm chứ chưa cập nhật nhiều những ứng dụng khoa học hiện đại trong quá trình quản lý và làm việc, lại thêm tâm lý chỉ cần phục vụ các khách hàng sẵn có và thêm một vài khách hàng mới là đủ, khiến nhiều doanh nghiệp rất trì trệ trong kinh doanh.

Về bộ phận nhân viên phục vụ : nổi trội nhất là bộ phận nhân viên kinh doanh và nhân viên chăm sóc khách hàng , tất cả họ đều đa phần tốt nghiệp từ các trường đại học cao đẳng như Kinh tế và Ngoại thương. và cũng một số khác là từ các trường có liên quan như giao thông vận tải, hàng hải, ngoại ngữ và thậm chí là không được đào tạo ... tuy nhiên theo đánh giá của VIFFAS, do quá trình đào tạo ở các trường chỉ chiếm thời lượng nhỏ 15-20 tiết, chủ yếu là giới thiệu các công đoạn, hơn nữa phương pháp giảng dạy lạc hậu thiên về lý thuyết, ít có liên hệ và cho tiếp xúc thực tế nên hầu như rất ít sự khác nhau giữa các nguồn nhân lực này. Họ thường chủ yếu là tự học và tích lũy kinh nghiệm trong quá trình làm việc hoặc may mắn hơn là được những người đi trước chỉ dạy hay được công ty đào tạo trước khi cho làm việc. Nhiều người thậm chí còn rất hạn hẹp về khả năng ngoại ngữ, đặc biệt là tiếng Anh chuyên ngành và chỉ đến khi đi làm mới bắt đầu học dần qua thực tế công việc . Tuy nhiên chính việc vừa làm vừa tích lũy này khiến đội ngũ nhân viên này rất nhiều khi không đưa ra được những quyết định chính xác, không phân tích được rõ ràng những lợi ích của dịch vụ cho khách hàng và cũng không thể giải quyết những sai sót, vướng mắc trong công việc một cách tốt đẹp. Một vấn đề nữa là các doanh nghiệp giao nhận vận tải hoạt động giữa rất nhiều nguồn luật và tập quán, về rất nhiều phương diện như vận tải, môi giới, thanh toán, bảo hiểm ,... Thế nhưng đội ngũ nhân viên

hiện nay, thậm chí có cả đội ngũ quản lý vẫn rất mơ hồ, chưa nắm thật chặt và rõ các nguồn luật cũng như cách vận dụng, công ty lại không có một người chuyên về cố vấn luật mà đến khi có tranh chấp hay sai sót nảy sinh mới thuê luật sư giải quyết. Đây là một vấn đề cần xem xét nghiêm túc nếu không muốn kinh doanh bị ảnh hưởng về lâu dài.

Về bộ phận lao động trực tiếp đa phần là nhân viên bốc xếp, lái xe tải. họ thường là thiếu tác phong công nghiệp, sử dụng sức nhiều hơn dùng máy móc. Tuy nhiên do bản chất và quy mô của lao động, thì có lẽ điều đầu tiên nên giải quyết là tác phong công nghiệp và tính khoa học trong công việc của họ.

Sự yếu kém và thiếu thốn nguồn nhân lực có chất lượng như đã nêu trên đây làm ảnh hưởng rất nhiều tới khả năng cung cấp các dịch vụ một cách chất lượng, nhằm cạnh tranh của các doanh nghiệp logistics vừa và nhỏ.

#### **2.2.4. Những khó khăn của doanh nghiệp giao nhận vận tải nhỏ và vừa trong hoạt động kinh doanh.**

##### **a. Phạm vi kinh doanh**

Đa số các công ty giao nhận vận tải nhỏ và vừa của Việt Nam đều hạn chế phạm vi kinh doanh cả về bề rộng và bề sâu.

Trên bề rộng, doanh nghiệp thường chỉ có 1 địa chỉ liên hệ duy nhất và cũng là trụ sở của họ, thường thì là ở các thành phố trung tâm kinh tế hay trung tâm vận tải như Hà Nội, Hải Phòng, Hồ Chí Minh, Đà Nẵng và một số khu vực khác. Không nhiều doanh nghiệp có chi nhánh và đặc biệt là có hệ thống chi nhánh ở tất cả các trọng điểm kinh tế vận tải của Việt Nam. Chi nhánh trong nước đã vậy, thế nên có thể nói là gần như 100% các doanh nghiệp giao nhận vận tải Việt Nam chưa có doanh nghiệp nào bước chân được vào thị trường nước ngoài để lập chi nhánh mà đa phần chỉ là xin hợp tác và làm đại lý cho các nhà cung cấp

vận tải giao nhận hay logistics của nước ngoài. Điều này dẫn đến vài bất lợi cho những doanh nghiệp của chúng ta là :

Khả năng cạnh tranh kém với các doanh nghiệp có thêm các chi nhánh của chính họ ở các nước khác, ở đây là các doanh nghiệp lớn, doanh nghiệp liên doanh và doanh nghiệp nước ngoài. Một ví dụ cụ thể khi chào giá cho 1 container 20 feet thường nhập bằng đường biển từ Bỉ về Việt Nam. Doanh nghiệp không có chi nhánh mà phải mua giá của đại lý của doanh nghiệp tại Bỉ, đại lý của doanh nghiệp chắc chắn sẽ mua giá của hãng tàu ở Bỉ và bán lại cho doanh nghiệp sau khi đã cộng thêm khoản tiền gọi là hoa hồng cho đại lý đó ( thường các đại lý không nêu chi tiết mà đưa giá bao gồm tất cả ). Các doanh nghiệp lấy giá đó cộng vào hoa hồng của mình và bán cho khách hàng. Còn với một doanh nghiệp như Logwin, họ có chi nhánh tại Bỉ, chi nhánh họ mua giá hãng tàu và đưa nguyên giá cho chi nhánh tại Việt Nam, chi nhánh tại Việt Nam bán cho khách hàng. Hoặc chi nhánh tại Bỉ cộng trước rồi chi nhánh Việt Nam bán nguyên giá chi nhánh ở Bỉ đưa. Hoặc cả 2 chi nhánh đều cộng giá nhưng theo một mức quy định về hoa hồng từ công ty mẹ. Rõ ràng nếu coi như giá hãng tàu bán cho hai bên, đại lý của doanh nghiệp Việt Nam và chi nhánh của Logwin là như nhau, thì hầu như giá bán tại Việt Nam của Logwin sẽ thấp hơn. Còn về dịch vụ thì có lẽ với những hãng giao nhận nước ngoài sẽ chuyên nghiệp và chất lượng hơn. Rõ ràng vừa được một dịch vụ rẻ và chất lượng hơn, khách hàng sẽ không chọn doanh nghiệp của Việt Nam.

Một vấn đề khác là đây là thời đại của toàn cầu hóa nền kinh tế. Khi các doanh nghiệp có càng nhiều các chi nhánh, công ty con ở càng nhiều trọng điểm giao thương vận tải trên thế giới, đồng nghĩa họ có thể kiểm soát hoạt động dịch vụ của mình một cách tốt hơn, sát sao hơn, từ đó đảm bảo một tiêu chí quan trọng trong giao nhận vận tải : in time. - đúng thời điểm.

Về bề sâu, số lượng dịch vụ các doanh nghiệp giao nhận vận tải nhỏ và vừa của Việt Nam cung cấp còn hạn chế và đặc biệt chất lượng cũng không hề tốt. Theo như khảo sát thuê ngoài dịch vụ logistics tại Việt Nam 2008 của công ty SCM, thì tiêu chí sự đa dạng của dịch vụ được các khách hàng chấm. 3.36 /5điểm tức cần thiết , chất lượng dịch vụ chem. 4.45/5 tức cực kỳ cần thiết khi lựa chọn doanh nghiệp cung cấp dịch vụ. Và các doanh nghiệp là khách hàng cũng cho kết quả là 55% không vừa ý với dịch vụ nhận được vì có chất lượng không đúng với như cam kết.

Hoàn toàn dễ hiểu với các doanh nghiệp giao nhận vận tải vừa và nhỏ của Việt Nam, với những khó khăn về vốn, nhân sự thiếu trình độ và chất lượng, thiếu ứng dụng khoa học công nghệ thì rõ ràng các doanh nghiệp không thể cung cấp đa dạng dịch vụ mà chủ yếu tập trung vào các dịch vụ đòi hỏi đơn giản như đại lý giá cước vận chuyển, khai quan, chuyển phát nhanh quốc tế và kho bãi. Và bản thân những dịch vụ này tuy đơn giản nhưng để đạt đến tốc độ và chất lượng chuyên nghiệp thì cũng đòi hỏi rất nhiều từ phía các doanh nghiệp. Thực tế cho thấy cái tên logistics mà đại bộ phận các doanh nghiệp đặt cho mình hiện nay vẫn chưa hề tương xứng, chưa có một doanh nghiệp nào có đầy đủ hoặc phần nhiều các dịch vụ mà định nghĩa logistics nêu ra, lại càng không có doanh nghiệp nào có khả năng quản lý toàn bộ chuỗi các dịch vụ logistics theo đúng nghĩa. Các doanh nghiệp chỉ lao vào làm các công việc để có lợi nhuận và có lợi nhuận nhiều trước mắt, chứ không quan tâm đến việc cải tiến, đi sâu vào làm các dịch vụ logistics đúng nghĩa. Trong khi làm các dịch vụ, các doanh nghiệp chủ yếu là trục lợi với từng lô hàng, làm dập khuôn, không quan tâm sát tới nhu cầu của khách hàng, mất khách hàng này tìm khách hàng khác, không hề có một kế hoạch về số lượng và chất lượng dịch vụ lâu dài.

b. Cạnh tranh thiếu lành mạnh.

Tình trạng khó khăn của doanh nghiệp cũng như kinh tế toàn cầu, cộng thêm việc sống trong một “đại dương đỏ” chỉ toàn đại lý giá vận chuyển, khai quan, kho bãi, chuyển phát nhanh đã đẩy các doanh nghiệp giao nhận vừa và nhỏ tới việc cạnh tranh không lành mạnh mà điển hình nhất là giảm giá và cướp khách. Nói về giảm giá, đây là một chiêu bài cực kỳ thiển cận đặc biệt trong thời điểm hiện tại. Rõ ràng giá cả là một vấn đề quan trọng khi lựa chọn người cung cấp dịch vụ vận tải, là một công cụ để các doanh nghiệp cạnh tranh. Nhưng nó hoàn toàn không đúng khi mà hầu hết giá mua và giá bán của các doanh nghiệp giao nhận vận tải có thể và thực tế không chênh lệch nhau là mấy. Cái chính là với giá đó, các doanh nghiệp thuê dịch vụ giao nhận vận tải có được những gì. Thế nhưng hiện nay các doanh nghiệp giao nhận vận tải trong thời buổi thiếu khách hàng lại vẫn cứ giảm giá, giảm giá, thậm chí giảm đến mức không còn một chút lợi nhuận nào. Điều này hoàn toàn không có lợi cho cả khách hàng lẫn doanh nghiệp cung cấp dịch vụ.

Với doanh nghiệp cung cấp dịch vụ, nếu tình trạng này cứ diễn ra, thì đầu cho có được nhiều khách hàng, nhưng lợi nhuận hầu như không tăng, thậm chí giảm và lỗ vốn. Giảm giá có thể thu hút khách hàng đến với doanh nghiệp trong một khoảng thời gian nhất định, nhưng với quy mô nhỏ, vốn ít, câu hỏi đặt ra là có thể chịu đựng việc lãi ít, không đáng kể, không lãi hoặc lỗ vốn trong bao lâu. Việc làm lỗ như vậy nếu kéo dài còn gây tâm lý không tốt cho người cung cấp dịch vụ, làm họ không nhiệt tình và kết cuộc là chất lượng dịch vụ ngày càng đi xuống, khách hàng sẽ ra đi tìm nhà cung cấp khác.

Với khách hàng, người đi thuê dịch vụ, một thị trường ảo sẽ mở ra trước mắt họ nhưng họ sẽ nhận thấy rằng họ đang bị trong tình trạng bán khách (những doanh nghiệp cung cấp giá thấp cho họ thực chất mua giá thấp của doanh nghiệp khác, chứ thực chất doanh nghiệp đó không có giá tốt như vậy, cái doanh nghiệp

muốn là giữ quan hệ làm ăn với khách hàng, đặc biệt là với khách hàng mới càng lâu càng tốt, tạo ấn tượng giá rẻ cạnh tranh càng nhiều càng tốt ). Và tiếp đến, nhiều người thuê dịch vụ, do thị trường có quá nhiều nhà cung cấp giá như nhau, không biết chọn nhà cung cấp nào, đã lựa chọn sai lầm vào các doanh nghiệp có chất lượng không tốt để rồi phải liên tục thay đổi nhà cung cấp dịch vụ, và cứ mỗi lần như vậy là một lần phải tìm hiểu lại và phối hợp lại dần dần cho ăn ý. Điều này khiến doanh nghiệp thuê dịch vụ mất thời gian và mất tập trung trong kinh doanh, chưa kể thiệt hại trong từ sự cố dịch vụ thiếu chất lượng, khiến nhiều doanh nghiệp thuê dịch vụ không còn muốn đảm trách quyền vận tải nữa mà giao cho doanh nghiệp đối tác buôn bán nước ngoài nắm giữ toàn bộ. Hoặc các doanh nghiệp sẽ tìm đến các nhà cung cấp dịch vụ lớn đầu giá có cao hơn một chút nhưng lại có được sự an tâm.

Về tình trạng cướp khách, tình trạng này xuất phát từ tình trạng bán khách của các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ cho nhau. Trên thực tế nếu một doanh nghiệp A mua giá của doanh nghiệp B để bán cho khách hàng, hay giới thiệu doanh nghiệp B với khách hàng như một “đại lý” của doanh nghiệp A để lấy hoa hồng giới thiệu. Thì nguy cơ doanh nghiệp A mất khách hàng đó vào tay doanh nghiệp B là rất cao. Và thực tế làm việc của một số công ty giao nhận vận tải Việt Nam đã cho thấy thực trạng đó. Đây là một vấn đề liên quan đến quan niệm đạo đức trong kinh doanh và còn nhiều ý kiến trái chiều nhưng theo ý kiến chủ quan của người viết khóa luận này thì thực trạng này nên được các doanh nghiệp từ bỏ. Các doanh nghiệp nên dùng khả năng bán hàng, chăm sóc khách hàng, chất lượng dịch vụ để kéo khách hàng về phía mình chứ không nên phá vỡ mối quan hệ đối tác với các doanh nghiệp khác bằng cách cướp khách của họ nhằm thoả mãn nhu cầu về chỉ tiêu. Điều này đi theo đạo đức kinh doanh và còn là tạo động lực cho doanh nghiệp tự thân mình cố gắng phát triển.



### c. Thiếu sự liên kết trong kinh doanh

Các doanh nghiệp giao nhận vừa và nhỏ của Việt Nam hiện nay cực kỳ manh mún, hầu như chưa có sự liên kết nào chặt chẽ giữa các doanh nghiệp này. Các doanh nghiệp hoạt động theo cái mạnh ai nấy làm, chưa có sự giúp đỡ, kết hợp nhuần nhuyễn lẫn nhau, cùng nhau phát triển. Hiệp hội giao nhận kho vận Việt Nam Viffas có thể coi là cầu nối duy nhất giữa các doanh nghiệp thì hiện tại vẫn chưa phát huy nhiều được vai trò đó của mình, số hội viên của hiệp hội chỉ vào khoảng 1/4 số doanh nghiệp thực tế, hơn nữa đa phần các doanh nghiệp tham gia vào hiệp hội đều là đã là doanh nghiệp có tình hình khá, ở quy mô vừa là chủ yếu. Do vậy việc hiệp hội giao nhận không sát với thực trạng ở các doanh nghiệp nhỏ cũng như rất nhỏ là điều dễ xảy ra.

### d. ứng dụng công nghệ thông tin trong kinh doanh thấp

Trong các yếu tố công nghệ thông tin, những yếu tố cần thiết phải ứng dụng trong các hệ thống sau của một doanh nghiệp giao nhận vận tải :

- Hệ thống công nghệ có khả năng báo cáo và theo dõi.
- Hệ thống quản lý kho bãi ( WMS )
- Khả năng kết nối / trao đổi dữ liệu ( EDI/ Web-based EDI)
- Hệ thống quản lý vận tải ( TMS )

Nếu cao hơn ở tầm doanh nghiệp logistics thì sẽ có thêm ứng dụng yếu tố công nghệ vào:

- Hệ thống quản lý đơn hàng
- Hệ thống hỗ trợ hoạch định kho bãi
- Hệ thống hỗ trợ hoạch định vận tải
- Quét mã vạch
- RFID ( xác nhận đối tượng bằng sóng vô tuyến )

Với các lĩnh vực a,b,c,d, các doanh nghiệp vừa và nhỏ hoàn toàn có khả năng trang bị. Thế nhưng cho đến thời điểm hiện tại, chỉ có hệ thống công nghệ ứng dụng vào trong báo cáo và theo dõi hàng hoá trong chuyển phát nhanh là được ứng dụng tại các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Còn lại có thể khẳng định là các công nghệ thậm chí các hệ thống cần đến hỗ trợ còn chưa được đưa vào sử dụng mà chủ yếu dùng sổ sách giấy tờ, các phần mềm văn bản đơn giản hay sức lực và kinh nghiệm của con người như quản lý kho bãi, vận tải... Việc theo dõi hàng hoá và phương tiện vận tải, quản lý vận tải ứng dụng hệ thống định vị toàn cầu thì chưa có doanh nghiệp giao nhận ở mức vừa và nhỏ áp dụng.

Đơn giản nhất trong số các ứng dụng công nghệ là website của doanh nghiệp. Đại bộ phận các website chỉ là trang quảng cáo hết sức vô nghĩa và chung chung của các doanh nghiệp chứ rất ít có thương mại điện tử như báo giá trực tuyến, thanh toán trực tuyến, hỏi đáp trực tuyến trên website. Đây là một thiếu sót khi áp dụng công nghệ tại các doanh nghiệp này.

Một hiện trạng nữa, các doanh nghiệp nói chung, doanh nghiệp giao nhận vận tải nói riêng đều đang cố gắng áp dụng công nghệ thông tin vào việc quản lý công việc nội bộ. Một ví dụ được nêu lên đó là văn phòng ảo. Nhưng vấn đề lại là ở chỗ ý thức và thói quen sử dụng văn phòng ảo của nhân viên doanh nghiệp còn kém, khả năng và trình độ tin học cũng như hiểu biết về mạng nội bộ là ở mức thấp. Nếu muốn cải thiện sự quản lý nhằm đồng bộ và hệ thống hoá hoạt động của doanh nghiệp thì vấn đề này cần phải giải quyết sớm.

e. Phương thức bán dịch vụ và thương hiệu.

Trong thị trường hiện nay, các doanh nghiệp giao nhận vận tải chủ yếu bán dịch vụ bằng phương thức báo giá. Đa phần là tìm hiểu thông tin doanh nghiệp có nhu cầu, tìm hiểu người nào có vai trò đưa ra quyết định chủ chốt về việc thuê

dịch vụ và gửi báo giá cùng giới thiệu về công ty cho họ. Tuy nhiên những cách làm này không hiệu quả vì:

Có quá nhiều báo giá và thư giới thiệu đến với người thuê dịch vụ, và không có điều gì chắc chắn, mà thực chất là rất ít cơ hội là dịch vụ của doanh nghiệp sẽ được chọn vì.

- Báo giá và thư giới thiệu không cho thấy được các cam kết và bằng chứng về dịch vụ mà người đi thuê sẽ nhận được.
- Báo giá và thư giới thiệu chưa hẳn sẽ được đọc bởi rất nhiều nhà thuê dịch vụ coi đó là một sự phiền thoái, một dạng thư rác.
- Có những báo giá là báo giá cho có nhưng khi làm lại là giá khác, và thư giới thiệu thì đôi khi nói quá về khả năng cũng như tầm vóc của công ty.

Xét về vấn đề thương hiệu, các doanh nghiệp vừa và nhỏ hiện nay đang bị rơi vào tình trạng loãng thương hiệu. Có quá nhiều các công ty logistics vừa và nhỏ ra đời, với rất nhiều những cái tên nhưng đều không tạo ra một thương hiệu đẳng cấp quốc gia, chưa nói tới khu vực và quốc tế

Việt Nam ra nhập WTO và những ảnh hưởng của cuộc khủng hoảng toàn cầu đã tác động và gây khó khăn không nhỏ cho những doanh nghiệp giao nhận vận tải vừa và nhỏ của Việt Nam. Tuy nhiên, ngay lúc này, có rất nhiều khó khăn và điểm yếu cần có sự quan tâm giải quyết tức thì của cả nhà nước, cũng như bản thân các doanh nghiệp giao nhận vận tải vừa và nhỏ:

Về phía nhà nước :

- Chưa có chính sách hỗ trợ cụ thể cho các doanh nghiệp giao nhận vận tải vừa và nhỏ.
- Chưa có một khung pháp lý hoàn chỉnh cho các doanh nghiệp kinh doanh giao nhận vận tải và logistics.

- Hệ thống cơ sở hạ tầng mà đặc biệt là cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin còn yếu kém

Về phía doanh nghiệp:

- Làm ăn manh mún và thiếu sự liên kết toàn ngành.
- Chưa có sự quan tâm đúng mức tới vấn đề thương hiệu.
- Ứng dụng công nghệ thông tin còn ở mức độ thấp.

Trong những vấn đề trên đây, những vấn đề về các chính sách phát triển từ phía nhà nước sẽ được đề cập đến dưới hình thức các đề xuất, còn các vấn đề của bản thân doanh nghiệp sẽ được đề cập đến theo hướng những kinh nghiệm từ thực tiễn làm việc tại một doanh nghiệp giao nhận vận tải vừa và nhỏ. Mong rằng những giải pháp từ phía doanh nghiệp vì vậy sẽ chi tiết hơn, sát với thực tế hơn và có khả năng áp dụng thực tế nhiều hơn.

### **III. GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DOANH NGHIỆP GIAO NHẬN VẬN TẢI VỪA VÀ NHỎ Ở VIỆT NAM**

#### **3.1. Giải pháp vĩ mô**

##### **3.1.1. Những đề xuất đối với nhà nước.**

a. Thắt chặt những điều kiện kinh doanh một cách hợp lý.

Như đã nói, điều kiện kinh doanh hiện tại của nhà nước cho ngành logistics, trong đó có bộ phận giao nhận vận tải là rất thông thoáng. Tuy nhiên sự thông thoáng quá mức khiến sự bùng phát kinh doanh ngành dịch vụ này trở nên quá nóng, và điểm không có lợi cho toàn ngành nói chung, các doanh nghiệp vận tải giao nhận nhỏ và vừa nói riêng là sẽ có những thành phần có chất lượng kinh doanh kém, không đủ năng lực phát triển, quy mô quá bé, làm ăn quá nhỏ lẻ và

mang tính chộp giật . Những thành phần này theo thời gian tất sẽ bị đào thải theo những tính chất khắc nghiệt của cơ chế thị trường và yêu cầu của ngành giao nhận vận tải cũng như xu hướng logistics toàn cầu. Thế nhưng nếu để những thành phần như vậy tham gia vào thị trường vào lúc này sẽ gây ra sự lãng phí về nguồn lực và tiền của, làm mất đi hình ảnh của toàn ngành giao nhận vận tải. Vì vậy việc nhà nước cần phải có sự bổ sung trong luật về kinh doanh logistics những điều kiện sát hơn, cao hơn, cụ thể hơn, :

- Vốn điều lệ cần cao hơn.
- Chi tiết hơn với từng mảng dịch vụ mà các doanh nghiệp muốn kinh doanh ban đầu và coi mảng kinh doanh đó là mảng chính khi bước chân vào thị trường logistics, giao nhận vận tải. Từ đó quy định các điều kiện về cơ sở vật chất ban đầu.
- Chất lượng nguồn nhân lực và đội ngũ quản lý cũng phải được yêu cầu ( nếu như ngành chứng khoán cần chứng chỉ cấp quốc gia mới được là đủ điều kiện chuyên môn hành nghề, thì giao nhận vận tải cũng nên làm như vậy)

Nếu nói những điều này sẽ gây khó các doanh nghiệp vừa và nhỏ, có vốn ít khi họ muốn tham gia vào thị trường giao nhận vận tải thì là không sai. Nhưng việc gây khó này nhằm những mục tiêu hoàn toàn có lợi cho một chiến lược lâu dài cho ngành giao nhận vận tải của Việt Nam :

- Bắt buộc các doanh nghiệp phải chuẩn bị kỹ mọi mặt trước khi tham gia thị trường khắt khe này.
- Tạo áp lực bắt buộc các doanh nghiệp nhỏ và vừa đang muốn tham gia thị trường nhưng chưa đủ điều kiện , đặc biệt là về vốn và cơ sở vật chất phải liên kết với nhau tạo thành một khối.

Tất nhiên đây cũng chỉ là những ý kiến đánh giá trực quan qua phân tích của người viết khoá luận. Việc nhà nước cần làm là phải thắt chặt một cách hợp lý. Điều này đòi hỏi phải có một quá trình nghiên cứu, lấy ý kiến chuyên môn một cách kỹ lưỡng và nghiêm túc.

b. Xây dựng một văn bản luật hoàn chỉnh và chi tiết về giao nhận vận tải và logistics.

Những văn bản luật của Việt Nam về giao nhận vận tải hay dịch vụ logistics hiện quá sơ sài. Nếu theo đúng xu hướng phát triển thì những dịch vụ giao nhận vận tải, cái mà ở Việt Nam người ta vẫn còn đánh đồng là logistics sẽ tiến lên thành logistics với rất nhiều và đa dạng các dịch vụ. Đến thời điểm đó thì một vài điều luật không thể hướng dẫn đầy đủ và là một căn cứ pháp lý vững mạnh để các doanh nghiệp có thể dựa vào đó tổ chức kinh doanh.

Logistics cần phải có một hệ thống luật đầy đủ hơn, chi tiết hơn, và tất nhiên vẫn phải đảm bảo tính thống nhất, dễ hiểu, không chồng chéo và đơn giản.

Tất nhiên để có một văn bản luật như vậy đòi hỏi nhà nước phải mất thời gian và công sức để xây dựng. Nhưng đây là việc hoàn toàn cần thiết và cấp bách.

c. Những chính sách hỗ trợ.

Trong giai đoạn khó khăn hiện nay, việc có những chính sách chợ giúp những doanh nghiệp vừa và nhỏ trong ngành giao nhận vận tải từ phía chính phủ là cực kỳ cần thiết.

Thứ nhất là chính sách hỗ trợ về vốn, mà đặc biệt là vốn vay ngoại tệ.

- Hỗ trợ về lãi suất
- Ưu tiên về điều kiện cho vay
- Tăng thời hạn cho vay

Thứ hai là hỗ trợ về chính sách thuế : giảm thuế hoặc miễn thuế tùy từng tình trạng và thời điểm kinh doanh của các doanh nghiệp giao nhận vận tải vừa và nhỏ

Thứ ba là về công nghệ. Bản thân nhà nước chính là nhà điều hành logistics vĩ mô của toàn quốc gia. Việc ứng dụng khoa học công nghệ vẫn đang được nhà nước chú trọng. Nhưng việc ứng dụng khoa học công nghệ trong giao nhận vận tải, logistics phải được nhà nước đi đầu và dẫn dắt :

- Các công ty lớn của Việt Nam hoạt động trong ngành vận tải và giao nhận vận tải là những môi trường tốt để nhà nước thí điểm những công nghệ mới và tiên tiến về logistics.
- Thường xuyên tổ chức các hội thảo cấp quốc gia, khu vực về ứng dụng khoa học công nghệ trong logistics.
- Cần cử các chuyên viên cao cấp, các nhà khoa học sang các quốc gia có ngành logistics phát triển , đặc biệt Việt là Singapore bởi đây là một nước trong khối ASEAN, có ngành giáo dục khoa học công nghệ mở và phát triển, có hệ thống logistics được áp dụng công nghệ cao và tiên tiến. Sau đó các chuyên viên và nhà khoa học này phải được tổ chức để nghiên cứu áp dụng với thực trạng các doanh nghiệp vừa và nhỏ trong nước .
- Có chế độ khen thưởng, khuyến khích và hỗ trợ đặc biệt đối với các doanh nghiệp giao nhận vận tải, logistics vừa và nhỏ đi tiên phong và thành công trong việc ứng dụng khoa học công nghệ.

Thứ tư, có chính sách hỗ trợ đào tạo nguồn nhân lực và đội ngũ quản lý

- Mở các khoá học đào tạo chuyên sâu dành cho đội ngũ quản lý, nhất là đội ngũ quản lý trẻ. Liên tục mở các diễn đàn và hội thảo dành cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa trong ngành thảo luận và học hỏi.

- Mở những cơ quan tư vấn và hỗ trợ cấp quốc gia về dịch vụ giao nhận vận tải ,logistics.
- Có chính sách học bổng nhiều hơn dành cho đào tạo nhân lực cho ngành giao nhận vận tải ,logistics.
- Tích cực mời các đoàn chuyên gia tư vấn và đào tạo logistics sang Việt Nam giảng dạy và tư vấn.
- Thay đổi quá trình học và đào tạo về giao nhận vận tải và logistics. Cần phải biến giao nhận vận tải và logistics trở thành một môn học thực sự trong các trường đại học, cao đẳng. Nó phải là một chuyên ngành riêng, có tính tiếp xúc thực tế cao, đào tạo bài bản kỹ lưỡng và cập nhật liên tục. Thậm chí, cần mở một trường , một khoa riêng cho lĩnh vực này.
- Tổ chức thi cấp chứng chỉ cấp quốc gia hoặc tốt hơn nữa là chứng chỉ cấp quốc tế về giao nhận vận tải, logistics như là một điều kiện hoạt động chuẩn của mỗi cá nhân muốn tham gia vào thị trường.

#### d. Xây dựng cơ sở hạ tầng:

##### Về đường bộ

- Cải tạo chất lượng các tuyến đường. Hiện nay dự án về xây dựng các tuyến đường cao tốc đang được nhà nước quan tâm đặc biệt và lên kế hoạch đầu tư. Nếu thành công thì đây là một thành công quan trọng đối với phát triển dịch vụ giao nhận vận tải và logistics.
- Mở rộng làn đường và tăng chất lượng đường bộ.
- Xây dựng các trạm dừng chân chuyển tiếp. Trạm dừng chân chuyển tiếp này sẽ là một điểm nối quan trọng trong vận tải đa phương thức. Các trạm dừng chân chuyển tiếp này nên được bố trí gần các khu vực ngoại ô, bến cảng, ga tàu xe và hàng không.

##### Về đường sắt



- Cần có một dự án về đường sắt cao tốc, tuyến đường sắt dành riêng cho chuyên chở hàng, đặc biệt là hàng container.
- Cần có kế hoạch thay đường ray theo khổ quốc tế là 1m4 (60% đường ray trên thế giới sử dụng cỡ đường ray này và đạt được kết quả tốt hơn nhiều so với khổ đường ray 1m mà Việt Nam đang áp dụng) để tăng tốc độ tàu và thuận lợi cho việc chuyên chở.
- Sau khi ngành đường sắt có khả năng chuyên chở hàng hoá nhiều hơn, thì một khu vực chuyên biệt dành cho logistics trong mỗi sân ga là cần thiết.

Về cảng biển.

- Đầu tư nạo vét, thông luồng lạch để các cảng biển có khả năng tiếp đón các tàu có trọng tải lớn.
- Đầu tư các thiết bị nâng hạ, xếp dỡ ( cần cầu dàn ) container tại các cảng chính cả về số lượng và chất lượng.
- Cần nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ công nhân viên tại cảng biển về trình độ sử dụng khoa học kỹ thuật, làm việc chuyên nghiệp để tốc độ làm việc tại cảng được tăng cao, thúc đẩy lượng hàng hóa qua cảng, tiết kiệm chi phí và thời gian.

Về cảng hàng không : xây dựng thêm các cảng hàng không quốc tế, đặc biệt là cảng hàng không có khả năng chuyên dụng chở hàng hoá.

Tất nhiên nếu nói về cải thiện cơ sở hạ tầng, là nói đến một nguồn vốn và kinh phí khổng lồ. Có thể nói những yêu cầu về kinh phí này là quá sức với một nước đang phát triển như Việt Nam, vậy nên điều cần làm đối với chính phủ là huy động nguồn nội lực một cách tối đa, trước khi khuyến khích các nguồn đầu tư nước ngoài. Sử dụng một cách hiệu quả và tiết kiệm những nguồn vốn viện trợ hay cho vay không hoàn lại của nước ngoài trong việc cải thiện đường xá, bến ga...

Về an toàn giao thông, trình độ người điều khiển phương tiện và chất lượng phương tiện. Vấn đề an toàn giao thông của Việt Nam là một vấn đề gây ảnh hưởng nhiều tới dịch vụ giao nhận vận tải. Nó làm chậm quá trình lưu thông, bắt buộc dẫn đến hạn chế tốc độ, gây ra những thiệt hại không đáng có... Đặc biệt với ngành đường biển, đội tàu của Việt Nam bị xếp vào danh sách đen trên thế giới, và nó hạn chế cũng như ảnh hưởng rất nhiều đến những thương hiệu vận tải biển của Việt Nam.

Một trong những nguyên nhân gây nên tình trạng mất an toàn giao thông của Việt Nam là chất lượng phương tiện tham gia giao thông, ý thức cũng như trình độ của người tham gia giao thông. Về chất lượng phương tiện, hệ thống ô tô của Việt Nam rất cũ kỹ, nhiều xe tải được mua cũ để sử dụng lại. Đội tàu đa biển phần cũng là đội tàu với tuổi tàu cao, trang bị an toàn không đầy đủ theo tiêu chuẩn. Hệ thống đường sắt cũng rất cũ kỹ. Hệ thống các tàu, xà lan trên sông thì rất nhiều tàu tự chế. Đây là vấn đề đã phát sinh từ rất lâu và đến nay vẫn còn, cần có phương án giải quyết vấn đề chất lượng phương tiện, từ đó thúc đẩy lưu lượng vận tải, và đồng nghĩa với giao nhận vận tải sẽ thông suốt hơn.

Ý thức và trình độ của người điều khiển phương tiện cũng là điều cần nhắc tới trong các nguyên nhân gây mất an toàn giao thông và sự kém thông suốt cũng như chất lượng vận tải của Việt Nam. Đa số các lái xe tải hiện nay đều khiến cho chiếc xe chở hàng của mình chở thành nguyên nhân gây tai nạn cao với ý thức lái xe kém. Các lái xe container thì hầu như được đào tạo từ các khoá lái xe tại chứ chưa hề đào tạo ban đầu bằng lái đầu kéo. Đội ngũ thuyền viên Việt Nam thiếu kinh nghiệm và trình độ chuyên môn. Bộ luật giao thông cần phải có những điều quy định về điều kiện, chế tài xử phạt nghiêm khắc để xử lý điểm yếu này.

Tại sao nói khắc phục vấn đề cơ sở hạ tầng và an toàn giao thông vận tải lại là có lợi cho các doanh nghiệp giao nhận vừa và nhỏ của Việt Nam. Dễ dàng nhận

thấy với điều kiện cơ sở hạ tầng giao thông vận tải yếu kém, các doanh nghiệp giao nhận vận tải nước ngoài với đội ngũ và cơ sở vật chất hiện đại chuyên nghiệp có khả năng triển khai thực hiện công việc của mình tốt hơn, dễ dàng hơn là các doanh nghiệp giao nhận vận tải của Việt Nam vốn đã có sẵn sự yếu kém về đội ngũ và cơ sở vật chất. Có thể nêu một ví dụ về phân phối một lô hàng từ cảng Hải Phòng về Hà Nội làm ví dụ. Các doanh nghiệp giao nhận vận tải nước ngoài có khả năng dỡ hàng chuyên nghiệp hơn, xe tải của họ có chất lượng tốt hơn nên chạy với thời gian nhanh hơn, ít bị hao mòn hơn dù đường có xấu. Đồng thời do ý thức và trình độ lái xe tốt nên tránh được thiệt hại từ tai nạn, tiền phạt và thời gian chậm chễ do bị phạt hay tai nạn trên đường gây ra. Đồng thời đội ngũ xe dày hơn và liên tục hơn khiến chi phí của họ giảm xuống, và đương nhiên giá dịch vụ cũng sẽ cạnh tranh hơn. Trong khi đó các doanh nghiệp vừa và nhỏ của chúng ta khi bến cảng không có vật dụng chuyên nghiệp để xếp dỡ, đội ngũ thì thiếu chuyên nghiệp nên việc lấy hàng đã làm chậm hơn. Cộng thêm xe lưu thông trên đường không thể có tốc độ tốt vì xe cũ kỹ, thường hay bị phạt vì lý do xe cũ, ý thức kém.... , thậm chí gây tai nạn và dẫn đến thiệt hại cho lô hàng.

Do vậy, khi cải thiện được cơ sở hạ tầng giao thông vận tải, quy định chặt chẽ về chất lượng phương tiện cũng như đội ngũ điều khiển phương tiện, thì sẽ đặt các công ty giao nhận vừa và nhỏ vào một vị thế tốt hơn trước. Họ được hoạt động trên một nền tảng tốt, phải có một đội ngũ và cơ sở vật chất chất lượng cao. Như vậy thì chí ít cũng hạn chế được một vài điểm yếu kém và mất cạnh tranh của họ

### **3.1.2. Đề xuất về củng cố vai trò của VIFFAS.**

- Thứ nhất, VIFFAS hiện nay gần như một tổ chức duy nhất của những nhà hoạt động giao nhận vận tải Việt Nam. Với vị thế này, VIFFAS cần phải

năng động hơn thời điểm hiện tại, không chỉ là một hiệp hội của vài trăm doanh nghiệp như hiện tại mà phải là đại diện cho tiếng nói của toàn ngành giao nhận vận tải Việt Nam, đặc biệt của các doanh nghiệp vừa và nhỏ còn đang khó khăn, dù biết hiệp hội có tiêu chuẩn xét ra nhập của riêng mình.

- Hiệp hội VIFFAS hiện nay gần như chỉ là một cơ quan ngôn luận của các công ty hoạt động vận tải giao nhận. Với vai trò của mình, VIFFAS cần làm nhiều hơn thế. VIFFAS cần là cầu nối để các doanh nghiệp học hỏi kinh nghiệm và tạo lập quan hệ hợp tác. Là cầu nối để các doanh nghiệp đi đầu và lớn mạnh giúp đỡ các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Phải là người tìm hiểu các khó khăn của ngành đề xuất nhà nước phương án giải quyết. Hơn nữa, còn phải là trung tâm thông tin, chuyên môn để các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp vừa và nhỏ có thể tìm đến nghiên cứu, tra cứu, và giải quyết những thắc mắc trong quá trình hoạt động của mình.
- Với vai trò là cầu nối, VIFFAS không chỉ nên là cầu nối giữa các doanh nghiệp với các doanh nghiệp trong ngành, mà còn nên là cầu nối giữa các doanh nghiệp với các doanh nghiệp có nhu cầu sử dụng dịch vụ. VIFFAS cần phải là một nhà , giới thiệu, điều phối các doanh nghiệp thích hợp cho nhu cầu của người sử dụng dịch vụ. Hãy tưởng tượng rằng nếu một doanh nghiệp đang cần dịch vụ vận tải giao nhận, việc đầu tiên họ sẽ làm là nhờ VIFFAS cố vấn cho các doanh nghiệp phù hợp trước tiên, từ đó họ sẽ tự sàng lọc. Việc này khẳng định một điều là thương hiệu VIFFAS lúc đó đã rất vững mạnh trong thị trường giao nhận vận tải Việt Nam, và nó cũng sẽ là động cơ khiến các doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp vừa và nhỏ trong ngành tích cực hoạt động, nâng cao chất lượng để được tham gia vào

hiệp hội cũng như để được giới thiệu và đảm bảo với khách hàng từ phía hiệp hội.

- Cuối cùng, hiệp hội giao nhận vận tải cần phải là người đi tiên phong trong xác định chiến lược lâu dài cho toàn ngành, mà ở đây là tiến lên cung cấp những dịch vụ logistics. Giống như hiệp hội giao nhận vận tải ở Singapore đã đổi tên thành hiệp hội các nhà cung cấp dịch vụ logistics Singapore, Viffas cũng nên làm như vậy và phải nỗ lực để đạt được cái tên như vậy trong thời gian thời, nhằm dẫn đường cho toàn ngành giao nhận vận tải phát triển.

## **3.2. Giải pháp vi mô**

### **3.2.1. Xác định phương hướng kinh doanh phải là nhà cung cấp dịch vụ logistics**

Ngày nay, với xu hướng toàn cầu hóa và sự phát triển vượt trội của công nghệ thông tin, những yêu cầu về dịch vụ vận tải giao nhận từ phía người thuê đang ngày càng rộng hơn, sâu hơn. Các doanh nghiệp rất mệt mỏi khi phải làm việc với quá nhiều các nhà cung cấp dịch vụ giao nhận vận tải cho cùng một công việc của mình, họ cần một nhà cung cấp dịch vụ với bất kỳ dịch vụ nào, bất kỳ ở đâu trên thế giới, vào bất kỳ thời điểm nào. Họ cần sự đơn giản trong giấy tờ, nhanh chóng trong thực hiện và chính xác ở kết quả. Những điều này chỉ có một doanh nghiệp logistics thực thụ mới làm được.

Như đã nêu, hầu hết các doanh nghiệp giao nhận vận tải hiện nay đều gắn cho mình cái tên logistics. Nhưng chưa một doanh nghiệp nào có khả năng thực thụ làm hoàn thiện một chuỗi các dịch vụ từ xưởng của nhà sản xuất đến tay của người tiêu dùng cho các doanh nghiệp đi thuê. Không chỉ thế chất lượng dịch vụ

rất nghèo nàn, số lượng dịch vụ ít. Vì lý do này mà cho đến nay hầu như chưa doanh nghiệp giao nhận vận tải nào của Việt Nam có khả năng đảm đương một chuỗi các dịch vụ, hoặc cao hơn là quản lý tất cả các chuỗi dịch vụ cho người đi thuê.

Muốn phát triển, muốn theo kịp xu hướng phát triển của ngành, các doanh nghiệp logistics vừa và nhỏ cần phải nhận thức đúng đắn việc phát triển doanh nghiệp của mình về dài hạn sẽ trở thành một doanh nghiệp logistics, có khả năng cung ứng hoàn thiện một chuỗi các dịch vụ, hay cao hơn là thay mặt các doanh nghiệp đi thuê quản lý toàn bộ các chuỗi cung ứng của họ. Với tiềm lực hiện nay, của các doanh nghiệp vừa và nhỏ quả thực rất khó để trở thành một nhà cung cấp toàn diện dịch vụ logistics. Nhưng khi xác định đường hướng trở thành logistics, thì bản thân các doanh nghiệp sẽ có những nỗ lực đầu tư trong phạm vi nhỏ bé để hoàn thiện doanh nghiệp của mình, tìm ra những giải pháp mà một trong số đó là liên kết.

### **3.2.2. Liên kết.**

Vào khoảng cuối năm 2007, 30 công ty vừa và nhỏ hoạt động trong lĩnh vực logistics ở Thái Lan đã liên kết nhau lại thành một nhóm. Con số 30 quả thật là rất ấn tượng, và mô hình liên kết của họ cũng rất đơn giản. Bình thường mỗi công ty vẫn làm việc của riêng mình. Nhưng nếu một trong các thành viên của nhóm có được một khách hàng có yêu cầu cung cấp một dịch vụ logistics liên tục, tức là mọi dịch vụ làm sao để hàng có thể từ tay nhà sản xuất đến tay người tiêu dùng. Thì các công ty trong nhóm này sẽ hợp nhau lại, tùy theo khả năng và thế mạnh trong nhóm của từng công ty để phân bổ công việc, và nhóm vẫn quản lý việc thực hiện nhiệm vụ của từng công ty.

Chưa cần biết mô hình này có kết quả ra sao, hay bản thân nó cũng còn nhiều những vấn đề và bất cập, nhưng đây là một ví dụ cho mô hình liên kết mà các

doanh nghiệp giao nhận vận tải vừa và nhỏ của Việt Nam cần học hỏi và áp dụng càng sớm càng tốt. Bởi khi liên kết, những nguồn lực manh mún nhỏ lẻ sẽ được tập hợp, những thế mạnh của những cá nhân đơn lẻ được phát huy, dịch vụ được mở rộng, nâng cao về chất lượng. Và đây chính là tiền đề để trở thành nhà cung cấp dịch vụ logistics đúng nghĩa. Sau đây xin được nêu 3 mô hình liên kết mà khả năng áp dụng của nó hoàn toàn có khả năng áp dụng cho với các doanh nghiệp giao nhận vận tải nhỏ và vừa của Việt Nam:

a. Liên kết doanh nghiệp giao nhận vận tải – doanh nghiệp giao nhận vận tải:

Đây cũng chính là mô hình liên kết mà ví dụ trên trình bày. Các dịch vụ giao nhận vận tải hiện nay vô cùng đa dạng và ở phạm vi rộng toàn cầu. Trong khi đó các doanh nghiệp Việt Nam thì nhỏ bé và manh mún. Vậy nên bài toán liên kết dựa theo mảng dịch vụ cung cấp giữa các doanh nghiệp giao nhận vận tải với nhau là một bài toán rất hay, điển hình ở đây là liên kết giữa doanh nghiệp môi giới giá vận tải quốc tế – doanh nghiệp làm vận tải nội địa, dịch vụ tại cảng nội địa Việt nam – doanh nghiệp cho thuê kho bãi ở Việt Nam. Khi liên kết này được hình thành, thì ít nhất là quá trình vận tải từ cảng đầu nước ngoài về đến kho người nhận tại Việt Nam hay từ kho người xuất tại Việt Nam đến cảng đến tại nước ngoài đã được kiểm soát và giảm ước chi phí xuống thấp nhất.

Mô hình liên kết này tạo lợi thế cho các doanh nghiệp vận tải giao nhận trong khối, nhất là doanh nghiệp làm đại lý môi giới giá vận tải quốc tế thế mạnh trước khách hàng về khả năng cung ứng dịch vụ nội địa. Việc này không mang đến cho các doanh nghiệp làm đại lý môi giới giá vận tải quốc tế lợi ích nhiều từ việc có thêm lợi nhuận, thậm chí có thể làm cho lợi nhuận trên từng lô hàng của họ giảm đi chút ít nhằm chia sẻ với hai đối tác còn lại. Tuy nhiên nó giúp họ có thể phủ kín được nhu cầu của khách hàng trong nội địa Việt Nam, quản lý được hoạt động nội địa Việt Nam giúp khách hàng yên tâm hơn. Đồng thời một khi đã

cùng nhau thành một khối, doanh nghiệp làm môi giới về giá vận tải quốc tế sẽ được sự hỗ trợ về giá, chất lượng dịch vụ nhiều hơn từ 2 đối tác còn lại nhằm tăng cạnh tranh cho cả khối. Một điểm mạnh nữa là khối liên kết này sẽ giúp đỡ nhau tìm kiếm khách hàng và giới thiệu khách hàng cho nhau.

b. Liên kết doanh nghiệp giao nhận vận tải- doanh nghiệp chuyên chở hàng hóa quốc tế của Việt Nam:

Thực tế cho thấy các doanh nghiệp giao nhận vận tải vừa và nhỏ của Việt Nam đa phần đều là đại lý về giá vận tải hàng hóa quốc tế. Họ mua giá của những người chuyên chở và bán lại cho người có nhu cầu. Đa số những người làm đại lý về giá vận tải có được lợi thế về giá bởi hai lý do chính:

- Họ có lượng hàng thường xuyên cho các hãng vận tải quốc tế.
- Họ có quan hệ đặc biệt với hãng vận tải quốc tế.

Tạm gác lại vấn đề lượng hàng lớn, ổn định và thường xuyên cho các hãng vận tải quốc tế, ta sẽ đề cập đến quan hệ đặc biệt với hãng vận tải quốc tế. Ở đây là quan hệ liên kết. Khi liên kết được với một hãng vận tải, thì đồng nghĩa với việc doanh nghiệp đại lý môi giới giá vận tải sẽ có được giá tốt hơn những doanh nghiệp khác trên các tuyến và phương thức vận tải quốc tế mà hãng vận tải đó kinh doanh, lại càng có lợi thế hơn về dịch vụ tốt ở các tuyến đường mà hãng vận tải chuyên kinh doanh.

Nói về vấn đề liên kết với các hãng vận tải quốc tế của các doanh nghiệp giao nhận thì đó là một vấn đề khó khăn hơn rất nhiều so với liên kết với các doanh nghiệp làm dịch vụ nội địa và doanh nghiệp kho bãi.:

- Lý do thứ nhất, các doanh nghiệp vận tải quốc tế của Việt Nam yếu kém hơn hẳn so với các doanh nghiệp kinh doanh vận tải quốc tế nước ngoài, ví dụ như MAERSK, APL, MOL, NYK... Và nếu so với các doanh nghiệp logistics của các ông lớn này, thì dẫu cho có liên kết, một thực tế



rằng các doanh nghiệp giao nhận vận tải dù có lớn của Việt Nam cũng khó lòng cạnh tranh về việc làm đại lý giá vận tải quốc tế chứ chưa nói đến các doanh nghiệp vừa và nhỏ.

- Thứ hai, việc liên kết giữa các doanh nghiệp giao nhận làm mảng môi giới giá vận tải quốc tế và hãng vận tải quốc tế sẽ dẫn đến những vướng mắc ban đầu về vấn đề va chạm thị trường, đặc biệt là thị trường hàng xuất khẩu từ Việt Nam. Hiện tại cho thấy khách hàng có nhu cầu mua giá vận tải xuất khẩu từ Việt Nam sẽ mua giá từ hai nguồn, mua trực tiếp từ các hãng tàu hay mua từ các doanh nghiệp môi giới giá. Câu hỏi đặt ra là khi liên kết, giải quyết vấn đề khách hàng đó ra sao mới là quan trọng.
- Thứ ba, là vấn đề về quy mô. Đã là hãng vận tải quốc tế thì gần như quy mô, cơ sở vật chất hay vốn đều lớn hơn nhiều so với các doanh nghiệp môi giới giá nhỏ và vừa. Vậy khi liên kết, một doanh nghiệp môi giới giá nhỏ và vừa có được coi là một đối tác chính của hãng vận tải đó hay không. Điều kiện của một doanh nghiệp môi giới giá vận tải quốc tế nếu muốn liên kết với hãng vận tải đó ra sao.

Phương án giải quyết ở đây có thể là liên kết 1 hãng tàu với nhiều doanh nghiệp môi giới giá vận tải quốc tế vừa và nhỏ liên kết với nhau trước khi liên kết với một hãng vận tải. Sau đó, sẽ tùy tuyến đường của hãng vận tải đó mà chia nhau thị trường. Điều này đảm bảo các doanh nghiệp môi giới có giá tốt để cạnh tranh trên nhiều tuyến đường, lại đảm bảo cho các hãng vận tải quốc tế, đặc biệt là hãng vận tải quốc tế của Việt Nam có lượng khách hàng ổn định mà ít phải bỏ công vào vấn đề kinh doanh và phát triển thị trường hơn.

c. Liên kết doanh nghiệp dịch vụ kho bãi – doanh nghiệp dịch vụ và vận tải nội địa – doanh nghiệp môi giới giá vận tải quốc tế – doanh nghiệp vận tải hàng hóa quốc tế của Việt Nam:

Đây có thể coi là hình thức liên kết lớn mạnh nhất có thể thực hiện được trong tương lai gắn đối với các doanh nghiệp giao nhận vận tải vừa và nhỏ của Việt Nam. Nó là hình thái cao cấp hơn của hai liên kết nêu trên, và mang lại nhiều lợi thế hơn. Tuy nhiên đây sẽ là một liên kết phức tạp nhất trong ba liên kết, đặc biệt là trên phương diện quản lý, phân chia lợi nhuận và thị trường.

Nói về 3 hình thức liên kết trên đây, có một điều cần lưu ý chung khi thực hiện mà các doanh nghiệp khi tham gia liên kết phải chú ý, đó là vấn đề thương hiệu và quyền lợi của mình. Khi liên kết các doanh nghiệp có bị đặt trước nguy cơ phải hoạt động dưới một cái tên khác, của một thành viên mạnh nhất trong liên kết hay không. Người quản lý, người sáng lập doanh nghiệp có muốn đưa con tinh thần của mình sẽ phải chia sẻ việc quản lý cho những người khác hay không, thậm chí mất hoàn toàn quyền quản lý vào tay những người đứng đầu liên kết hay không. Hoặc nếu liên kết, các doanh nghiệp sẽ phải chia nhau thị trường, lợi nhuận như thế nào, sẽ phải cân nhắc những thiệt thòi để giúp đỡ thành viên trong liên kết ra sao. Tất cả những điều này là khó khăn cần được giải quyết trong vấn đề liên kết các doanh nghiệp vừa và nhỏ cùng ngành.

d. Liên kết với các doanh nghiệp giao nhận vận tải và hãng vận tải nước ngoài:

Xét về lợi ích, khi doanh nghiệp giao nhận vận tải nhỏ và vừa của Việt Nam có thể liên kết một cách bình đẳng với các doanh nghiệp giao nhận vận tải và hãng tàu nước ngoài thì sẽ mang lại một thị trường rộng lớn và lợi thế hơn hẳn trong chuỗi những dịch vụ giao nhận vận tải toàn cầu. Tuy nhiên để có được liên kết này không đơn giản hay có thể nói là không có khả năng áp dụng trong thời gian trước mắt đối với các doanh nghiệp giao nhận vừa và nhỏ của Việt Nam. Đa phần các doanh nghiệp giao nhận vận tải vừa và nhỏ của Việt Nam cho đến nay chỉ hoạt động như một mắt xích nhỏ trong chuỗi dịch vụ toàn cầu của các doanh nghiệp logistics nước ngoài, và cũng chỉ là một đại lý làm thuê nhỏ của các hãng

vận tải nước ngoài. Việc liên kết với hãng vận tải nước ngoài như một thành viên là một điều gần như không thể với một doanh nghiệp vận tải giao nhận vừa và nhỏ Việt Nam.

Về vấn đề liên kết các doanh nghiệp giao nhận vận tải nhỏ và vừa của Việt Nam với các doanh nghiệp tương tự trên mạng lưới toàn cầu, việc này chỉ giải quyết được vấn đề phạm vi dịch vụ, chứ chưa tạo ra sự khác biệt với việc làm đại lý cho các doanh nghiệp logistics nước ngoài hay được các doanh nghiệp logistics nước ngoài làm đại lý. Bởi nếu muốn có một liên kết thực sự thì phải có sự chia sẻ về lợi ích, rủi ro, thông tin rõ ràng hơn nữa, chưa kể đến những rào cản pháp luật khi liên kết với các doanh nghiệp nước ngoài.

Hãy lấy một ví dụ về sự thiếu chia sẻ lợi ích, thông tin và rủi ro giữa hai doanh nghiệp giao nhận vận tải vừa nhỏ của Việt Nam với một doanh nghiệp vừa và nhỏ của Đức khi làm đại lý của nhau. Trên hợp đồng bao giờ cũng đề cập đến vấn đề chia sẻ 50:50 lợi nhuận kiếm được khi làm môi giới giá vận tải đường biển quốc tế. Thế nhưng thực tế cho một lô hàng nhập từ Đức về Việt Nam theo giá FOB. Phía Đức sẽ mua giá từ hãng vận chuyên và đưa cho doanh nghiệp Việt Nam với hình thức là giá “net” ( tức chưa có lợi nhuận của phía Đức) hoặc giá đã bao gồm lợi nhuận nhưng không nói rõ là bao nhiêu. Nếu là giá net thì khi bán giá cho khách nhập khẩu , phía Việt Nam cần phải cộng thêm lợi nhuận của cả 2 bên vào giá bán với luật 50:50. Nhưng nếu có cộng 100 USD vào giá thì phía Việt Nam cũng chỉ báo là 40 USD để chỉ phải chia 20 USD lợi nhuận cho phía Đức. Đây chính là ví dụ điển hình về tình trạng thiếu minh bạch về thông tin, thiếu chia sẻ về lợi ích khi các công ty giao nhận vận tải là đại lý quốc tế của nhau và ngay cả khi các công ty đã ra nhập một mạng lưới các công ty giao nhận vận tải toàn cầu nào đó. Chính vấn đề này đã đẩy các doanh nghiệp giao nhận vận tải nhỏ và vừa của Việt Nam vào việc thà làm đại lý không độc quyền còn

hơn là tham gia vào một liên kết có nhiều ràng buộc mà không thay đổi được điều gì trong lợi thế cạnh tranh hay phát triển.

e. Liên kết với khách hàng

Bản thân ngành dịch vụ giao nhận vận tải vốn xuất phát từ chỗ một doanh nghiệp giao nhận làm công cho một doanh nghiệp có nhu cầu. Lúc đó doanh nghiệp giao nhận vận tải chỉ cần 1 đến 2 người, có trang bị máy tính nối mạng, điện thoại, máy fax và máy in. Doanh nghiệp có nhu cầu coi doanh nghiệp làm giao nhận vận tải đó như một bộ phận trong công ty của mình, hầu không nằm trong biên chế và không quản lý trực tiếp. (phục vụ cho việc thuê phương tiện vận tải và khai quan là chủ yếu).

Có thể nói giải pháp liên kết với khách hàng được nêu ở đây cũng dựa trên cơ sở được khách hàng coi như một phần của doanh nghiệp họ. xét lĩnh vực xuất nhập khẩu. Hiện rất nhiều những doanh nghiệp làm thương mại của Việt Nam có một nguồn đầu ra tiêu thụ dồi dào cho các dòng sản phẩm được nhập ngoại. Tuy nhiên do hạn chế về mặt trình độ, ít tiếp cận công nghệ mà họ không thể tìm được nguồn hàng ngoại nhập mà lại chỉ có thể là đầu mối bán buôn cho các doanh nghiệp nhập khẩu, dù cho họ có nguồn vốn dồi dào không kém. Cũng như vậy với các doanh nghiệp sản xuất của Việt Nam, chưa nói đến những doanh nghiệp sản xuất hàng chỉ đủ đáp ứng cho nhu cầu nội địa, có rất nhiều doanh nghiệp xuất khẩu rất khó khăn trong việc tìm đầu ra tại các thị trường thế giới. Đây chính là một cơ hội lớn cho các doanh nghiệp giao nhận vận tải quốc tế của Việt Nam : đứng trung gian tìm nguồn hàng và đầu ra cho lĩnh vực xuất nhập khẩu.

Lợi ích của việc làm trung gian thương mại quốc tế này mang lại lợi ích cho doanh nghiệp vận tải giao nhận ở chỗ :

- Doanh nghiệp giao nhận vận tải có được tiền hoa hồng môi giới, có thể cả từ bên bán hoặc bên mua hoặc cả hai.
- Khi làm được việc này, thì doanh nghiệp giao nhận vận tải sẽ kiếm được những khách hàng trung thành. Khách hàng coi doanh nghiệp giao nhận vận tải lúc này không chỉ đơn thuần là người phục vụ mình, mà coi các doanh nghiệp như một bộ phận đa năng trong doanh nghiệp của họ, họ có thể tin tưởng và ủy thác gần như mọi việc trong khả năng doanh nghiệp giao nhận vận tải có thể cung cấp dịch vụ cho họ.

Có thể kết luận rằng, với việc làm này, các doanh nghiệp vận tải có thể có được khách hàng, lượng hàng ổn định hơn bao giờ hết, thậm chí còn gia tăng lợi nhuận, không chỉ là lợi nhuận từ những dịch vụ như trước kia, mà còn là hoa hồng môi giới. Trong khi với tiềm lực nhỏ và vừa, việc làm trung gian thương mại như thế này hầu như không yêu cầu quá nhiều về vốn hay cơ sở vật chất ở các doanh nghiệp giao nhận vận tải, thậm chí có thể nói là hầu như không phải đầu tư vốn. Chỉ cần có thể nắm được mạng lưới thông tin toàn cầu, tích cực tra cứu, có kỹ năng trong đàm phán...Nói chung đòi hỏi chủ yếu là ở trình độ, đặc biệt là trình độ ngoại ngữ, kinh tế, giao tiếp, quan hệ và công nghệ thông tin của nguồn nhân lực.

### **3.2.3. Giải pháp cho vấn đề thương hiệu ở các doanh nghiệp giao nhận nhỏ và vừa của Việt Nam**

Bây lâu nay chiến lược xây dựng thương hiệu là điều lạ lẫm đối với ngành dịch vụ giao nhận vận tải, điều mà họ thường cho rằng thuộc về những công ty sản xuất, thương mại hơn là cho mình. Nhưng thực tế nay đã khác. Cũng đã có nhiều doanh nghiệp giao nhận vận tải Việt Nam mạnh dạn đầu tư cho quảng cáo, tiếp thị nhưng điều ấy mới chỉ mang tính chiến thuật hơn là chiến lược dài hơi. Suy cho cùng ngành nào cũng thế, mỗi doanh nghiệp cũng cần định vị mình một

cách rõ ràng trong tâm tưởng người mua, người sử dụng. Đã đến lúc chúng ta nhìn một cách sâu sắc hơn về vấn đề thương hiệu cũng như phát triển thương hiệu.

Nhiều năm trở lại đây, ngành dịch vụ vận tải giao nhận đã phát triển mạnh mẽ tại Việt Nam thể hiện qua sự bùng nổ con số các doanh nghiệp tham gia ngành này. Những sự thay đổi ấy đã dẫn tới nguy cơ “phổ thông hóa” dịch vụ giao nhận vận tải trong mắt người mua dịch vụ. Nếu thực sự điều ấy xảy ra, các khách hàng hiện hữu và tiềm năng sẽ ngày càng không phân biệt khi lựa chọn nhà cung cấp dịch vụ giao nhận vận tải. Và điều này, ngược lại sẽ làm cho áp lực cạnh tranh về giá ngày càng khốc liệt điều đã không phải là hiếm trong ngành. Câu hỏi cốt lõi đặt ra ở đây là, các nhà điều hành của công ty giao nhận vận tải vừa và nhỏ của Việt Nam sẽ làm gì để ứng phó với vấn đề này. Tài liệu Marketing đã định nghĩa thương hiệu “cái tên, thuật ngữ, dấu hiệu, biểu tượng hay thiết kế hoặc bao gồm tất cả những thứ trên giúp xác định sản phẩm/ dịch vụ của một người bán hay nhóm người bán để khác biệt họ với đối thủ của mình” (Kotler và Armstrong, 2007). Quảng bá thương hiệu cũng được dùng trong việc truyền tải thông tin về một loại dịch vụ nào đó, giải thích một xu hướng trong chiến lược kinh doanh, thể hiện một cam kết đến xã hội, gắn công ty với một danh tiếng, hoặc đơn giản chỉ là nhắc thị trường về một công ty đại diện cho nó và nó đang làm gì. Việc làm rõ thương hiệu là rất quan trọng. Nếu một công ty mơ hồ về thương hiệu của mình, thị trường chắc chắn cũng không hiểu gì về nó.

Hãy coi Bee Logistics như là một ví dụ. Cái tên Bee ( con ong ) như đã nói lên phương châm tận tụy , cần mẫn, cung cấp dịch vụ ở mọi nơi, tại mọi thời điểm của Bee logistics. Đây là một cái tên có khả năng đọng lại cao trong tâm trí người sử dụng dịch vụ, có sức truyền tải thông điệp cao hơn, và đặc biệt ngắn gọn dễ nhớ. hơn hẳn những cái tên dùng tên riêng khác , hay những cái tên hầu

như vô nghĩa ví dụ như Việt Vương Minh Vương (VVMV) logistics, rồi Hoàng Hà logistics.... Không chỉ vậy trong phần giới thiệu về mình, Bee logistics không giới hạn khả năng của mình, cũng không nói quá về khả năng của mình khi đã nói là: “ Bee Logisitcs là một 3PL “. Họ không chỉ có khả năng cung cấp những dịch vụ nhiều hơn các doanh nghiệp giao nhận vận tải vừa và nhỏ đang làm, họ có rất nhiều dịch vụ khác đúng nghĩa với một 3PL. Còn một vấn đề nữa khiến Bee Logistics dễ đi vào tâm trí khách hàng hơn đó là hệ thống trang web và đồng phục nhân viên. toàn bộ đồng phục nhân viên và hình nền trang web đều lấy màu cam vàng, màu của con ong và mật ong làm màu chủ đạo. Website của Bee ngoại trừ việc không có song ngữ anh-việt mà chỉ toàn tiếng anh, thì có thể nói là một trong những trang web của các doanh nghiệp logistics vừa và nhỏ được xây dựng hoàn chỉnh nhất ,đa dạng nhất và có tính tương tác tốt nhất. Không giống như ở các doanh nghiệp mà website không khác gì một tờ rơi trên mạng quảng cáo về doanh nghiệp. Bee logisitcs thể hiện với khách hàng rằng họ đã đang và sẽ ứng dụng công nghệ trong công việc. Những dữ liệu điện tử, báo giá điện tử .. là một điều mà bất kỳ doanh nghiệp nào cũng có thể làm, nhưng họ có làm hay không lại là cả một vấn đề. Mô hình của Bee Logistics chỉ là ví dụ về một trong rất nhiều điều mà các doanh nghiệp giao nhận vận tải có thể làm để cá biệt hóa thương hiệu của mình trong tâm trí của người sử dụng dịch vụ. Sau đây xin được nêu cách mà các doanh nghiệp vừa và nhỏ có thể áp dụng ngay để động lại thương hiệu của mình trong lòng khách hàng:

- Thiết kế cho thương hiệu một logo bắt mắt kèm theo một khẩu hiệu có thể bao hàm ý nghĩa tên của thương hiệu. Logo luôn phải xuất hiện ở càng nhiều nơi bằng càng nhiều cách và tất nhiên với chi phí càng thấp càng tốt. Ví dụ như trên áo đồng phục công ty, trên các văn phòng phẩm của nhân

viên công ty thường dùng để đi tiếp xúc khách hàng, trên quà tặng cho khách hàng....

- Luôn khiến cho khách hàng của bạn thấy được quá trình vận tải giao nhận nằm trong tầm kiểm soát của bạn bằng những bản báo cáo hàng ngày , hàng tuần về tình hình và tình trạng hàng hóa của họ.

- Xóa đi khoảng cách giữa khách hàng và doanh nghiệp :

Luôn khiến cho khách hàng của bạn thấy được quá trình vận tải giao nhận nằm trong tầm kiểm soát của bạn bằng những bản báo cáo hàng ngày , hàng tuần về tình hình và tình trạng hàng hóa của họ.

Dù khách hàng là ai, họ cũng không thể chuyên nghiệp và hiểu biết tất cả những kiến thức chuyên môn mà chúng ta đang làm việc. Hãy là một người bạn, một người tư vấn miễn phí mỗi khi khách hàng cần dịch. Không sớm thì muộn, bạn sẽ trở thành cái tên khách hàng nhớ tới khi có khúc mắc. Và cuối cùng sẽ là cái tên mà khách hàng lựa chọn.

Một điều cần chú ý trong vấn đề này đó là các doanh nghiệp phục vụ 2 đối tượng. Một là thực thể trừu tượng, toàn bộ doanh nghiệp thuê dịch vụ, hai là một thực thể sống, người đại diện cho doanh nghiệp thuê dịch vụ. Việc xóa đi khoảng cách với người này có thể đẩy lên tới mức bạn bè, hoặc thấp hơn là gắn kết với nhau theo hướng đôi bên cùng có lợi. Cái lợi ở đây chính là hoa hồng , đây là một thực tế vẫn đang diễn ra và nên được nhìn nhận ở Việt Nam. Các doanh nghiệp giao nhận vừa và nhỏ luôn sẵn sàng chi trả hoa hồng cho người đại diện khách hàng nếu họ chọn dịch vụ của mình.

- Tạo qua các quy trình chuẩn . Vẫn biết vận tải , mà đặc biệt là vận tải đường biển rất khó có thể đưa ra được thời gian chính xác. Nhưng khi các doanh nghiệp luôn cho khách hàng của bạn những con số như một chuẩn



mục về thời gian dịch vụ, luôn ép mình vào những tiêu chuẩn bắt buộc để hoàn thành những dịch vụ như khai quan, xếp dỡ...cùng với đó là dòng chảy thông tin luôn luôn thông suốt, doanh nghiệp sẽ tạo nên một thương hiệu Just in time trong lòng khách hàng.

- Những minh chứng cho dịch vụ tốt . Hiện tại có rất nhiều công ty sản xuất thương mại tầm cỡ hoạt động trên thị trường Việt Nam. Nếu một doanh nghiệp có thể cung cấp dịch vụ cho những doanh nghiệp đó trong một khoảng thời gian dài liên tục, thì đương nhiên một điều chắc chắn là doanh nghiệp đó có dịch vụ tốt. Việc các doanh nghiệp cần làm là làm sao để các khách hàng lớn và nổi tiếng này của mình lên tiếng công nhận khả năng và chất lượng dịch vụ của mình qua một email, một thư giới thiệu... Đây là một dấu ấn không thể tốt hơn cho bất cứ doanh nghiệp giao nhận vận tải nào trước những khách hàng mới.
- Sử dụng yếu tố con người : con người gần như là một yếu tố quan trọng nhất mà các doanh nghiệp giao nhận vừa và nhỏ có thể sử dụng như một mấu chốt để tạo ấn tượng với khách hàng. Đội ngũ nhân viên là đội ngũ tiếp xúc với khách hàng nhiều nhất, thường xuyên nhất. Có tạo ấn tượng với khách hàng hay không, tạo ra ấn tượng xấu hay tốt, tạo ra nhiều hay ít ấn tượng, đa phần đều do đội ngũ con người của doanh nghiệp. Khách hàng mong chờ gì ở đội ngũ nhân viên của doanh nghiệp giao nhận vận tải . Đó là tác phong chuyên nghiệp, am hiểu chuyên môn và tất nhiên, luôn luôn nhiệt tình. Đây cũng chính là chìa khoá để các doanh nghiệp vừa và nhỏ gây dựng thương hiệu, đồng thời tăng kết quả kinh doanh dựa vào nguồn lực con người của mình. Chính vì vậy, vấn đề lựa chọn và đào tạo nhân viên của bản thân doanh nghiệp cần phải kỹ càng, bài bản.

## KẾT LUẬN

Thị trường vận tải giao nhận Việt Nam đang trở nên ngày một hấp dẫn và hứa hẹn sẽ là một nguồn lợi hàng tỷ đô la hiện tại và trong tương lai. Ngành giao nhận vận tải, cũng sẽ trở thành một ngành đóng vai trò quan trọng trong sự phát triển kinh tế chung của toàn đất nước. Nhưng trong hiện tại, những ảnh hưởng từ cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu và những áp lực khi Việt Nam ra nhập WTO đã và sẽ tiếp tục gây ra những khó khăn không nhỏ cho nền kinh tế Việt Nam, ngành giao nhận vận tải và các công ty giao nhận vận tải vừa và nhỏ của Việt Nam. Bên cạnh đó, vẫn còn quá nhiều điểm tồn tại trong hoạt động của các công ty giao nhận vận tải vừa và nhỏ của Việt Nam. Đã đến lúc, cần phải có những nghiên cứu, những bàn luận và những hành động cụ thể, nghiêm túc nhằm tìm ra những biện pháp phát triển các doanh nghiệp giao nhận vận tải vừa và nhỏ của chúng ta. Có thể là những giải pháp vĩ mô của nhà nước, cũng có thể là những giải pháp vi mô đến từ bản thân các doanh nghiệp. Với nguồn tài liệu, kinh nghiệm cũng như thời gian hạn hẹp, nhưng hy vọng rằng đề tài này đã đóng góp một phần nhỏ trong việc nghiên cứu và tìm ra giải pháp nhằm phát triển các doanh nghiệp giao nhận vận tải vừa và nhỏ của Việt Nam. Mong rằng trong tương lai không xa, những doanh nghiệp giao nhận vận tải vừa và nhỏ của Việt Nam sẽ giải quyết được những nhược điểm và khó khăn để có thể đóng vai trò nòng cốt, giúp giao nhận vận tải Việt Nam thực sự lớn mạnh và phát triển, chiếm lĩnh thị trường nội địa cũng như vươn ra những thị trường nước ngoài.

# TÀI LIỆU THAM KHẢO

## SÁCH, GIÁO TRÌNH, BÁO CÁO :

- ❖ PGS.TS. Nguyễn Hồng Đàm ( Chủ Biên ) (năm 2005), *Vận Tải Và Giao Nhận Trong Ngoại Thương*, NXB Lý Luận Chính Trị.
- ❖ PGS.TS. Nguyễn Như Tiến (2006), *Logistics và khả năng áp dụng, phát triển logistics trong các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận tải giao nhận ở Việt Nam*, NXB Giao Thông Vận Tải.
- ❖ PGS.TS. Đoàn Thị Hồng Vân(2006), *Quản trị logistics*, NXB Thống Kê.
- ❖ Phòng nghiên cứu và tư vấn – công ty SCM (2008), *Báo cáo khảo sát logistics Việt Nam năm 2008*.
- ❖ Tuan A. Phung Esq (2008), *The Regulatory Logistics for Logistics in Vietnam*, VCI Legal.

## BÁO CHÍ:

1. Hiệp hội đại lý và môi giới hàng hải Việt Nam – VISABA (2006) , Tạp chí **Visaba Times**

- ❖ *Thách thức đối với doanh nghiệp hoạt động logistics của Việt Nam*, số 85/2006
- ❖ *Vai trò của Logistics trong nền kinh tế*, số 85/2006

2. Hiệp hội giao nhận kho vận Việt Nam - VIFFAS (năm 2007), Tạp chí *Vietnam Logistics*:

- ❖ Chủ tịch VIFFAS – Anh hùng Lao động Bùi Ngọc Loan, *Logistics Việt Nam Cơ Hội Và Thách Thức*, số 1/2007.
- ❖ LS. Vũ Xuân Phong, *Vận Tải Đa Phương Thức Được Quy Định Trong Pháp Luật Việt Nam*, số 1/2007.
- ❖ Nguyễn Tương, *Phát triển dịch vụ Logistics trong ngành vận tải biển*, số 1/2007.

- ❖ Phó chủ tịch VIFFAS - ông Nguyễn Thâm, *Logistics Việt Nam Hậu WTO*, số 1/2007.
  - ❖ TS. Trịnh Thị Thu Hương, Ths Nguyễn Giang Tiến, *Thực Trạng Logistics Trong Lĩnh Vực Vận Tải Việt Nam*, số 1/2007.
3. Trường Đại học Ngoại Thương (2006), tạp chí *Kinh tế đối ngoại*
- ❖ PGS.TS Nguyễn Như Tiên, *Khảo sát điều tra hoạt động Logistics trong các doanh nghiệp kinh doanh vận tải giao nhận ở Việt Nam và giải pháp phát triển*, số 18/2006
  - ❖ TS. Trịnh Thị Thu Hương, *Một vài nét về thực trạng áp dụng Logistics trong lĩnh vực vận tải tại Việt Nam*, số 14/2006

#### **VĂN BẢN PHÁP LUẬT**

- ❖ Luật thương mại Việt Nam 2005
- ❖ Nghị định số 90/2001/NĐ-CP của chính phủ về trợ giúp phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa.
- ❖ Nghị định số 140/2007/NĐ-CP về điều kiện kinh doanh dịch vụ logistics và giới hạn trách nhiệm đối với thương nhân kinh doanh dịch vụ logistics.
- ❖ Quyết định số 236/2006/QĐ-TTg về kế hoạch phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa 5 năm ( 2006 – 2010 ).

#### **WEBSITE:**

1. Bộ công thương [www.moit.gov.vn](http://www.moit.gov.vn)
2. Bộ giao thông vận tải [www.mt.gov.vn](http://www.mt.gov.vn)
3. Cổng thông tin xuất khẩu Việt Nam [www.ngoaituong.vn](http://www.ngoaituong.vn)
4. Cục Phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa, bộ Kế Hoạch Đầu Tư [www.business.gov.vn/asmed.aspx](http://www.business.gov.vn/asmed.aspx)
5. Diễn đàn giao nhận vận tải [www.vietship.vn](http://www.vietship.vn)
6. Diễn đàn hàng hải Việt Nam [www.vinamaso.net/forum](http://www.vinamaso.net/forum)
7. Hiệp hội doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam [www.vinasme.com.vn](http://www.vinasme.com.vn)

8. Hiệp hội đại lý và môi giới hàng hải Việt Nam [www.visaba.org.vn](http://www.visaba.org.vn)
9. Hiệp hội giao nhận kho vận Việt Nam [www.viffas.org.vn](http://www.viffas.org.vn)
10. Tổng cục thống kê [www.gso.gov.vn](http://www.gso.gov.vn)
11. Tổng công ty Hàng hải Việt Nam: [www.vinalines.com.vn](http://www.vinalines.com.vn)
12. Vietnam's supply chain and logistics blog  
[www.360vietnam.com/scm/www.vantaivietnam.com.vn](http://www.360vietnam.com/scm/www.vantaivietnam.com.vn)
13. Website thông tin hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa [www.smenet.com.vn](http://www.smenet.com.vn)
14. [www.giaothongvantai.com.vn](http://www.giaothongvantai.com.vn)
15. [www.saga.vn](http://www.saga.vn)