

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



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Đề tài:

**GIẢI PHÁP TĂNG CƯỜNG SỰ THAM GIA CỦA
CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM VÀO HỆ THỐNG
LOGISTICS TOÀN CẦU**

Sinh viên thực hiện : Phạm Thị Lan
Lớp : Anh 13
Khóa : 45E
Giáo viên hướng dẫn : ThS. Lê Thành Công

Hà nội - 05/2010

MỤC LỤC

DANH MỤC BẢNG BIỂU

LỜI MỞ ĐẦU	1
CHƯƠNG I. TỔNG QUAN VỀ HỆ THỐNG LOGISTICS TOÀN CẦU	3
I. Khái quát chung về Logistics.	3
1. Khái niệm Logistics.	3
2. Đặc điểm logistics.	5
2.1. Logistics là tổng hợp các hoạt động của doanh nghiệp, đó là logistics sinh tồn, logistics hoạt động và logistics hệ thống.	5
2.2. Logistics là sự phát triển cao, hoàn chỉnh của dịch vụ giao nhận vận tải, vận tải.	6
2.3. Logistics là sự phát triển toàn diện và khéo léo của vận tải đa phương thức ..	7
2.4. Logistics hỗ trợ các hoạt động của doanh nghiệp.	8
2.5. Logistics là một ngành dịch vụ.	8
3. Nội dung của logistics.	9
3.1. Mua sắm vật tư.	9
3.2. Lưu kho và dự trữ.	10
3.3. Vận tải và giao nhận.	10
3.4. Kho bãi và phân phối.	11
3.5. Hệ thống thông tin.	12
3.6. Dịch vụ khách hàng.	12
3.7. Mối liên hệ, xâu chuỗi giữa các hoạt động logistics.	13
4. Vai trò của logistics.	14
4.1. Đối với nền kinh tế:	14
4.2. Đối với doanh nghiệp.	16
II. Hệ thống Logistics toàn cầu.	19
1. Các giai đoạn phát triển của hệ thống Logistics toàn cầu.	19
2. Hoạt động của hệ thống Logistics toàn cầu.	20
2.1. Các loại hình dịch vụ trong hệ thống logistics toàn cầu.	20

2.2. Nhà cung cấp dịch vụ Logistics.....	22
2.3. Người tiêu dùng dịch vụ Logistics.....	24
3. Xu hướng Logistics toàn cầu.....	25
3.1. Thuê ngoài dịch vụ Logistics (Outsourcing).....	25
3.2. E-Logistics.....	28
3.3. Phát triển các giải pháp Logistics tích hợp.....	30
3.4. Kết hợp phương pháp quản lý Logistics kéo (Pull) và phương pháp quản lý Logistics đẩy (Push) truyền thống.....	31
Chương II. SỰ THAM GIA CỦA CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM VÀO HỆ THỐNG LOGISTICS TOÀN CẦU.....	32
I. Tổng quan thị trường Logistics Việt Nam.....	32
1. Khái quát về thị trường Logistics Việt Nam.....	32
2. Các nhà cung ứng dịch vụ Logistics trên thị trường Logistics Việt Nam. ...	34
2.1. Các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ Logistics trong nước.....	34
2.2. Các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ Logistics nước ngoài.....	35
II. Sự tham gia của các doanh nghiệp Việt Nam vào hệ thống logistics toàn cầu.....	37
1. Các loại hình dịch vụ logistics được cung cấp bởi các doanh nghiệp logistics Việt Nam.....	37
1.1. Dịch vụ vận tải giao nhận hàng hóa xuất nhập khẩu.....	38
1.2. Dịch vụ vận tải giao nhận nội địa và phân phối hàng.....	39
1.3. Dịch vụ phân loại và đóng gói bao bì hàng hóa.....	41
1.4. Dịch vụ kinh doanh kho bãi.....	42
2. Hoạt động của các doanh nghiệp Logistics Việt Nam.....	43
III. Thuận lợi, khó khăn, hạn chế của các doanh nghiệp Logistics Việt Nam khi tham gia vào hệ thống Logistics toàn cầu.....	51
1. Thuận lợi của các doanh nghiệp Logistics Việt Nam để tham gia vào hệ thống Logistics toàn cầu.....	51
1.1. Vị trí địa lý thuận lợi.....	51
1.2. Môi trường kinh tế rộng mở và chính sách kinh tế hội nhập.....	52

1.3. <i>Vốn đầu tư nước ngoài ngày càng tăng</i>	53
1.4. <i>Cơ sở hạ tầng ngày càng được đầu tư phát triển</i>	54
1.5. <i>Sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ thông tin</i>	57
2. <i>Khó khăn, hạn chế của các doanh nghiệp Logistics Việt Nam khi tham gia vào hệ thống Logistics</i>	59
2.1. <i>Môi trường pháp lý điều chỉnh hoạt động kinh doanh Logistics còn nhiều thiếu sót, bất hợp lý</i>	59
2.2. <i>Bộ máy quản lý chưa đồng bộ</i>	61
2.3. <i>Cơ sở hạ tầng cho hoạt động Logistics còn yếu kém và chưa đồng bộ</i>	62
2.4. <i>Hệ thống công nghệ thông tin lạc hậu</i>	64
2.5. <i>Chất lượng nguồn nhân lực cho ngành Logistics còn kém</i>	66
2.6. <i>Quy mô doanh nghiệp Logistics Việt Nam nhỏ, manh mún, chưa có sự liên kết, hợp tác giữa các doanh nghiệp trong ngành và các ngành liên quan</i>	68
2.7. <i>Các doanh nghiệp kinh doanh Logistics không có sự quản trị Logistics hợp nhất</i>	70
Chương III. GIẢI PHÁP TĂNG CƯỜNG SỰ THAM GIA CỦA DOANH NGHIỆP VIỆT NAM VÀO HỆ THỐNG LOGISTICS TOÀN CẦU	70
I. Giải pháp vĩ mô	71
1. <i>Về khuôn khổ pháp lý cho hoạt động Logistics</i>	71
1.1. <i>Xây dựng và hoàn thiện môi trường pháp lý phát triển dịch vụ Logistics nói chung và dịch vụ Logistics trong ngành hàng hải nói riêng</i>	71
1.2. <i>Lập một cơ quan quản lý dịch vụ Logistics</i>	74
1.3. <i>Thực hiện tự do hóa hoạt động Logistics theo lộ trình tạo thuận lợi cho dịch vụ này phát triển</i>	75
2. <i>Về cơ sở hạ tầng</i>	75
2.1. <i>Phát triển cơ sở hạ tầng và phương tiện vật chất kỹ thuật của ngành giao thông vận tải đồng bộ và tiên tiến</i>	76
2.2. <i>Đầu tư phát triển hạ tầng công nghệ thông tin</i>	79
2.3. <i>Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực cho ngành dịch vụ Logistics</i> ...	80
II. Giải pháp vi mô	81

1. Ứng dụng công nghệ thông tin, đặc biệt là thương mại điện tử vào quá trình hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.....	83
2. Liên kết và cổ phần hóa	83
3. Tăng cường vai trò và sự cộng tác chặt chẽ giữa các hiệp hội ngành nghề liên quan.....	85
4. Xây dựng thương hiệu và chiến lược marketing nhằm khẳng định vị trí của mình	86
KẾT LUẬN.....	88
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	90

DANH MỤC BẢNG BIỂU

* BẢNG:

Bảng 1: Lợi ích từ hoạt động thuê ngoài.....	16
Bảng 2: Các dịch vụ được thuê ngoài năm 2009.....	26
Bảng 3: khối lượng hàng hóa vận chuyển theo ngành vận tải của Việt Nam (1995-2008)	47
Bảng 4: Chỉ số LPI của Việt Nam và một số nước ở Châu Á.....	49
Bảng 5: Kết quả đánh giá chỉ số LPI của Việt Nam 2007 - 2010	49

* BIỂU:

Biểu đồ 1: cơ cấu thành phần kinh tế kinh doanh dịch vụ Logistics ở Việt Nam.....	44
Biểu đồ 2: Vốn FDI của Việt Nam trong 10 năm (1999-2008)	54
Biểu đồ 3: các tiêu chí đánh giá khi lựa chọn nhà cung cấp dịch vụ Logistics	81

* SƠ ĐỒ:

Sơ đồ 1: chuỗi Logistics trong kinh doanh:	5
Sơ đồ 2: các loại dự trữ chủ yếu phân theo vị trí trong hệ thống Logistics....	10
Sơ đồ 3: Mối liên hệ giữa các yếu tố trong chuỗi Logistics	13
Sơ đồ 4: Năng lực Logistics của Việt Nam 2007-2010	50

LỜI MỞ ĐẦU

Trên thế giới, nhờ sự hỗ trợ mạnh mẽ của công nghệ thông tin, Logistics đã phát triển rất nhanh chóng và ngành dịch vụ này đã trở thành ngành kinh doanh hấp dẫn với sự lớn mạnh không ngừng của các công ty Logistics bên thứ 3. Dịch vụ này đã mang lại những lợi ích to lớn ở nhiều nước trên thế giới, như Đức, Singapore, Hà Lan, Thủy Điện, Đan Mạch, Mỹ,... Giờ đây, Logistics đã trở thành một hệ thống mang tính toàn cầu.

Ở Việt Nam trong những năm gần đây, cùng với sự phát triển của nền kinh tế, sự gia tăng của hoạt động xuất nhập khẩu và đầu tư, dịch vụ Logistics tại Việt Nam đang dần phát triển và là một trong những ngành có tiềm năng phát triển rất lớn. Gia nhập WTO, bước vào sân chơi toàn cầu, các doanh nghiệp kinh doanh Logistics sẽ có cơ hội phát triển lớn mạnh. Tuy nhiên, cũng sẽ có những khó khăn, thách thức, bởi hiện nay quy mô phần lớn các doanh nghiệp Logistics còn nhỏ, tiềm lực tài chính yếu, nguồn nhân lực cũng hạn chế nhiều mặt, thiếu kinh nghiệm thương trường,... đồng thời theo cam kết gia nhập WTO, Việt Nam đã cam kết cho phép các công ty nước ngoài thành lập công ty có 49-51% vốn góp và sau 3 năm sẽ có thể góp 100% vốn được phép hoạt động tại Việt Nam. Vì vậy, hiện tại các doanh nghiệp Logistics của Việt Nam phải chịu sức ép rất lớn, vừa phải cạnh tranh giành lấy thị phần trong nước đồng thời cố gắng mở rộng hoạt động trên phạm vi thế giới.

Xuất phát từ thực tiễn đó, em quyết định chọn đề tài: ***“Giải pháp tăng cường sự tham gia của các doanh nghiệp Việt Nam vào hệ thống Logistics toàn cầu”*** để làm khóa luận tốt nghiệp. Mục đích của bài khóa luận tốt nghiệp này là nghiên cứu những vấn đề cơ bản về dịch vụ Logistics, tìm hiểu thực trạng kinh doanh Logistics của các doanh nghiệp kinh doanh Logistics Việt Nam trong hệ thống Logistics toàn cầu từ trong những năm qua và từ đó đề xuất một số giải pháp đưa các doanh nghiệp Logistics Việt Nam tham gia sâu rộng hơn vào hệ thống Logistics toàn cầu.

Để đạt được mục đích nghiên cứu, khóa luận đã vận dụng phương pháp duy vật biện chứng và duy vật lịch sử, phương pháp thống kê tổng hợp,

phương pháp so sánh cũng như phương pháp logic, gắn liền lý luận với thực tiễn để đi sâu nghiên cứu hoạt động của ngành Logistics, tổng hợp các tài liệu...

Ngoài phần mở đầu, danh mục bảng biểu, kết luận, tài liệu tham khảo, khóa luận tốt nghiệp gồm 3 chương:

Chương I: Tổng quan về Logistics toàn cầu.

Chương II: Thực trạng sự tham gia của các doanh nghiệp Việt Nam vào hệ thống Logistics toàn cầu.

Chương III: Một số giải pháp tăng cường sự tham gia của các doanh nghiệp Việt Nam vào hệ thống Logistics toàn cầu.

Tuy nhiên, do trình độ và điều kiện nghiên cứu có hạn chế nên khóa luận này khó có thể tránh khỏi sai sót. Em mong nhận được sự đánh giá và góp ý của các thầy cô để khóa luận này được hoàn chỉnh hơn.

Cuối cùng, em xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc tới ThS. Lê Thành Công, người đã theo dõi sát sao, hỗ trợ và tận tình hướng dẫn em trong suốt thời gian hoàn thành khóa luận tốt nghiệp; các cô chú, anh chị thuộc công ty cổ phần VINAFCO, công ty TNHH NYK Việt Nam, công ty thương mại và Logistics ATT đã cung cấp tài liệu để em có thể hoàn thành khóa luận này.

CHƯƠNG I. TỔNG QUAN VỀ HỆ THỐNG LOGISTICS TOÀN CẦU

I. Khái quát chung về Logistics.

1. Khái niệm Logistics.

Sự phát triển của lực lượng sản xuất và sự hỗ trợ đắc lực của cuộc cách mạng khoa học kỹ thuật trên thế giới đã khiến khối lượng hàng hóa và sản phẩm vật chất được sản xuất ra ngày càng nhiều. Do khoảng cách trong các lĩnh vực cạnh tranh truyền thống như chất lượng hàng hóa hay giá cả ngày càng thu hẹp, các nhà sản xuất đã chuyển sang cạnh tranh về quản lý hàng tồn kho, tốc độ giao hàng, hợp lý hóa quá trình lưu chuyển nguyên nhiên vật liệu và bán thành phẩm, ... trong cả hệ thống quản lý phân phối vật chất của doanh nghiệp. Trong quá trình đó, Logistics có cơ hội phát triển ngày càng mạnh mẽ hơn trong lĩnh vực kinh doanh. Trong thời gian đầu, Logistics chỉ đơn thuần được coi là một phương thức kinh doanh mới, mang lại hiệu quả cao cho các doanh nghiệp. Cùng với quá trình phát triển, Logistics đã được chuyên môn hóa và phát triển trở thành một ngành dịch vụ đóng vai trò rất quan trọng trong giao thương quốc tế.

Tuy nhiên, Logistics được xuất hiện lần đầu tiên không phải trong hoạt động thương mại mà là trong lĩnh vực quân sự. “Logistics” là một thuật ngữ quân sự đã có từ mấy trăm năm và được sử dụng như một từ chuyên môn trong quân đội, được hiểu là công tác hậu cần hay tiếp vận. Napoleon đã từng định nghĩa: “Logistics là hoạt động để duy trì lực lượng quân đội” .

Trải qua thời gian, logistics được nghiên cứu và áp dụng sang lĩnh vực kinh doanh. Dưới góc độ doanh nghiệp, thuật ngữ “Logistics” thường được hiểu là hoạt động quản lý chuỗi cung ứng (Supply chain management) hay quản lý hệ thống phân phối vật chất (Physical distribution management) của doanh nghiệp đó. Có rất nhiều khái niệm khác nhau về logistics trên thế giới và được xây dựng căn cứ trên ngành nghề và mục đích nghiên cứu về dịch vụ logistics, tuy nhiên, có thể nêu một số khái niệm chủ yếu sau:

Theo tài liệu của Liên Hiệp Quốc (UNESCAP), khái niệm Logistics được giải thích như sau: Logistics được hiểu là việc quản lý dòng chu chuyển và lưu kho nguyên vật liệu, quá trình sản xuất, thành phẩm và xử lý các thông tin liên quan,...từ nơi sản xuất đến nơi tiêu dùng cuối cùng theo yêu cầu của khách hàng.

Theo Hội đồng quản trị Logistics của Mỹ (The Council of Logistics Management – CLM) thì “Logistics là quá trình lập kế hoạch, thực hiện và kiểm soát dòng di chuyển và lưu kho những nguyên vật liệu thô của hàng hoá trong quy trình, những hàng hoá thành phẩm và những thông tin có liên quan từ khâu mua sắm nguyên vật liệu cho đến khi được tiêu dùng, tất cả với mục đích thoả mãn yêu cầu của người tiêu dùng”¹. [Douglas M Lambert, *Fundamental of Logistics*, trang 3, Mc Graw-Hill, 1998].

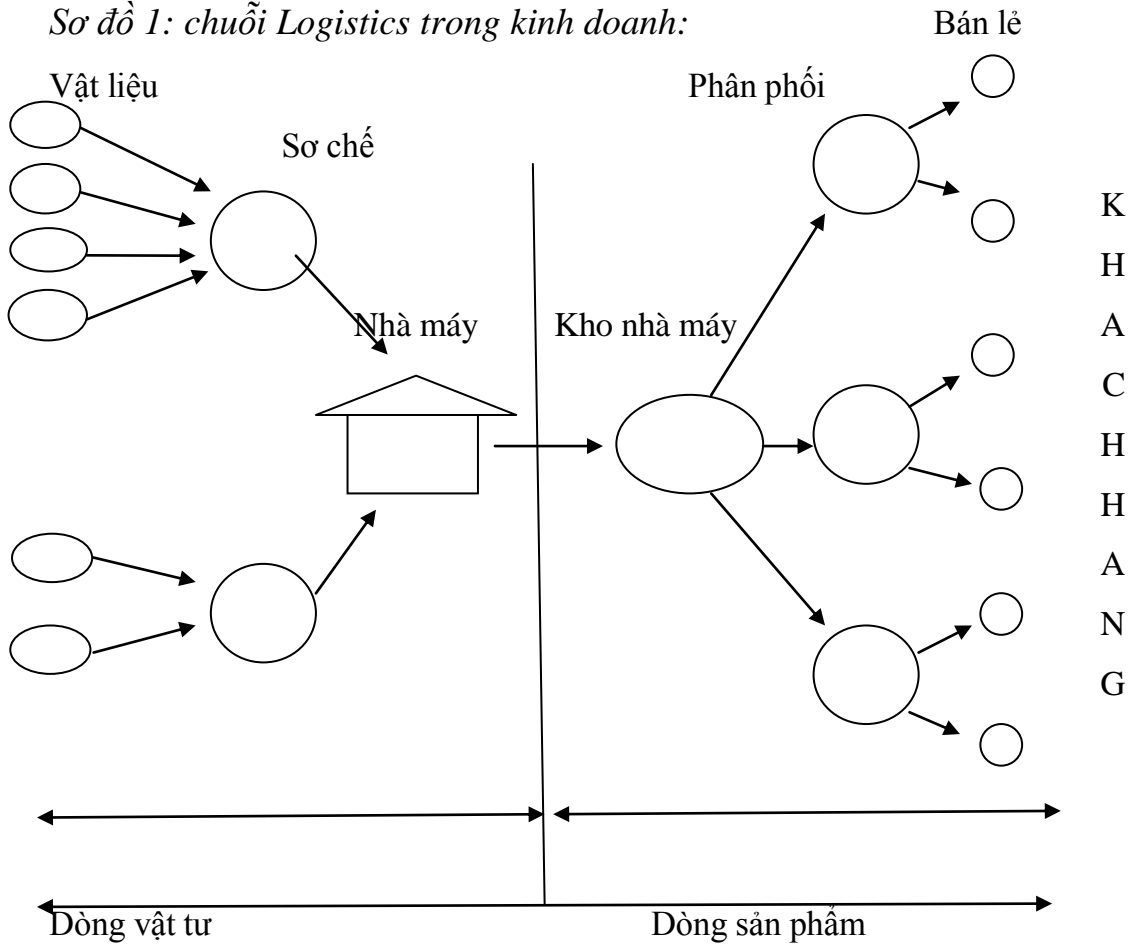
Theo tác giả Ma Shuo trong cuốn *Logistics and Supply Chain Management* thì “Logistics là quá trình tối ưu hoá về vị trí, lưu trữ và chu chuyển các tài nguyên, yếu tố đầu vào từ điểm xuất phát đầu tiên là nhà cung cấp, qua nhà sản xuất, người bán buôn, bán lẻ, đến tay người tiêu dùng cuối cùng, thông qua hàng loạt các hoạt động kinh tế”. [Ma Shuo – *Logistics and Supply Chain Management* -1999].

Luật Thương mại Việt nam 2005 (Điều 233): Trong Luật Thương mại 2005, lần đầu tiên khái niệm về dịch vụ logistics được pháp điển hóa. Luật quy định: “Dịch vụ logistics là hoạt động thương mại, theo đó thương nhân tổ chức thực hiện một hoặc nhiều công việc 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 hưởng thù lao. Dịch vụ logistics được phiên âm theo tiếng Việt là dịch vụ lô-gi-stic” [Điều 233- Luật Thương mại 2005].

Như vậy có thể thấy logistics có tác động từ giai đoạn tiền sản xuất cho tới khi hàng hóa tới tay của người tiêu dùng cuối cùng. Dịch vụ logistics gắn liền cả quá trình nhập nguyên, nhiên vật liệu làm đầu vào cho quá trình sản xuất, sản xuất ra hàng hóa và đưa vào các kênh lưu thông, phân phối để đến tay người tiêu dùng cuối cùng. Dịch vụ logistics góp phần phân định rõ ràng giữa các nhà cung cấp từng dịch vụ đơn lẻ như dịch vụ vận tải, giao nhận, khai thuê hải quan, phân phối, dịch vụ hỗ

trợ sản xuất, tư vấn quản lý ... với một nhà cung cấp dịch vụ logistics chuyên nghiệp, người sẽ đảm nhận toàn bộ các khâu trong quá trình hình thành và đưa hàng hóa tới tay người tiêu dùng cuối cùng. Như vậy, nhà cung cấp dịch vụ logistics chuyên nghiệp đòi hỏi phải có chuyên môn, nghiệp vụ vững vàng để cung cấp “dịch vụ mang tính trọn gói” cho các nhà sản xuất. Đây là một công việc mang tính chuyên môn hóa cao.

Sơ đồ 1: chuỗi Logistics trong kinh doanh:



K
H
A
C
H
H
A
N
G

Nguồn: James C. Johnson, Donald F. Wood, Daniel Arlow, Paul R. Murphy (1999), Contemporary Logistics, NXB Prentice Hall International Inc.

2. Đặc điểm logistics.

2.1. Logistics là tổng hợp các hoạt động của doanh nghiệp, đó là logistics sinh tồn, logistics hoạt động và logistics hệ thống.

Logistics sinh tồn có liên quan tới các nhu cầu cơ bản của cuộc sống. Tại bất kỳ thời điểm nào, trong bất cứ môi trường nào, logistics sinh tồn cũng tương đối ổn định và có thể dự đoán được. Con người có thể nhận thức được nhu cầu như: cần gì,

cần bao nhiêu, khi nào cần và cần ở đâu... Logistics sinh tồn là hoạt động cơ bản của các xã hội sơ khai và là thành phần thiết yếu trong một xã hội công nghiệp hóa. Logistics sinh tồn cung cấp nền tảng cho logistics hoạt động.

Logistics hoạt động mở rộng các nhu cầu cơ bản bằng cách liên kết nhiều hệ thống sản xuất sản phẩm. Logistics liên kết các nguyên liệu thô doanh nghiệp cần trong sản xuất và phân phối sản phẩm có được từ sản xuất. Trên khía cạnh này thì logistics hoạt động tương đối ổn định và có thể dự đoán được. Tuy nhiên logistics hoạt động lại không thể dự đoán được máy móc, sự cố, để sửa chữa thì cần cái gì và thời gian sửa chữa... Như vậy logistics hoạt động chỉ liên quan đến sự vận động và lưu kho của nguyên liệu vào trong, qua và đi ra khỏi doanh nghiệp và là nền tảng logistics hệ thống.

Logistics hệ thống liên kết các nguồn lực cần có trong việc giữ cho hệ thống hoạt động. Những nguồn lực này bao gồm thiết bị, phụ tùng thay thế, nhân sự và đào tạo, tài liệu kỹ thuật, các thiết bị kiểm tra, hỗ trợ và nhà xưởng... Các yếu tố này không thể thiếu và phải kết hợp chặt chẽ nếu muốn duy trì hoạt động của một hệ thống sản xuất hay lưu thông.

Logistics sinh tồn, logistics hoạt động và logistics hệ thống không tách rời nhau, quan hệ chặt chẽ với nhau, làm nền tảng cho nhau thành chuỗi dây chuyền logistics.

2.2. Logistics là sự phát triển cao, hoàn chỉnh của dịch vụ giao nhận vận tải, vận tải.

Logistics là sự phát triển của dịch vụ vận tải giao nhận ở trình độ cao và hoàn thiện. Việc xuất hiện ngành logistics đã làm cho ngành 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 thông qua... cho tới cung cấp trọn gói một dịch vụ vận chuyển từ kho đến kho đúng nơi đúng lúc để phục vụ nhu cầu khách hàng; từ chỗ đóng vai trò như 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. Khi sản xuất và thương mại

ngày càng phát triển, môi trường cạnh tranh ngày càng gay gắt thì dịch vụ giao nhận vận tải được coi là công cụ cạnh tranh. Các doanh nghiệp vận tải giao nhận đua nhau đa dạng hóa các dịch vụ cung cấp cho khách hàng. Người cung cấp dịch vụ không chỉ phải tổ chức quản lý hệ thống giao nhận đến vận tải mà còn phải 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... Tất cả các khâu này được tiến hành đồng bộ và liên kết với nhau thành chuỗi giá trị. Rõ ràng dịch vụ vận tải giao nhận không còn đơn thuần như trước mà được phát triển ở mức độ cao với đầy tính phức tạp. Người vận tải giao nhận lúc này trở thành người cung cấp dịch vụ Logistics.

2.3. Logistics là sự phát triển toàn diện và khéo léo của vận tải đa phương thức.

Những năm 60-70 của thế kỷ 20, cuộc cách mạng container trong ngành vận tải đảm bảo an toàn và độ tin cậy trong vận chuyển hàng hóa đã tạo tiền đề và cơ sở cho sự ra đời và phát triển vận tải đa phương thức. Vận tải đa phương thức ra đời giúp cho người gửi hàng chỉ cần ký hợp đồng vận tải với một người là người kinh doanh vận tải đa phương thức (MTO). MTO sẽ chịu trách nhiệm tổ chức thực hiện toàn bộ vận chuyển hàng hóa từ khi nhận hàng cho tới khi giao hàng bằng một chứng từ duy nhất (chứng từ vận tải đa phương thức) cho dù đó không phải là người chuyên chở thực tế. Hợp đồng chuyên chở như vậy có thể do người kinh doanh vận tải đa phương thức đảm nhận nhưng chủ hàng vẫn cần một người lên kế hoạch cung ứng, mua hàng hóa, giám sát mọi sự di chuyển của hàng hóa để đảm bảo đúng loại hàng, đến đúng địa điểm và đúng thời gian. Người giúp chủ hàng chính là người tổ chức dịch vụ Logistics. Dịch vụ Logistics sẽ giúp chủ hàng tiết kiệm chi phí cũng như thời gian, từ đó nâng cao hiệu quả trong kinh doanh.

Dịch vụ Logistics chính là sự phát triển sâu rộng của dịch vụ vận tải đa phương thức. Toàn bộ hoạt động vận tải có thể được thực hiện thông qua một hợp đồng vận tải đa phương thức và sự phối hợp mọi sự chuyển của hàng hóa do người tổ chức dịch vụ Logistics đảm nhiệm. Điểm giống nhau ở chỗ trên cơ sở nhiều hợp đồng mua bán người tổ chức dịch vụ Logistics giao hàng tại cơ sở của

từng người bán, gom hàng thành nhiều đơn vị, gửi hàng tại kho hay nơi xếp dỡ hàng trước khi chúng được gửi đến nước người mua trên phương tiện vận tải khác nhau. Tại nước người mua, người tổ chức dịch vụ Logistics sẽ thu xếp tách các đơn vị gửi hàng và hình thành các dây chuyền hàng hóa thích hợp để phân phối đi đến những địa chỉ cuối cùng theo yêu cầu của khách hàng.

2.4. Logistics hỗ trợ các hoạt động của doanh nghiệp.

Logistics có chức năng hỗ trợ thể hiện ở chỗ nó tồn tại chỉ để cung cấp hỗ trợ cho các bộ phận khác của doanh nghiệp. Logistics hỗ trợ quá trình sản xuất (Logistics hoạt động), hỗ trợ cho sản phẩm sau khi được di chuyển quyền sở hữu từ người sản xuất sang người tiêu dùng (Logistics hệ thống). Điều này không có nghĩa là quá trình sản xuất không bao gồm các yếu tố của Logistics hệ thống hay hoạt động hỗ trợ sau khi giao quyền sở hữu sản phẩm không bao gồm các yếu tố của logistics hoạt động. Trên thực tế, các khía cạnh Logistics được liên kết với nhau và được sắp đặt tuần tự với nhau. Sự liên kết tự nhiên của Logistics cho thấy những quan điểm cho rằng Logistics hoạt động độc lập với Logistics hệ thống là không đúng. Do vậy chỉ có một loại Logistics với các yếu tố như vận tải, kho bãi, phụ tùng thay thế, nhân sự và đào tạo nhân sự, tài liệu, thiết bị kiểm tra, hỗ trợ, nhà xưởng. Một doanh nghiệp có thể kết hợp bất cứ yếu tố Logistics nào vào với nhau hay tất cả các yếu tố Logistics tùy thuộc vào cấp độ yêu cầu của doanh nghiệp mình.

Logistics còn hỗ trợ các hoạt động của doanh nghiệp như: sản xuất được Logistics hỗ trợ thông qua quản lý sự di chuyển và lưu trữ nguyên vật liệu đi vào doanh nghiệp và bán thành phẩm di chuyển trong doanh nghiệp; marketing được Logistics hỗ trợ thông qua quản lý việc di chuyển và lưu trữ hàng thành phẩm.

2.5. Logistics là một ngành dịch vụ.

Logistics là một loại dịch vụ được cung ứng theo kết quả công việc, gắn liền với hoạt động mua bán hàng hóa, đặc biệt là mua bán hàng hóa quốc tế. Đây cũng là loại dịch vụ được cung ứng với nhiều công đoạn khác nhau và mỗi công đoạn đó lại là một loại dịch vụ.

Dịch vụ Logistics trong doanh nghiệp quan tâm đến các yếu tố về quản trị nguyên vật liệu, lưu kho trong nhà máy và phân phối vật chất. Tuy nhiên, trong hoạt động của doanh nghiệp không phải chỉ dừng ở yêu cầu các yếu tố cơ bản mà dịch vụ Logistics cung cấp trên đây mà có thể cung cấp thêm các dịch vụ khác của Logistics.

Một doanh nghiệp trong điều kiện hoạt động bình thường sẽ đòi hỏi sự hỗ trợ từ các yếu tố Logistics. Một yếu tố Logistics cụ thể được cung cấp từ một nhà chuyên nghiệp chứ không phải từ trong doanh nghiệp. Tuy nhiên trách nhiệm đối với chất lượng dịch vụ hỗ trợ này lại là trách nhiệm của Logistics trong doanh nghiệp.

Logistics đóng vai trò quan trọng trong việc cung cấp các dịch vụ hỗ trợ cho khách hàng của doanh nghiệp như chuyển giao quyền sở hữu, duy trì và sửa chữa hàng hóa, hay tư vấn sử dụng cho khách hàng đối với những sản phẩm phức tạp.

3. Nội dung của logistics.

Như vậy, Logistics không phải là một hoạt động đơn lẻ mà là một chuỗi các hoạt động có liên quan chặt chẽ đến nhau từ khâu nguyên liệu đầu vào cho tới khi phân phối sản phẩm tới tay người tiêu dùng cuối cùng và thậm chí cả hoạt động hậu bán hàng. Trong chuỗi các hoạt động này, phải kể đến các hoạt động cơ bản như mua sắm vật tư, lưu kho và dự trữ, vận tải và giao nhận, kho bãi và phân phối, hệ thống thông tin, dịch vụ khách hàng.

3.1. Mua sắm vật tư.

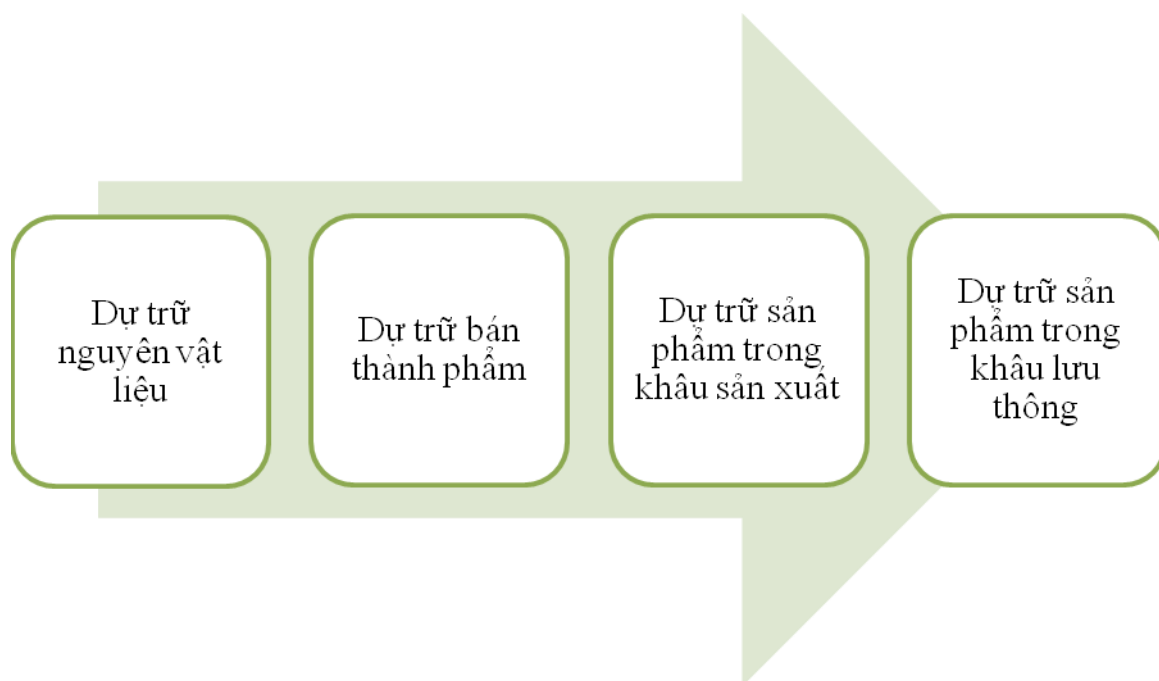
Vật tư bao gồm nguyên vật liệu, thiết bị, máy móc, các bộ phận bán thành phẩm.

Mua sắm vật tư là hoạt động đầu vào của quá trình Logistics, bao gồm các hoạt động: xác định nhu cầu; tìm nguồn cung cấp; tiến hành mua sắm vật tư; tổ chức vận chuyển; nhập kho và lưu kho vật tư; bảo quản và cung cấp vật tư cho quá trình sản xuất; quản trị hệ thống thông tin liên quan; lập kế hoạch và kiểm soát hàng tồn kho; tận dụng phế liệu phế phẩm....

Trong quản lý hoạt động mua sắm vật tư, người ta thường sử dụng hai phương pháp quản trị hiện đại là MRP- Materials Requirement Planning (kế hoạch hóa nhu cầu vật tư) và DRP- Distribution Requirement/ Resource Planning (kế hoạch hóa nhu cầu phân phối/nguồn lực).

3.2. Lưu kho và dự trữ.

Dự trữ nguyên vật liệu là một trong những nội dung quan trọng của hoạt động Logistics. Việc kiểm soát tốt hàng dự trữ đảm bảo cho quá trình sản xuất tiến hành liên tục, nhịp nhàng, doanh nghiệp luôn có hàng để đáp ứng nhu cầu đột xuất của khách hàng. Những nghiệp vụ cơ bản liên quan đến dự trữ: tính toán lượng hàng dự trữ, tiến hành dự trữ hàng hóa,...



Sơ đồ 2: các loại dự trữ chủ yếu phân theo vị trí trong hệ thống Logistics.

Dự trữ là tất yếu khách quan, tuy nhiên, vấn đề đặt ra là dự trữ với số lượng ra sao, thời điểm nào để vừa phù hợp với từng thời điểm, vừa đảm bảo lượng dự trữ là tối ưu, tránh tồn đọng vốn.

Kế hoạch dự trữ được xây dựng dựa trên những thông tin về tổng chi phí logistics, kế hoạch sản xuất, kinh doanh, vị trí các kênh phân phối,...

3.3. Vận tải và giao nhận.

Trong chuỗi Logistics, hoạt động vận tải là yếu tố cần và không thể thiếu. Yếu tố vận tải xuất hiện ở hầu hết các công đoạn từ mua sắm nguyên vật liệu cho đến khi hàng hóa đến tay người tiêu dùng. Chi phí vận chuyển chiếm tỷ lệ lớn (thường là 1/3) trong tổng chi phí Logistics, đặc biệt đối với những hàng giá trị thấp. Vì vậy mà việc quản lý hoạt động vận tải đóng vai trò quan trọng bậc nhất trong Logistics, nó có thể giúp góp phần làm giảm chi phí logistics, từ đó làm giảm giá thành phẩm, giao hàng đúng địa điểm, đúng thời gian...nhờ đó nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.

Người kinh doanh dịch vụ logistics thông thường là người kinh doanh dịch vụ vận chuyển hàng hóa không có tàu (NVOCC), hoặc người kinh doanh vận tải đa phương thức (MTO).

Những nghiệp vụ cơ bản của hoạt động vận tải trong chuỗi hoạt động logistics là: lựa chọn phương thức vận tải và lộ trình (đường biển, đường sông, đường bộ, đường sắt, đường hàng không); lựa chọn hãng vận chuyển; thực hiện giao nhận hàng hóa với người vận tải; giải quyết các vấn đề về tổn thất hàng hóa trong quá trình chuyên chở; kiểm tra và chuyển giao chứng từ vận tải; ...

3.4. Kho bãi và phân phối.

Kho bãi là nơi cất giữ nguyên vật liệu, bán thành phẩm, thành phẩm trong suốt quá trình chu chuyển từ điểm đầu cho tới điểm cuối của dây chuyền cung ứng. Đồng thời hoạt động kho bãi cũng cung cấp các thông tin về tình trạng điều kiện cất giữ và vị trí của các hàng hóa được lưu kho. Các hoạt động chủ yếu liên quan đến kho bãi là: gom hàng từ các nhà cung cấp và lưu vào kho; lưu kho vật tư phục vụ quá trình sản xuất; phân loại hàng hóa; tách hàng thành các lô nhỏ để chuyển cho khách hàng; hun trùng đối với một số loại hàng hóa; đóng gói hàng hóa và phân phối đến người tiêu dùng.

Vị trí kho hàng được xác định dựa trên các điều kiện cơ bản sau: có cơ sở hạ tầng tốt, giao thông vận tải thuận lợi cho việc phân phối và vận chuyển hàng hóa, gần các trung tâm bán hàng lớn, thủ tục hành chính đơn giản (đặc biệt là thủ tục thông quan hải quan), có tình hình kinh tế-xã hội, chính trị ổn định. Đây chính là

nguyên nhân lí giải 60% các trung tâm phân phối, các kho hàng lớn ở Châu Âu đều tập trung ở Hà Lan.

Người kinh doanh dịch vụ logistics không nhất thiết phải có kho bãi. Họ có thể tư vấn cho khách hàng những địa điểm lưu kho thuận lợi cho quá trình giao nhận, chuyên chở, phân phối và thậm chí thay mặt cả khách hàng để ký các hợp đồng lưu kho hàng hóa. Khác với giao nhận truyền thống trước đây, người kinh doanh dịch vụ logistics không chỉ cung cấp dịch vụ lưu kho, bãi đơn thuần mà còn cung cấp các dịch vụ về quản lý kho, quản trị dự trữ...

Trong hoạt động kho hàng, quản lý hệ thống thông tin đóng vai trò rất quan trọng. Thông tin về mức độ dự trữ, lượng hàng xuất nhập kho, vị trí, tình trạng hàng hóa trong kho, các yêu cầu của khách hàng, ... phải được cập nhật thường xuyên, kịp thời và chính xác. Muốn vậy, người làm hoạt động kho hàng cần thiết phải biết ứng dụng EDI, hệ thống mã vạch và vi tính.

3.5. Hệ thống thông tin.

Như đã phân tích, hệ thống công nghệ thông tin là một trong những yếu tố quyết định rất nhiều đến các hoạt động của logistics. Hệ thống thông tin logistics bao gồm: thông tin trong nội bộ từng bộ phận, thông tin trong từng bộ phận chức năng, thông tin ở từng khâu trong dây chuyền cung ứng, thông tin kết nối các bộ phận với nhau,...

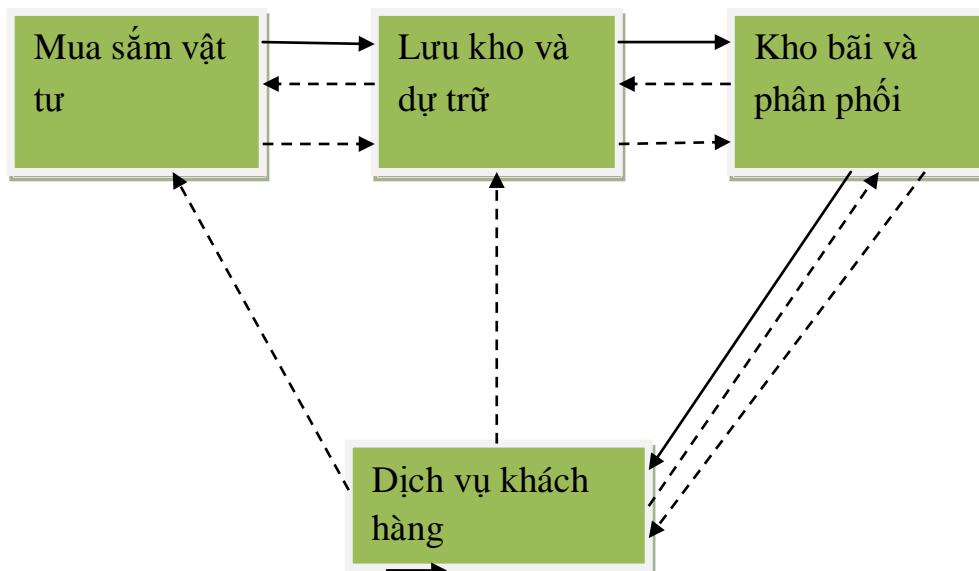
3.6. Dịch vụ khách hàng.

Trong điều kiện cạnh tranh ngày càng gay gắt, nếu như nhiều doanh nghiệp đưa ra thị trường các sản phẩm dịch vụ có đặc điểm, chất lượng, giá cả gần như tương đương nhau thì sự khác biệt về dịch vụ khách hàng có vai trò rất quan trọng. Nếu dịch vụ khách hàng tốt, nó không chỉ giúp giữ chân khách hàng cũ mà còn thu hút những khách hàng mới. Như vậy, dịch vụ khách hàng đã góp phần tạo ra lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp.

Dịch vụ khách hàng là đầu ra của hoạt động logistics và kết hợp giữa chức năng marketing với logistics. Đó là các biện pháp trong hệ thống logistics nhằm tạo ra giá trị gia tăng cho hàng hóa ở mức độ cao nhất với tổng chi phí thấp nhất. Giá trị gia tăng ở đây chính là sự hài lòng của khách hàng.

3.7. *Mối liên hệ, xâu chuỗi giữa các hoạt động logistics.*

Như đã đề cập ở phần trước, logistics không phải là một hoạt động đơn lẻ. Nội dung của logistics chính là sự xâu chuỗi, phối hợp, gắn kết các yếu tố trên thành một chuỗi liên hoàn, thống nhất.



Chú thích: --> Yếu tố vận tải

Yếu tố thông tin

Sơ đồ 3: Mối liên hệ giữa các yếu tố trong chuỗi Logistics

Sơ đồ này mô tả rất cụ thể mối liên hệ cơ bản giữa các yếu tố trong chuỗi logistics, từ kho mua sắm nguyên vật liệu cho đến khi hàng hóa được phân phối đến khách hàng. Trong cả chuỗi hoạt động trên, yếu tố vận tải đóng vai trò là mắt xích liên kết, kết nối các hoạt động khác trong chuỗi logistics với nhau để tạo sự nhịp nhàng liên tục và hiệu quả. Vận tải có mặt ở mọi khâu của chuỗi logistics. Sau khi lên kế hoạch mua sắm vật tư, vật tư cần được vận chuyển vào các kho để dự trữ và đưa đến khu vực sản xuất. Hàng hóa sản xuất xong cũng được vận chuyển đến các kho bãi để tiếp tục phân phối đến khách hàng.

Như vậy, dòng vật chất từ nguyên liệu đến bán thành phẩm và thành phẩm muốn di chuyển đến vị trí này đến vị trí khác đều cần phải có vận tải. Vô hình trung, vận tải đã trở thành mắt xích của chuỗi, kết nối hoạt động mua sắm vật tư, dự trữ và

lưu kho, kho bãi và phân phối sản phẩm đến khách hàng. Hoạt động vận tải càng hiệu quả bao nhiêu sẽ càng góp phần thúc đẩy các hoạt động khác hoạt động hiệu quả theo. Nếu hoạt động vận tải gặp trục trặc, hàng hóa, vật tư không thể giao hàng đúng hạn thì ngay lập tức các khâu sản xuất, phân phối, dự trữ cũng không thể tiến hành như bình thường. Lượng hàng dự trữ trong kho có thể không đủ để phân phối (do hàng mới chưa được nhập về đến nơi), hàng giao cho khách có thể bị thiếu, hoạt động sản xuất có thể bị chậm lại do thiếu nguyên liệu....

Yếu tố thông tin cũng là một đường dây liên kết, đảm bảo các hoạt động khác thường xuyên được cập nhật thông tin, từ đó có những kế hoạch và sự điều chỉnh phù hợp với tình hình hiện tại. Ví dụ, khâu mua sắm vật tư gặp khó khăn do giá cả tăng lên và có chiều hướng tăng nữa, thông tin đó nếu được cập nhật kịp thời thì bộ phận dự trữ sẽ phải tính toán lại lượng dự trữ nguyên vật liệu vừa để đảm bảo việc sản xuất vẫn hoạt động bình thường, vừa đảm bảo tích trữ nguyên vật liệu, tránh nguy cơ mua nguyên vật liệu với giá cao, vừa tránh đọng vốn quá nhiều nếu mua quá nhiều nguyên vật liệu. Đồng thời, bộ phận này cũng sẽ phải xem xét đến sức chứa của kho, bến bãi. Trong sản xuất kinh doanh, thông tin là quan trọng, nhưng thông tin phản hồi còn quan trọng hơn. Thông tin ngược từ phía khách hàng thông qua bộ phận dịch vụ khách hàng sẽ giúp nhà quản trị có những nhận định rõ nét hơn về hiệu quả của các hoạt động khác trong chuỗi, giúp ra quyết định, điều chỉnh kịp thời để hoàn thiện chuỗi Logistics hoạt động hiệu quả hơn. Ngoài ra, thông tin qua lại từ các bộ phận cũng giúp cho các bộ phận phối hợp nhịp nhàng, đồng bộ hơn.

Như vậy, chính trong quá trình hoạt động, các yếu tố này đã tạo ra nhu cầu cần phải gắn kết, xuyên chuỗi với nhau. Sự gắn kết càng chặt chẽ, hiệu quả hoạt động của chuỗi càng cao.

4. Vai trò của logistics.

4.1. Đối với nền kinh tế:

Logistics gắn kết các hoạt động thành một chuỗi thống nhất, liên tục. Nếu xem xét dưới góc độ tổng thể, Logistics là môi liên kết kinh tế xuyên suốt gần như

toàn bộ quá trình sản xuất, lưu thông và phân phối hàng hóa. Cơ máy logistics hoạt động tốt hay không sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả của nền kinh tế-xã hội. Vì vậy, Logistics đóng vai trò rất quan trọng đối với nền kinh tế mỗi quốc gia cũng như nền kinh tế toàn cầu.

- Hệ thống Logistics góp phần vào việc phân bổ các ngành sản xuất một cách hợp lý, đảm bảo sự cân đối và tăng trưởng của toàn bộ nền kinh tế.

Có thể nói tốc độ phát triển kinh tế và chất lượng Logistics có mối quan hệ mật thiết với nhau. Kinh tế phát triển sẽ có điều kiện về vốn và thu hút được đầu tư (cả trong nước và ngoài nước) cũng như những chuyên gia giỏi tham gia xây dựng và hoàn thiện hệ thống Logistics. Cũng như thế, nếu hệ thống Logistics hoạt động có hiệu quả sẽ giúp cho các dòng lưu chuyển vật chất trong xã hội thông suốt và nhanh chóng, phân bổ hợp lý theo khu vực, vùng, miền trong cả nước để tận dụng những lợi thế so sánh (cả về vị trí địa lý, nhân công, nguồn nguyên vật liệu...).

- Logistics làm thay đổi và hoàn thiện dịch vụ vận tải.

Quá trình toàn cầu hóa về kinh tế đã làm cho hàng hóa và sự vận động của hàng hóa phong phú và phức tạp hơn. Điều đó đòi hỏi sự quản lý chặt chẽ và đặt ra yêu cầu mới với dịch vụ vận tải giao nhận. Đồng thời, để tránh đọng vốn, doanh nghiệp phải tìm cách duy trì lượng hàng trong kho nhỏ nhất, thậm chí là không để hàng trong kho (zero-stock). Để đáp ứng yêu cầu này, vận tải giao nhận phải nhanh, thông tin phải kịp thời và chính xác, có sự ăn khớp giữa các quá trình trong vận chuyển, giao nhận. Mặt khác, sự phát triển của công nghệ thông tin cho phép kết hợp chặt chẽ các quá trình cung ứng, sản xuất, lưu kho, phân phối, tiêu thụ với hoạt động vận tải giao nhận để thu được kết quả cao hơn.

- Logistics tác động tới việc tiếp cận thị trường thế giới và đẩy mạnh xuất nhập khẩu hàng hóa.

Ứng dụng Logistics giúp cho giảm bớt chi phí trong vận chuyển, rút ngắn thời gian vận chuyển, đưa hàng hóa ra thị trường. Nhờ đó, năng lực cạnh tranh của sản phẩm, của doanh nghiệp được nâng lên. Bất lợi về khoảng cách địa lý được khắc phục, giúp nâng cao khả năng của doanh nghiệp trên thị trường quốc tế. Yếu tố

này lại càng trở nên quan trọng khi vòng đời sản phẩm ngày càng có xu hướng rút ngắn lại.

- Hoạt động Logistics hiệu quả sẽ giúp tăng tính cạnh tranh của một quốc gia trên trường quốc tế, từ đó làm tăng khả năng thu hút vốn đầu tư nước ngoài.

Hiệu quả hoạt động Logistics của một quốc gia sẽ được đo lường bởi chất lượng dịch vụ và chi phí để di chuyển hàng hóa giữa các quốc gia. Quốc gia nào có khả năng di chuyển hàng hóa nhanh hơn, ổn định hơn, và giá rẻ hơn sẽ chiến thắng trong cuộc cạnh tranh toàn cầu. Tất nhiên để làm được điều này thì Logistics là một trong những công cụ hỗ trợ đắc lực. Những quốc gia có hệ thống Logistics tốt cũng đồng thời là những quốc gia có năng lực cạnh tranh cao. Theo chỉ số LPI (Logistics Performance Index) 2010, chi phí logistics tại các quốc gia phát triển chiếm khoảng 10% GDP. Trong khi đó, con số này ở các nước đang và kém phát triển là 20%, thậm chí còn cao hơn nữa. Do đó, một trong những căn cứ để nhà đầu tư quyết định vào nước này hay nước khác chính là chi phí Logistics.

Cũng theo LPI từ năm 2007 đến 2010, với những nước có cùng thu nhập trên một đồng vốn thì những nước có hệ thống logistics phát triển sẽ tăng trưởng thêm 1% trong tổng sản phẩm quốc nội và 2% trong lĩnh vực thương mại. Chính vì vậy mà việc đầu tư để có một hệ thống Logistics tốt hơn sẽ giúp các quốc gia thúc đẩy phục hồi từ cuộc khủng hoảng hiện tại và nổi lên mạnh mẽ hơn, chiếm vị thế cạnh tranh trên trường quốc tế.

4.2. Đối với doanh nghiệp.

- Logistics góp phần nâng cao hiệu quả quản lý, giảm thiểu chi phí nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.

Logistics làm cho quá trình lưu thông phân phối được thông suốt, chuẩn xác và an toàn, giảm chi phí vận tải và các chi phí khác: chứng từ, lưu kho, dự trữ,... từ đó giúp hạ giá thành sản phẩm, nâng cao năng lực cạnh tranh của sản phẩm.

Bảng 1: Lợi ích từ hoạt động thuê ngoài.

Lợi ích	Tất cả các khu vực
----------------	---------------------------

Giảm chi phí logistics (%)		12.3%
Giảm chi phí tài sản cố định của logistics (%)		23.4
Giảm chi phí kho bãi (%)		8.6
Chu kì đơn hàng	Từ	10.2 ngày
	Đến	9.8 ngày
Tỷ lệ hoàn thành đơn hàng (%)	Từ	86.0
	Đến	92.7
Độ chính xác thực hiện đơn hàng	Từ	90.4
	Đến	95.3

Nguồn: The State of Logistics Outsourcing – 2009 third-party Logistics, 2009.

Bảng trên cho thấy, việc thuê ngoài của hoạt động Logistics đã đem lại lợi ích rất lớn cho các công ty của toàn thế giới nói chung. Nhờ thuê ngoài dịch vụ này mà trung bình các doanh nghiệp có thể giảm đến 12.3% chi phí logistics. Việc không phải đầu tư vào mua sắm các tài sản cố định của logistics như kho bãi, phương tiện vận chuyển, phương tiện xếp dỡ trong kho... đã giúp họ có thể tiết kiệm được 23.4% chi phí tài sản cố định logistics và 8.6% chi phí kho bãi. Nhờ tiết kiệm những chi phí này, doanh nghiệp có thể dành nguồn lực để đầu tư sản xuất, hạ giá thành sản phẩm. Thêm vào đó, về mặt thời gian, chúng ta cũng thấy được sự nhanh chóng hơn khi thực hiện đơn hàng của các doanh nghiệp, chu kì đơn hàng giảm từ 10.2 ngày xuống chỉ còn 9.8 ngày; tỷ lệ hoàn thành đơn hàng và độ chính xác khi thực hiện đơn hàng cũng tăng lên đáng kể.

Rõ ràng Logistics cùng với những tiến bộ của nó đã giúp doanh nghiệp giảm tổng chi phí, tiết kiệm thời gian và mức độ thỏa mãn của khách hàng.

- Hệ thống Logistics góp phần giải quyết những vấn đề nảy sinh từ sự phân công lao động quốc tế do quá trình toàn cầu hóa tạo ra.

Toàn cầu hóa càng mạnh dẫn đến sự phân công lao động quốc tế ngày càng sâu sắc. Nếu như trước kia, một sản phẩm hoàn thiện có thể được sản xuất tại nhiều nơi trên thế giới thì ngày nay, các chi tiết của một sản phẩm hoàn thiện có thể được sản xuất tại nhiều nơi trên thế giới, ở khắp các châu lục. Do vậy, việc khắc phục ảnh

hưởng của các yếu tố cụ thể, thời gian nhằm giảm chi phí sản xuất là yêu cầu đầu tiên. Ứng dụng Logistics sẽ giúp các doanh nghiệp giải quyết bài toán khó này.

Một ví dụ điển hình đó là công ty Adept Technology, nhà sản xuất robot cho các hoạt động sản xuất kỹ thuật cao. Họ đã được hưởng nhiều ích lợi từ việc ứng dụng thành công Logistics. Một sản phẩm của Adept có thể bao gồm 300.000 linh kiện, được cung cấp bởi các nhà cung ứng từ khắp nơi trên thế giới. Với yêu cầu phải đáp ứng các đơn hàng về linh kiện và dịch vụ 24/24 giờ, công ty phải đảm bảo rằng hàng trong kho lúc nào cũng phải đủ và không dư thừa gây lãng phí, và đảm bảo thời gian vận chuyển đến khách hàng, đến kho là ngắn nhất. Để giải quyết vấn đề này, công ty đã thuê người quản lý vận chuyển và logistics cùng với triển khai mạng lưới cơ sở dữ liệu thông tin hiện đại. Kết quả là họ đã kiểm soát được chặt chẽ hơn hàng tồn kho, giải quyết được cả vấn đề chi phí và cải thiện dịch vụ.

- Logistics đóng vai trò hỗ trợ nhà quản lý ra quyết định chính xác trong hoạt động sản xuất kinh doanh.

Bằng việc ứng dụng Logistics sẽ giúp nhà quản lý liên kết các khâu thành chuỗi, cập nhật những nguồn tin chính xác từ thực tế... Từ đó họ đưa ra những kế hoạch hợp lý cho từng công đoạn, từng bộ phận, đặc biệt là các vấn đề cung ứng nguyên liệu, lưu trữ trong kho, thời gian và địa điểm cung ứng, phương thức vận chuyển... để giảm tối đa chi phí phát sinh, đảm bảo hiệu quả trong sản xuất kinh doanh.

- Hoạt động Logistics hỗ trợ đắc lực cho Marketing mix.

Trong các “P” của marketing mix, Logistics hỗ trợ đắc lực cho chức năng Place, phân phối. Logistics giúp rút ngắn thời gian chu chuyển và phân phối hàng hóa, đảm bảo giao hàng đúng thời gian, đúng địa điểm. Thêm vào đó, thông qua dịch vụ khách hàng, hoạt động Logistics gắn kết chặt chẽ với hoạt động marketing, hỗ trợ cung cấp sản phẩm và dịch vụ thỏa mãn yêu cầu của khách hàng.

Ngoài ra Logistics còn có vai trò quan trọng trong việc tối ưu hóa chu trình lưu chuyển của sản xuất kinh doanh từ khâu đầu vào nguyên vật liệu, phụ kiện... tới sản phẩm cuối cùng đến tay khách hàng; góp phần giảm chi phí, hoàn thiện và tiêu chuẩn hóa chứng từ trong kinh doanh, đặc biệt là trong buôn bán quốc tế.

II. Hệ thống Logistics toàn cầu.

1. Các giai đoạn phát triển của hệ thống Logistics toàn cầu.

Được phát triển từ việc áp dụng các kỹ năng “tiếp vận”, “hậu cần” trong quân đội để giải quyết những vấn đề phát sinh của thực tế sản xuất, kinh doanh, đến nay, Logistics đã trở thành một hệ thống quản lý mang tính hiệu quả cao, làm “cột sống” cho mạng lưới thương mại của toàn thế giới.

Từ những năm 50 của thế kỷ XX đến nay, công nghiệp và thương mại thế giới trải qua những biến đổi sâu sắc từ nền kinh tế dựa trên cơ sở sản xuất hàng loạt, đòi hỏi một lượng hàng lớn sang nền kinh tế mà tính độc đáo và đa dạng của hàng hóa được nhấn mạnh. Trong buôn bán, người bán không nhất thiết phải là người sản xuất, người mua cũng chưa chắc đã là người tiêu dùng cuối cùng. Quá trình hàng hóa từ tay người sản xuất đến tay người tiêu dùng có thể qua nhiều người trung gian lần lượt đóng vai trò là người bán hay người mua và là một bộ phận của toàn bộ quá trình lưu thông hàng hóa. Tính chất phong phú của hàng hóa cùng với sự vận động phức tạp của chúng đòi hỏi phải có một sự quản lý chặt chẽ, điều này đã đặt ra cho các nhà sản xuất một yêu cầu mới. Đồng thời, để tránh đọng vốn, các nhà sản xuất kinh doanh luôn tìm cách duy trì một lượng hàng tồn kho nhỏ nhất. Từ những lý do trên yêu cầu hoạt động vận tải giao nhận nói riêng và lưu thông phân phối nói chung phải đảm bảo cho nguyên liệu, hàng hóa được cung ứng kịp thời, đúng lúc (just in time), mặt khác phải tăng cường vận chuyển với mục tiêu không để hàng trong kho (Zero stock) nhằm giảm tối đa chi phí phát sinh hoặc sẽ phát sinh trong sản xuất, lưu thông. Giải quyết những vấn đề đó, Logistics trong doanh nghiệp đã ra đời và ngày càng phát triển.

Nghiên cứu các giai đoạn phát triển của Logistics, ủy ban kinh tế và xã hội Châu Á-Thái Bình Dương (Economic and Social Commission for Asia and Pacific, ESCAP) của liên hợp quốc đã chia logistics thành 3 giai đoạn phát triển, đó là phân phối vật chất (Physical Distribution), hệ thống logistics (Logistics System) và quản lý dây chuyền cung ứng (Supply chain management).

- *Phân phối vật chất (Physical Distribution).*

Vào những năm 60, 70 của thế kỷ XX, người ta quan tâm đến việc quản lý có hệ thống những hoạt động có liên quan với nhau để đảm bảo hiệu quả việc giao hàng, thành phẩm và bán thành phẩm...cho khách hàng. Những hoạt động đó là: vận tải, phân phối, bảo quản, định mức tồn kho, bao bì đóng gói, di chuyển nguyên liệu,... Những hoạt động này gọi là phân phối vật chất hay logistics đầu vào (Inbound Logistics).

- *Hệ thống Logistics (Logistics System).*

Thời kỳ này vào khoảng những năm 80-90 của thế kỷ XX. Các công ty liên kết chặt chẽ sự quản lý giữa hai mặt, đầu vào (Inbound Logistics) và đầu ra (Outbound Logistics) để giảm tối đa chi phí cũng như tiết kiệm chi phí. Như vậy sự kết hợp chặt chẽ giữa cung ứng nguyên liệu cho sản xuất với phân phối sản phẩm tới tay người tiêu dùng đã đảm bảo sự ổn định và tính liên tục của các luồng vận chuyển. Sự kết hợp này được mô tả là hệ thống Logistics.

- *Quản lý dây chuyền cung cấp (Supply Chain Management).*

Giai đoạn này diễn ra từ những năm 90 của thế kỷ XX cho đến nay. Khái niệm “Quản lý dây chuyền cung cấp” có tính chiến lược về quản lý dây nối tiếp các hoạt động từ người cung ứng – đến người sản xuất – đến khách hàng cùng với các dịch vụ làm tăng thêm giá trị sản phẩm như cung cấp chứng từ liên quan, theo dõi, kiểm tra... Khái niệm này coi trọng đối tác, phát triển đối tác, kết hợp giữa doanh nghiệp sản xuất kinh doanh với người cung ứng, khách hàng cũng như những người liên quan tới hệ thống quản lý như các công ty vận tải, lưu kho và những người cung cấp công nghệ thông tin.

2. Hoạt động của hệ thống Logistics toàn cầu.

2.1. Các loại hình dịch vụ trong hệ thống logistics toàn cầu.

Theo Hiệp định Thương mại chung về lĩnh vực dịch vụ (GATS – the general agreement on trade in services) của tổ chức thương mại thế giới WTO thì dịch vụ logistics hiện nay được chia thành 3 nhóm như sau:

- Các dịch vụ Logistics chủ yếu (Core freight Logistics services).

Dịch vụ Logistics chủ yếu chiếm phần lớn trong tổng chi phí Logistics và mang tính quyết định đối với các dịch vụ khác. Dịch vụ Logistics chủ yếu bao gồm:

- Dịch vụ bốc xếp hàng hóa, bao gồm các hoạt động bốc xếp container;
- Dịch vụ kho bãi và lưu giữ hàng hóa, bao gồm cả hoạt động kinh doanh kho bãi container và kho xử lý nguyên liệu, thiết bị;
- Dịch vụ đại lý vận tải, bao gồm cả hoạt động đại lý làm thủ tục hải quan và lập kế hoạch bốc dỡ hàng hóa.

• Dịch vụ hỗ trợ khác, bao gồm cả hoạt động tiếp nhận, lưu kho và quản lý thông tin liên quan đến vận chuyển và lưu kho hàng hóa trong suốt cả chuỗi Logistics; hoạt động xử lý lại hàng hóa bị khách hàng trả lại, hàng hóa tồn kho, hàng hóa quá hạn, lỗi một và tái phân phối hàng hóa đó; hoạt động cho thuê và thuê mua container.

- Các dịch vụ Logistics liên quan đến vận tải (related freight Logistics services).

Các dịch vụ liên quan đến vận tải bao gồm:

- Dịch vụ vận tải hàng hải;
- Dịch vụ vận tải thủy nội địa;
- Dịch vụ vận tải hàng không;
- Dịch vụ vận tải đường sắt;
- Dịch vụ vận tải đường bộ;
- Dịch vụ vận tải đường ống;
- Các dịch vụ thứ yếu hoặc mang tính bổ trợ (Non-core freight Logistics services).
 - Dịch vụ kiểm tra và phân tích kỹ thuật
 - Dịch vụ bưu chính
 - Dịch vụ thương mại bán buôn
 - Dịch vụ thương mại bán lẻ, bao gồm cả hoạt động quản lý hàng lưu kho, thu gom, tập hợp, phân loại hàng hóa, phân phối lại và giao hàng.
 - Các dịch vụ hỗ trợ vận tải khác.

2.2. Nhà cung cấp dịch vụ Logistics.

Hiện nay trên thế giới có các mô hình nhà cung cấp dịch vụ Logistics như sau:

- **Logistics bên thứ nhất (1PL – First Party Logistics).**

Người chủ sở hữu hàng hóa tự mình tổ chức và thực hiện các hoạt động Logistics để đáp ứng nhu cầu của bản thân. Theo hình thức này, chủ hàng phải đầu tư vào phương tiện vận tải, kho chứa hàng, hệ thống thông tin, nhân công để quản lý và vận hành hoạt động Logistics. Mô hình này làm phình to quy mô của doanh nghiệp và thường làm giảm hiệu quả kinh doanh, vì doanh nghiệp không có đủ kinh nghiệm và kỹ năng chuyên môn cần thiết để quản lý và vận hành hoạt động Logistics.

- **Logistics bên thứ 2 (2PL – Second party Logistics).**

Logistics bên thứ 2 là người cung cấp dịch vụ cho một hoạt động đơn lẻ trong chuỗi các hoạt động Logistics (vận tải, kho bãi, thủ tục hải quan, thanh toán,...) để đáp ứng nhu cầu của chủ hàng, chưa tích hợp hoạt động Logistics. Loại hình này bao gồm các hãng vận tải đường biển, đường bộ, đường hàng không, công ty kinh doanh kho bãi, khai thuê hải quan, trung gian thanh toán,...).

- **Logistics bên thứ 3 (3PL – Third party Logistics).**

3 PL là người thay mặt cho chủ hàng quản lý và thực hiện các dịch vụ logistics cho từng bộ phận chức năng, ví dụ như: thay mặt cho người gửi hàng thực hiện thủ tục xuất khẩu và vận chuyển nội địa hoặc thay mặt cho người nhập khẩu làm thủ tục thông quan và vận chuyển hàng tới địa điểm đến quy định, ... Do đó 3PL bao gồm nhiều dịch vụ khác nhau, kết hợp chặt chẽ việc vận chuyển, tồn trữ hàng hóa, xử lý thông tin... và có tính tích hợp vào dây chuyền cung ứng của khách hàng.

Người cung cấp dịch vụ logistics bên thứ 3 là một công ty cung cấp các dịch vụ Logistics mang tính chiến thuật đa chiều cho khách hàng. Nói cách khác, các công ty 3PL là những người cung cấp cho khách hàng của họ về các giải pháp Logistics và thường tập trung vào một mắt xích nào đó trong chuỗi cung ứng. Vì các công ty 3PL là người thay mặt cho các chủ hàng quản lý và thực hiện các dịch

vụ Logistics cho từng bộ phận chức năng nên một chủ hàng có thể quan hệ với nhiều nhà cung cấp dịch vụ Logistics bên thứ 3, mỗi nhà cung cấp dịch vụ 3PL thực hiện một chức năng khác nhau. Theo đó, có nhiều loại hình nhà cung cấp dịch vụ 3PL bao gồm các công ty 3PL hoạt động chính về vận tải (Transport Logistics, Inc), về lưu kho và phân phối, về giao nhận, về tài chính, và về thông tin.

- Logistics bên thứ 4 (4PL – Fourth Party Logistics).

Logistics bên thứ 4 là người tích hợp (Integrator) – người hợp nhất, gắn kết các nguồn lực và cơ sở vật chất khoa học kỹ thuật của mình với các tổ chức khác để thiết kế, xây dựng và vận hành các giải pháp chuỗi Logistics. 4PL chịu trách nhiệm quản lý dòng lưu chuyển Logistics, cung cấp giải pháp dây chuyền cung ứng, hoạch định, tư vấn Logistics, quản trị vận tải,... 4PL hướng đến 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.

Khác với các 3PL, nhà cung cấp dịch vụ 4PL cung cấp các hoạt động hợp tác chiến lược với khách hàng chứ không phải là các giải pháp về Logistics hay chuỗi cung ứng. Theo chuyên gia tư vấn của hãng Accenture, John Gattorma, 4PL thường là một thực thể riêng biệt được thành lập như một liên doanh hay trên cơ sở những hợp đồng dài hạn giữa khách hàng chính và một hoặc một số đối tác khác. Các công ty 4PL đóng vai trò là cầu nối duy nhất giữa khách hàng và các nhà cung cấp dịch vụ khác. Mọi phương diện trong chuỗi cung ứng của khách hàng đều được quản lý bởi công ty 4PL. Đôi lúc 4PL cũng liên kết với các 3PL để cung cấp và hoàn tất toàn bộ chức năng Logistics thuê ngoài.

Các công ty 4PL đảm nhận vai trò quản trị chiến lược và vận hành toàn bộ chuỗi cung ứng. Do đó, các công ty 4PL cần nhiều kỹ năng, nguồn lực để quản lý những thay đổi này một cách hiệu quả và đem lại lợi ích cho khách hàng. Các công ty 4PL cũng có thể tham gia quản lý một hoặc nhiều công ty 3PL cung cấp dịch vụ Logistics cho khách hàng. Để hoàn thành vai trò này, các công ty 4PL cũng cần phải thực hiện một số chức năng của 3PL ngay trong mạng lưới chuỗi cung ứng của khách hàng.

- ***Logistics bên thứ 5 (5PL – Fifth Party Logistics)***

Gần đây, cùng với sự phát triển của thương mại điện tử, người ta đã nói đến khái niệm Logistics bên thứ 5 (5PL). 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.

Việc phân loại các doanh nghiệp thực hiện cung cấp dịch vụ Logistics như trên căn cứ vào mức độ phân công lao động và tính chuyên nghiệp của các doanh nghiệp này. Tuy nhiên, trên cơ sở nhìn nhận dịch vụ Logistics không phải là dịch vụ đơn lẻ mà là sự xâu chuỗi, liên kết các hoạt động mang lại hiệu quả sản xuất kinh doanh, ta nhận thấy rằng ở đây chỉ có các nhà cung cấp dịch vụ Logistics bên thứ 3, bên thứ 4 và bên thứ 5 mới là nhà cung cấp dịch vụ Logistics thực sự.

2.3. Người tiêu dùng dịch vụ Logistics.

Toàn cầu hóa nền kinh tế ngày càng sâu rộng thì tính cạnh tranh lại càng gay gắt trong mọi lĩnh vực của cuộc sống. Để tối ưu hóa, tăng sức cạnh tranh của các doanh nghiệp, nếu như trước đây, các chủ sở hữu hàng hóa lớn thường tự mình đứng ra tổ chức và thực hiện các hoạt động Logistics để đáp ứng nhu cầu của bản thân, thì giờ đây, việc đi thuê các dịch vụ Logistics ở bên ngoài trở nên phổ biến. Bên cạnh những hãng sản xuất có uy tín đã gặt hái được những thành quả to lớn trong hoạt động kinh doanh nhờ khai thác tốt hệ thống Logistics của chính mình, như Hawlett Packard, Spokane Company, Ladner Building Products, Favoured Blend Coffee Company, Sun Microsystems, SKF, Procter & Gamble... thì cũng có không ít các doanh nghiệp đang tận dụng thành công những lợi ích mà dịch vụ Logistics thuê ngoài mang lại.

Theo nguyên tắc, tất cả các *chủ hàng* khi có nhu cầu đối với một hay nhiều dịch vụ logistics nào đó cho hàng hóa của mình thì đều có thể trở thành khách hàng của các nhà cung cấp dịch vụ Logistics. Chủ hàng ở đây được hiểu theo nghĩa rộng chứ không chỉ theo nghĩa sở hữu, bao gồm các doanh nghiệp sản xuất hàng hóa (manufactures), các doanh nghiệp kinh doanh xuất nhập khẩu (suppliers), các nhà buôn (wholesalers), nhà bán lẻ (retailers), người gửi hàng (consignors), người nhận hàng (consignees)...

Nếu phân chia theo nhóm các dịch vụ Logistics chủ yếu được tiêu dùng thì sẽ tồn tại 3 nhóm khách hàng chính sử dụng dịch vụ Logistics, đó là:

- Các nhà sản xuất mua dịch vụ Logistics đầu vào;
- Các nhà phân phối mua dịch vụ Logistics đầu ra;
- Bản thân các nhà cung cấp dịch vụ Logistics khác.

Một doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ logistics cũng có thể là khách hàng của các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ khác một khi doanh nghiệp này không đủ khả năng cung cấp dịch vụ cho khách hàng chính, người chủ sở hữu hàng hóa thực sự.

Trong xu thế toàn cầu hóa và phân công lao động quốc tế hiện nay, khách hàng chính của dịch vụ Logistics thường là các công ty đa quốc gia. Các tập đoàn này có các chi nhánh, các cơ sở sản xuất, cung ứng và dịch vụ đặt ở nhiều nơi, nhiều quốc gia khác nhau, do đó họ nhất thiết phải áp dụng “hệ thống Logistics toàn cầu” để đảm bảo hoạt động sản xuất kinh doanh đạt hiệu quả cao, khắc phục ảnh hưởng của các yếu tố cự ly, thời gian và chi phí sản xuất. Các công ty đa quốc gia có xu hướng giao trọn gói cho các công ty logistics thiết kế và cung cấp toàn bộ dây chuyền cung ứng nguyên vật liệu và phân phối hàng hóa cho công ty của họ. Các công ty này thường bỏ chi phí lớn cho dịch vụ Logistics, chấp thuận giá cao nhưng chất lượng dịch vụ phải tốt. Điều này đòi hỏi các công ty giao nhận phải có uy tín và năng lực thực sự trong lĩnh vực Logistics.

3. Xu hướng Logistics toàn cầu.

3.1. Thuê ngoài dịch vụ Logistics (Outsourcing).

Xu hướng thuê ngoài dịch vụ logistics ngày càng gia tăng trên các thị trường thế giới, bao gồm cả vùng Châu Á – Thái Bình Dương và ASEAN, và là xu hướng chung, phổ biến của các tập đoàn đa quốc gia. Các nhà cung cấp dịch vụ logistics không chỉ đơn thuần là người cung cấp dịch vụ vận tải đa phương thức mà còn là người tổ chức các dịch vụ khác như quản lý kho hàng, bảo quản hàng hóa trong kho, làm thủ tục hải quan,... thậm chí còn là người tư vấn hoặc trực tiếp tham gia xây dựng và quản lý chuỗi cung ứng cho doanh nghiệp.

Theo Tổ chức giao nhận liên vận quốc tế FIATA, năm 2007, thị trường logistics toàn cầu đạt khoảng 645 tỷ USD với tốc độ tăng trưởng là 4,1%. Trong đó, khu vực 3PL toàn cầu đạt doanh thu khoảng 430 tỷ USD với tốc độ tăng trưởng khoảng 10%, cao gấp đôi so với tốc độ tăng trưởng logistics toàn cầu. Sự tăng trưởng này chủ yếu do sự gia tăng của xu hướng thuê ngoài các hoạt động logistics.

Năm 2008, theo đánh giá của Ủy ban kinh tế Singapore thì nhu cầu thuê ngoài các dịch vụ quản trị chuỗi cung ứng tại khu vực Châu Á – Thái Bình Dương đạt mức tăng trưởng 15%/năm (gấp 2 lần so với tốc độ tăng trưởng tại Châu Âu và gần gấp rưỡi so với khu vực Bắc Mỹ). Thị trường thuê ngoài logistics tại Châu Á cũng được dự đoán là sẽ tăng gấp 4 lần trong vòng 8 năm tới.

Năm 2009, xu hướng này càng được thể hiện rõ.

Các chủ hàng hiện tại đang outsource phần lớn các dịch vụ của logistics.

Bảng 2: Các dịch vụ được thuê ngoài năm 2009

Các dịch vụ được thuê ngoài	%				
	Tất cả các khu vực	Bắc Mỹ	Châu Âu	Châu Á Thái Bình Dương	Châu Mỹ La Tinh
Vận tải nội địa	86	75	92	95	80
Vận tải quốc tế	84	70	91	91	88
Môi giới khách hàng	71	73	61	78	74
Kho bãi	68	71	72	65	52
Giao nhận	65	61	57	82	66
Cross docking	39	40	42	42	20
Đóng gói, nhãn mác, nhóm,	38	33	42	40	34

chuẩn bị hàng hóa					
Reverse logistics (hàng lỗi, sửa chữa, hoàn trả)	38	31	43	47	26
Kiểm tra hóa đơn và thanh toán	33	53	24	26	28
Kế hoạch và quản lý vận tải	32	32	33	34	20
Dịch vụ IT	30	28	34	30	26
Quản lý chuỗi	22	14	26	28	15
Dịch vụ tư vấn cung ứng bởi 3PLs	21	21	19	25	20
Dịch vụ khách hàng	13	10	13	15	14
Xử lý đơn đặt hàng (order entry, processing, fulfillment)	13	12	8	20	15
Dịch vụ LLP/4PL	12	10	12	17	6

Nguồn: The State of Logistics Outsourcing – 2009 third-party Logistics, 2009.

Hầu hết các hoạt động thường xuyên được thuê ngoài có xu hướng là những hoạt động mang tính giao dịch, vận hành nhiều hơn và thường xuyên lặp đi lặp lại. Những hoạt động này bao gồm vận tải nội địa và quốc tế (86% và 84% trên toàn khu vực), môi giới khách hàng (71%), kho bãi (68%) và giao nhận (65%); Những hoạt động ít được thuê ngoài hơn là những hoạt động mang tính chiến lược, tiếp xúc khách hàng, và hoạt động cần sử dụng IT như kế hoạch vận tải, công nghệ thông tin, tư vấn chuỗi và dịch vụ khách hàng; Trong năm 2009, các hoạt động Logistics được thuê ngoài của các chủ hàng ở Châu Âu và Châu Á Thái Bình Dương nhiều hơn so với các chủ hàng ở Bắc Mỹ và Mỹ Latin. Tuy nhiên, nếu so sánh với những năm gần đây thì năm nay các chủ hàng ở Châu Á TBD và một phần ở Mỹ Latin lại cho thấy họ đang tăng một cách đáng kể khối lượng các hoạt động thuê ngoài so với các chủ hàng ở Bắc Mỹ và Châu Âu.

Các chủ hàng ngày càng tăng khối lượng hoạt động Logistics cho bên thứ 3 như môi giới khách hàng, giao nhận và dịch vụ quản lý chuỗi (fleet management services). Trong khi đó, khối lượng kinh doanh lại giảm vào năm 2009. Điều này có thể gợi mở rằng một phần lớn các chủ hàng đang lựa chọn dịch vụ thuê ngoài, ít nhất đối với một số hoạt động của những dịch vụ này; Việc sử dụng dịch vụ hóa

đơn và kiểm soát hóa đơn bởi 3PLs cũng tăng nhẹ ở Châu Âu và Châu Á Thái Bình Dương, và con số này đã gấp đôi so với ở Mỹ Latin từ 14% năm 2008 lên đến 28% năm 2009.

Một trong những nghiên cứu năm 2009 trong báo cáo này cũng dự đoán những hoạt động hiện tại đang ít được thuê ngoài sẽ phát triển mạnh trong tương lai. Người ta sẽ thuê ngoài nhiều hơn các hoạt động như nhãn mác, đóng gói, phân nhóm và chuẩn bị hàng hóa, Logistics phản hồi, kiểm tra hóa đơn và thanh toán, kế hoạch và quản lý vận tải, dịch vụ tư vấn chuỗi cung ứng được cung cấp bởi 3PLs, dịch vụ khách hàng, dịch vụ LLP/4PL, các hoạt động giá quyết đơn hàng.

Tóm lại, những ích lợi lớn như tiết kiệm thời gian, chi phí và nâng cao hiệu quả dịch vụ khách hàng đã khiến việc thuê ngoài các hoạt động Logistics đang là xu hướng nổi trội trên toàn cầu.

3.2. E-Logistics.

Ngày nay cùng với sự phát triển của công nghệ thông tin, E-Logistics đã ra đời. E-logistics chính là Logistics trong thương mại điện tử.

Thương mại điện tử là một thuật ngữ phát sinh bao gồm các hoạt động giao dịch thương mại và các hoạt động khác có liên quan dựa trên các dữ liệu được xử lý và truyền tải thông qua các phương pháp điện tử. Đó có thể là bằng điện thoại, fax, tivi, hệ thống truyền thông dữ liệu EDI (Electronic Data Interchange) – một hệ thống dùng cho việc trao đổi bằng phương pháp điện tử các tài liệu doanh thương, và qua mạng Internet (theo tạp chí vận tải hàng hải của UNCTAD). Mặc dù những dự đoán chênh lệch nhau rất lớn nhưng tất cả các dự án đều chỉ ra rằng các dòng thương mại điện tử (EC) đang phát triển và trong vài năm tới sẽ phát triển với tốc độ ngày càng nhanh. Các giao dịch ‘business to business’ (B2B) ngày càng được sử dụng phổ biến trong thương mại quốc tế.

Sự toàn cầu hoá trên thương trường đang diễn ra nhanh chóng, dẫn đến nhu cầu ngày càng tăng về những dòng thông tin hiệu quả hơn và có năng suất cao hơn. Một công ty có thể mua nguyên liệu ở một nơi và bán hàng hoá ở một nơi khác trên thế giới. Xu hướng thực hiện việc thương lượng làm ăn bằng các phương tiện điện

tử đang dẫn đến kết quả là có nhiều dòng hàng hoá hữu hình hơn với những chuyến hàng gửi nhỏ hơn và thường xuyên hơn. Nhờ có rất nhiều tiện ích như dễ sử dụng, không đắt, hiện diện khắp nơi trên thế giới, đặc biệt là tốc độ và tính chính xác, khả năng kết nối các hệ thống và các quy trình một cách dễ dàng với chi phí thấp nhất đã biến Internet thành một công cụ hết sức cần thiết để đáp ứng yêu cầu do sự toàn cầu hóa đem lại.

Những khách hàng đang sử dụng hoạt động của các hệ thống nhằm đảm bảo thông tin đúng lúc, triệt để, tỉ mỉ và chính xác thường là qua công cụ trung gian; đáp lại, những hệ thống Tracking&Tracing (tìm kiếm và theo dõi) tăng lên nhiều trên mạng Internet. Dịch vụ giá trị gia tăng là chìa khoá để dẫn đến thành công của những hoạt động trung gian. Một khi một hoạt động không còn tạo ra giá trị hoặc có thể thay thế bằng phương pháp điện tử thì không còn nhu cầu về nó nữa. Người giao nhận quốc tế có một số lợi thế trong việc cung cấp dịch vụ vận tải hoặc dịch vụ Logistics mà trong đó họ có thể và thực tế là cung cấp được một 'sản phẩm' thường có liên kết chặt chẽ với một vài khía cạnh nào đó trong công việc kinh doanh xuất khẩu hoặc nhập khẩu, và mỗi khía cạnh này đều có tiềm năng giá trị gia tăng. Vai trò của người giao nhận như một trung gian vận tải đã thay đổi, khách hàng muốn có sự liên hệ với hệ thống của người giao nhận. Họ muốn truy cập những tệp tin của họ để nắm được tình hình, trích ra những báo cáo từ các cơ sở dữ liệu, và muốn những chuyến hàng gửi của họ được lên quy trình với một cách thức hoàn hảo, không sai sót. Họ muốn có những thông tin cập nhật từ nguồn đáng tin cậy.

E-Logistics giúp cho những giao dịch qua mạng được thực hiện một cách khách quan, công bằng, cho phép người gửi hàng và người chuyên chở có thể liên hệ với nhau và hợp tác làm ăn. E-Logistics có thể tăng thêm giá trị cho người cung cấp thông qua việc giới thiệu họ với khách hàng và tạo điều kiện dễ dàng hơn cho họ kinh doanh. Bên cạnh đó cũng có giá trị tăng thêm cho khách hàng, trao cho họ những cơ hội tiếp cận với một loạt những dịch vụ mới. Công nghệ Internet đang làm đổi mới cách tổ chức ngành kinh doanh này. Những lợi ích của việc liên lạc tốt hơn, theo dõi công việc hiệu quả hơn, những thông tin chia sẻ nhằm tăng sự hiệu

quả giao nhận đang bắt đầu rõ nét. Ngày càng nhiều sản phẩm và dịch vụ được mua bán trên mạng.

E-Logistics có thể mang lại lợi ích cho tất cả các bên: người gửi hàng, người chuyên chở và những khách hàng của họ. Vì thị trường E-Logistics qua mạng không chỉ là nơi những người chuyên chở và người gửi hàng gặp nhau để làm ăn với nhau mà còn cung cấp một loạt các dịch vụ từ lĩnh vực kinh doanh đến dịch vụ vận tải có thể tăng tính hiệu quả của chuỗi cung cấp.

- Tiết kiệm thời gian do tốc độ giao dịch nhanh;
- Tiết kiệm được chi phí nhờ sự tối đa hoá trong chuỗi giá trị gia tăng;
- Khách hàng dễ dàng tiếp cận với sản phẩm và dịch vụ;
- Cung cấp những dịch vụ thích hợp với riêng từng đối tượng qua mạng Internet;
- Tạo giá trị gia tăng cho chuỗi và một loạt các kênh bán hàng khác nhau.

Vì những tiện ích đó mà ngày nay, cùng với sự bùng nổ của Internet sự toàn cầu hóa, E-Logistics đã có mặt ở nhiều doanh nghiệp kinh doanh Logistics và trở thành một xu hướng trên toàn thế giới.

3.3. Phát triển các giải pháp Logistics tích hợp.

Ngày nay, các doanh nghiệp có khuynh hướng lựa chọn các giải pháp tích hợp từ một nguồn duy nhất thay vì các dịch vụ đơn lẻ được cung cấp bởi một hỗn hợp các nhà giao nhận, nhà môi giới, công ty kho bãi và các nhà vận tải địa phương. Hàng hóa sẽ không bị ứ đọng tại kho, các điểm trung chuyển mà được đưa thẳng đến tay người tiêu dùng thông qua các trung tâm phân phối. Với sự phân công lao động quốc tế, các chi tiết của một sản phẩm hoàn thiện có thể được sản xuất tại nhiều nơi trên thế giới và các thành phẩm đó lại được tiêu thụ không chỉ ở một nơi. Do đó, chuỗi Logistics đã phức tạp lại càng phức tạp hơn. Trong tình hình đó, các dịch vụ Logistics đơn lẻ bộc lộ những khuyết điểm và tỏ ra không phù hợp. Điều này buộc các công ty cung cấp dịch vụ Logistics phải đưa ra giải pháp là xây dựng mô hình Logistics tích hợp. Với việc cung cấp dịch vụ này, chuỗi cung ứng

Logistics sẽ trở nên liền mạch và đồng bộ, khách hàng sẽ chỉ phải liên hệ với một đối tác duy nhất.

Ví dụ, công ty APL Logistics hiện đang cung cấp dịch vụ cho hãng quần áo The Children Places trên toàn cầu. APL Logistics quản lý các đơn sản xuất hàng từ The Children Places phân phối cho các nhà gia công, sản xuất, đồng thời theo dõi quá trình sản xuất để giao nguyên phụ liệu đến các nhà máy gia công sản xuất, vận chuyển, điều tiết hàng thành phẩm từ nhà máy gia công đến địa điểm giao hàng theo yêu cầu của The Children Places. Dịch vụ tích hợp Logistics đã giúp The Children Places giảm 10% chi phí hoạt động cho công tác hậu cần, quản lý, nhân sự. Đổi lại, APL Logistics cũng có được khoản lợi nhuận đáng kể từ việc cung cấp dịch vụ này. Unilever, P&G cũng đang sử dụng dịch vụ của các công ty nước ngoài là Linfox hay Semcorp để quản lý hàng thành phẩm, phân phối hàng hóa sản xuất tiêu dùng nhanh.

Với sự tiện lợi cho cả người tiêu dùng và cả người cung cấp dịch vụ Logistics, Logistics tích hợp cũng là một trong những xu hướng phát triển Logistics trên toàn thế giới.

3.4. *Kết hợp phương pháp quản lý Logistics kéo (Pull) và phương pháp quản lý Logistics đẩy (Push) truyền thống.*

Quản lý hậu cần – hoặc dựa trên Logistics kéo hoặc Logistics đẩy – là rất cần thiết nhằm cắt giảm chi phí. Trong các nền kinh tế dựa trên Logistics đẩy trước đây, cắt giảm chi phí được thực hiện thông qua sự hợp nhất, liên kết của nhiều công ty, sự sắp xếp lại các nhà máy dựa trên sự nghiên cứu các nguồn nguyên liệu thô và nhân lực rẻ hơn, sự tự động hóa hoặc quá trình tái cơ cấu công nghệ, kỹ thuật trong các nhà máy. Cùng với đó, những sự cải tiến này đã giúp các công ty tăng năng suất lao động và cắt giảm chi phí hậu cần. Ngày nay, nguồn thu lợi nhuận từ quá trình nâng cấp và cải tiến này đã được thực hiện trên qui mô lớn hơn trong hầu hết các khu vực sản xuất chế tạo.

Nền sản xuất dựa trên Logistics kéo đối lập hẳn với cơ chế Logistics đẩy truyền thống trước đây – đó là cơ chế sản xuất được điều khiển bởi cung (supply -

driven) và được dẫn dắt, chỉ đạo theo một kế hoạch sản xuất đã được sắp đặt trước. Trong hệ thống sản xuất điều khiển bởi cung, các thiết bị và sản phẩm hoàn thiện được “đẩy” vào các quá trình sản xuất hoặc chuyển vào các nhà kho lưu trữ theo sự sắp sẵn của công suất máy móc. Rõ ràng, cơ chế sản xuất dựa trên logistics đẩy không thực tế và phù hợp với nhu cầu người tiêu dùng, dẫn đến sự dư thừa và lãng phí. Logistics kéo là quá trình sản xuất được dẫn dắt bởi hoạt động trao đổi mua bán trên thực tế hơn là dự đoán mức nhu cầu. Cơ chế “cần kéo” (Logistics kéo) chỉ sản xuất những sản phẩm đã được bán hoặc được khách hàng đặt hàng mua. Chuỗi cung cấp hậu cần kéo liên kết quá trình kế hoạch hóa sản xuất và quá trình thiết kế với việc phân phối các sản phẩm sản xuất. Đây chính là mô hình được điều khiển bởi cầu (demand – driven) nhằm mục tiêu chính là đáp ứng được nhu cầu dự trữ cuối cùng của người tiêu dùng.

Ngày nay, một số nơi trên thế giới như Châu Âu đã áp dụng phương pháp kết hợp cả 2 phương pháp trên, tức là vừa “kéo” lại vừa “đẩy”. Người ta cho xây dựng các kho chứa khổng lồ, sản xuất hàng hóa và dự trữ ở đó, hay “đẩy” hàng hóa ra. Ở đây, hàng hóa được bảo quản an toàn, sẵn sàng được đưa ra khỏi kho và đáp ứng nhanh chóng, đầy đủ, phù hợp nhu cầu tiêu dùng của khách hàng trên khắp thế giới. Đó là khi áp dụng Logistics “kéo”.

Chương II. SỰ THAM GIA CỦA CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM VÀO HỆ THỐNG LOGISTICS TOÀN CẦU

I. Tổng quan thị trường Logistics Việt Nam.

1. Khái quát về thị trường Logistics Việt Nam.

Ngành dịch vụ Logistics của Việt Nam mới được hình thành từ sau khi Việt Nam “mở cửa”, và hiện nay đang ở trong giai đoạn đầu tiên của tiến trình phát triển chung.

Trước 1986, do Nhà nước nắm độc quyền về ngoại thương nên ở Việt Nam chỉ có duy nhất công ty VIETRANS là hoạt động trong lĩnh vực giao nhận kho vận ngoại thương. Sau năm 1986, nền kinh tế mở cửa và bắt đầu có những chuyển biến mới. Việc buôn bán, trao đổi giữa Việt Nam và nước ngoài ngày càng phát triển. Cho đến năm 1994, thị trường dịch vụ Logistics Việt Nam mới bắt đầu có những bước đi đầu tiên. Tháng 9 năm 1994, công ty Logitem chuyên ngành dịch vụ Logistics được thành lập (liên doanh giữa Đoàn xe 14 của Việt Nam và công ty Logitem International của Nhật Bản). Tiếp đó là sự ra đời của các công ty cung ứng một số loại hình của dịch vụ Logistics: Tập đoàn Phát triển Logistics số 1 – liên doanh giữa Watco, Vietfracht (Việt Nam), Mitorient (Singapore) và Pan Viet (Đài Loan), Công ty Dragon Logistics – liên doanh giữa các tập đoàn Suzuo, Misubishi (Nhật Bản) và các công ty Việt Nam là VINAFCO và HANEL. Các công ty này đã triển khai các hoạt động như: cung cấp cảng container, vận tải đường thủy và vận chuyển thông thường không bằng tàu, các dịch vụ giao nhận, dịch vụ liên quan đến phân phối...

Hiện nay, theo Hiệp hội giao nhận kho vận Việt Nam (VIFFAS) có khoảng 900-1000 doanh nghiệp hoạt động trong Logistics và con số này vẫn đang tăng lên. Xét về mức độ phát triển có thể chia logistics Việt Nam thành các cấp độ sau:

- **Cấp 1:** các đại lý giao nhận vận tải truyền thống – các đại lý giao nhận chỉ thuần túy cung cấp các dịch vụ do khách hàng yêu cầu. Các dịch vụ đó thông thường là: vận chuyển hàng hoá bằng đường bộ, làm thủ tục hải quan, làm chứng từ, lưu kho bãi, giao nhận... Ở cấp độ này có hơn 80% các doanh nghiệp giao nhận.
- **Cấp 2:** các đại lý giao nhận đóng vai trò là người gom hàng và cấp vận đơn thứ cấp (House Bill of Lading). Nguyên tắc hoạt động của các doanh nghiệp ở cấp độ này là phải có đại lý tại các cảng lớn để thực hiện việc đóng rút hàng xuất nhập khẩu. Hiện nay có khoảng 10% các tổ chức giao nhận tại Việt Nam có khả năng cung cấp dịch vụ gom hàng tại cảng gom hàng lẻ của chính họ hoặc đi thuê của nhà thầu. Những người này sử dụng HBL như vận đơn của hãng tàu song chỉ có một số ít mua bảo hiểm trách nhiệm giao nhận vận tải .

- **Cấp 3:** Đại lý giao nhận đóng vai trò là nhà vận tải đa phương thức (Multimodal Transport Organization). Với vai trò này, một số công ty đã phối hợp với công ty nước ngoài tại các cảng dỡ hàng bằng hợp đồng phụ để tự động thu xếp vận tải hàng hoá tới điểm cuối cùng theo vận đơn. Tính đến nay có hơn 50% các đại lý giao nhận tại Việt Nam hoạt động như MTO với mạng lưới đại lý mở rộng trên khắp thế giới.

- **Cấp 4:** Đại lý giao nhận là các nhà cung cấp dịch vụ Logistics và Chuỗi cung ứng. Đây là kết quả tất yếu của quá trình hội nhập. Một số tập đoàn nổi tiếng trong lĩnh vực Logistics trên thế giới đã đặt đại diện ở Việt Nam như APL Logistics, Maersk Logistics, NYK Logistics, Kuehn & Nagel, Schenker, Expedito , UTI, UPS... tại Việt Nam cũng đã hình thành nên một số liên doanh hoạt động trong lĩnh vực này như: First Logistics Co, Biển Đông Logistics... [PGS.TS ĐoànThị Hồng Vân, 2010].

2. Các nhà cung ứng dịch vụ Logistics trên thị trường Logistics Việt Nam.

Xét về thành phần tham gia, thị trường dịch vụ Logistics Việt Nam có thể chia thành các doanh nghiệp trong nước cung cấp dịch vụ Logistics và các công ty tên tuổi nước ngoài với sự chênh lệch về quy mô và trình độ khá rõ nét.

2.1. Các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ Logistics trong nước.

Ở Việt Nam hiện nay có khoảng 900-1000 doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ Logistics. Tuy nhiên, hầu hết các doanh nghiệp này có quy mô rất nhỏ, thậm chí các doanh nghiệp chỉ có vốn đăng ký ở mức từ 300 đến 500 triệu Đồng, doanh thu trung bình từ 350 triệu Đồng đến 600 triệu Đồng. Nhiều doanh nghiệp nhà nước sau khi cổ phần hóa từng bộ phận đã hình thành các công ty cổ phần vốn điều lệ 5 tỷ Đồng [Nguyễn Thâm, 2010]. Quy mô doanh nghiệp còn thể hiện ở số nhân viên của công ty, nhiều doanh nghiệp Việt Nam chỉ có số nhân viên trên dưới 5 người, kể cả người phụ trách. Với quy mô nhỏ như thế, các doanh nghiệp này không thể đáp ứng được yêu cầu khi tham gia vào hệ thống Logistics toàn cầu.

Về dịch vụ cung cấp, phần lớn các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay chỉ tập trung vào khai thác một số công đoạn nhỏ trong toàn bộ chuỗi dịch vụ Logistics.

Phổ biến nhất là giao nhận vận tải bằng đường biển. Đây là hình thức khá đơn giản, các công ty giao nhận đóng vai trò là người buôn cước sỉ sau đó bán lại cho người mua lẻ. Ngoài ra có thể kể đến một số dịch vụ khác cũng khá phổ biến như kinh doanh kho bãi, vận chuyển nội địa, phân phối hàng,... Các dịch vụ này chỉ là những phần nhỏ trong hệ thống Logistics. Ngay trên mảng thị trường vận tải nội địa thì các doanh nghiệp Việt Nam cũng chỉ chiếm được một phần rất nhỏ.

Về kết quả hoạt động, do nhiều hạn chế về quy mô, trình độ chuyên nghiệp, quan hệ với đối tác,... phần lớn các doanh nghiệp Việt Nam chỉ mới có tầm phủ trong phạm vi nội địa hoặc bước đầu mở rộng sang một vài nước trong khu vực. Điều này là một trong những cản trở của các doanh nghiệp Việt Nam khi họ chào bán các dịch vụ trọn gói cho khách hàng. Trong khi đó, với xu thế toàn cầu hóa, các tập đoàn sản xuất và phân phối như Nike, Adidas, Gap, Wal-Mart, K-Mart,... thường thuê ngoài từ rất nhiều quốc gia và lãnh thổ trên thế giới. Chưa có doanh nghiệp kinh doanh Logistics Việt Nam nào đủ điều kiện tham gia đấu thầu độc lập tại nước ngoài. Gần đây một số doanh nghiệp đã xuất khẩu dịch vụ Logistics sang các nước láng giềng như Lào, Campuchia, Trung Quốc. Tuy nhiên, đó là những dự án, công trình mà tuyến lưu chuyển hàng hóa buộc phải quá cảnh qua Việt Nam. Chính vì vậy mà hiện nay, sau khi Việt Nam gia nhập WTO thì cơ hội xuất khẩu dịch vụ này trở nên rất hạn chế.

2.2. Các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ Logistics nước ngoài.

Theo Hiệp hội Giao nhận kho vận Việt Nam, ở thời điểm hiện tại, đã có gần 30 công ty cung cấp dịch vụ Logistics hàng đầu thế giới có mặt tại Việt Nam. Nhiều công ty nước ngoài đặt nền móng cho hoạt động kinh doanh của họ từ những năm Việt Nam đang đàm phán gia nhập WTO. Với doanh số lên đến con số tỉ USD, dịch vụ Logistics đang hấp dẫn các nhà đầu tư nước ngoài và thực tế họ đang kinh doanh rất sôi động tại Việt Nam. Hầu hết các công ty này đều thực hiện đúng các quy định của Việt Nam, và họ chuyển dần từng bước từ văn phòng đại diện sang liên doanh liên kết, từ chỉ định đại lý đến trực tiếp đầu tư vào Việt Nam. Rõ ràng, các doanh

nghiệp nước ngoài đã có những bước đi cơ bản rất sớm, do đó đến thời điểm này họ vẫn chiếm đến gần 80% thị phần trong ngành dịch vụ Logistics tại Việt Nam và gây sức ép rất lớn cho chính các doanh nghiệp trong nước.

Theo các số liệu thống kê không chính thức, nhiều hãng vận tải có tên tuổi trên thế giới như: Mitsui OSK lines, NYK, K-Line, CGM, Hanjin, Neptune Orient Lines (NOL), Nedlloyd, Maersk đều có sự hiện diện dưới nhiều hình thức ở thị trường Việt Nam, cung cấp các dịch vụ liên quan đến logistics. Các công ty này cung cấp dịch vụ Logistics cho tới 90% khối lượng hàng nhập khẩu vào Việt Nam (trừ hàng rời như phân bón, xi măng, sắt thép, xăng dầu, quặng, than đá,...) và 100% khối lượng hàng công trình. Các công ty này cũng cung cấp dịch vụ Logistics gần như toàn bộ các loại hàng gia công xuất khẩu chỉ trừ than đá, dầu thô, gạo và một số khoáng sản khác.

Đến thời điểm đầu năm 2010, thị trường Việt Nam đã có sự hiện diện của nhiều nhà cung cấp dịch vụ Logistics có tên tuổi của thế giới trong các phân khúc đầu ngành như sau:

- Giao nhận (Freight Forwarder): Kuehne & Nagel, Schenker, Panalpina Expeditor Int'l, EGL.
- Logistics theo hợp đồng (Contract Logistics): Exel (DHL), DHL, UPS, TNT.
- Gom hàng (Integrators/ Consolidation): APL Logistics, Maersk Logistics, NYK Logistics, MOL Logistics.

Chuỗi dịch vụ Logistics hiện đại mà các công ty Logistics lớn như Maersk Logistics, APL Logistics, P&O Nedlloyd Logistics đang cung cấp cho khách hàng của mình tại Việt Nam cũng bao gồm rất nhiều loại hình đa dạng với giá trị gia tăng cao: giao nhận hàng không từ cửa tới cửa; giao nhận hàng hải từ cửa tới cửa; quản lý hàng hóa; gom hàng nhanh tại kho; quản lý đơn hàng, quản lý và theo dõi cam kết của nhà cung cấp; dịch vụ kho bãi giá trị gia tăng; dịch vụ gom hàng từ nhiều quốc gia đến một cảng trung chuyển (trong khu vực thì thường là các cảng Singapore, Kaoshiung, Hồng Kông); dịch vụ kiểm soát chất lượng hàng hóa; dịch

vụ kiểm soát quá trình sản xuất kịp thời hạn; quản lý dữ liệu và cung cấp dữ liệu đầu cuối cho khách hàng;...

Về lợi thế cạnh tranh, do tồn tại từ rất lâu đời với bề dày kinh nghiệm, các doanh nghiệp Logistics nước ngoài khi đổ xô vào Việt Nam đều nắm giữ rất nhiều lợi thế hơn hẳn so với nước chủ nhà. Trước hết họ có mạng lưới khách hàng sử dụng chuỗi dịch vụ cung ứng của họ từ rất lâu và trung thành, do đó phương pháp “đẩy” đã hoàn toàn thay thế phương pháp “kéo” trong Logistics vì họ đã có sẵn rất nhiều đơn đặt hàng đến từ khắp nơi trên thế giới với đầy đủ các thương hiệu nổi tiếng. Mặt khác, chính các tập đoàn toàn cầu này còn giữ trong mình rất nhiều tiềm lực quan trọng như tiềm lực tài chính hùng mạnh, hệ thống các giải pháp cấp cao cùng với trình độ tay nghề, công nghệ kỹ thuật và bí quyết kinh doanh, quản lý đều ở cấp độ hiện đại. Hơn thế nữa, kể từ khi Việt Nam gia nhập WTO, họ còn có thêm sự hỗ trợ pháp lý vững chắc từ tổ chức liên hợp quốc này. Việc được tự do hoá thương mại, thành lập công ty 100% vốn nước ngoài lại càng là một cơ hội lớn cho các doanh nghiệp Logistics nước ngoài tại Việt Nam được bành trướng thế lực của mình

Thách thức đối với các doanh nghiệp Logistics trong nước là ngày càng lớn.

II. Sự tham gia của các doanh nghiệp Việt Nam vào hệ thống logistics toàn cầu.

1. Các loại hình dịch vụ logistics được cung cấp bởi các doanh nghiệp logistics Việt Nam.

Ở Việt Nam, dịch vụ logistics chưa được các doanh nghiệp kinh doanh logistics của Việt Nam cung cấp đầy đủ như đúng bản chất của nó. Các doanh nghiệp Logistics Việt Nam hiện chỉ mới cung cấp một số dịch vụ trong chuỗi các dịch vụ trong Logistics, đó là: dịch vụ kho bãi, vận tải hàng hóa, giao nhận hàng hóa, bốc xếp, dịch vụ phân loại, đóng gói bao bì, lưu kho,... Một số dịch vụ khác trong Logistics cũng được cung cấp bởi một số ít doanh nghiệp nhưng chưa thực sự được quan tâm phát triển.

Trong các dịch vụ Logistics chủ yếu được cung cấp bởi các doanh nghiệp Việt Nam thì dịch vụ Giao nhận vận tải và Kinh doanh kho bãi là phát triển nhất.

1.1. Dịch vụ vận tải giao nhận hàng hóa xuất nhập khẩu.

Ở Việt Nam hiện nay, Vận tải giao nhận chủ yếu phát triển trên lĩnh vực đường biển và đường hàng không, trong đó vận tải đường biển chiếm ưu thế tuyệt đối hơn cả với lượng hàng hóa xuất nhập khẩu được chuyên chở bằng đường biển chiếm khoảng 90%.

Lượng hàng hóa thông qua các cảng biển ngày càng gia tăng và trải rộng ở nhiều cảng, nhiều cửa khẩu khác nhau chứ không chỉ được thực hiện ở một số cảng chính như trước kia, trong đó có nhiều cảng mới, cảng chuyên dụng được xây dựng (trung tâm Logistics – ICD Tiên Sơn, tỉnh Bắc Ninh, trung tâm Logistics YCH – Protrade ở Bình Dương). Tại các cảng, ngoài dịch vụ vận tải giao nhận đơn thuần còn có các dịch vụ trợ giúp như: lưu kho bảo quản hàng hóa, tái chế, đóng gói, kê ký mã hiệu, thu gom hàng hóa xuất nhập khẩu... Cơ sở vật chất kỹ thuật tại các cảng biển được tăng cường đặc biệt là hệ thống cầu cảng, trang thiết bị xếp dỡ và hệ thống kho bãi...đây là yếu tố cơ bản làm tăng chất lượng dịch vụ vận tải giao nhận hàng hóa xuất nhập khẩu hàng hóa xuất nhập khẩu tại cảng.

Theo Cục Hàng hải Việt Nam, trong năm 2009 sản lượng hàng hóa thông qua cảng biển Việt Nam đạt trên 251 triệu tấn, tăng 27,79 % so với năm 2008. Hàng hóa tăng chủ yếu là hàng khô (trên 126 triệu tấn, tăng 43,94% so với năm 2008). Trong năm này, Việt Nam có hơn 108.000 lượt tàu ra vào hệ thống cảng biển Việt Nam với tổng dung tích lên tới hơn 425 triệu GT, tăng 9,56% so với năm 2008. Hàng container đạt trên 5539 triệu TEUs, hàng lỏng đạt trên 42,5 triệu tấn. Trong năm 2009, đội tàu biển quốc gia vận chuyển được trên 81 triệu tấn, tăng 16,99% so với năm 2008, trong đó sản lượng vận tải nước ngoài đạt trên 53 triệu tấn, sản lượng hàng hóa vận tải nội địa đạt gần 28 triệu tấn, bằng 126,47%. Những khu vực kinh tế trọng điểm, khối lượng hàng hóa tăng rất nhanh: lượng hàng hóa thông quan qua cảng Đà Nẵng lần đầu tiên đạt 3,162 triệu tấn hàng hóa vào năm 2009, tăng 14,2% so với năm 2008; trong tháng 8/2009 lượng hàng hóa thông qua các cảng tại Hải

Phòng đạt xấp xỉ 2,7 triệu tấn, tăng 15,7% trong đó Cảng Hải Phòng đạt 1,28 triệu tấn, tăng 25,5% so với tháng 8 năm 2008. Cũng trong năm này, tình trạng ùn ứ hàng hóa ở các cảng thành phố Hồ Chí Minh, đặc biệt là cụm cảng số 5 (cảng Sài Gòn, VICT, Tân Cảng, Bến Nghé...) đã được giải tỏa thành công.

Về đường hàng không, dịch vụ vận tải hàng hóa bằng đường hàng không cũng tăng mạnh tại các cửa khẩu Nội Bài, Tân Sơn Nhất, Đà Nẵng... Các mặt hàng được chuyển chủ yếu là mặt hàng có giá trị cao, hàng điện tử, máy vi tính... Mạng lưới vận tải bằng đường hàng không từ Việt Nam tới các quốc gia ngày càng được mở rộng tới các nước Châu Âu, Nhật Bản, Úc và New Zealand... Việc rút ngắn cự ly các đường bay của ngành Hàng không Việt Nam trong năm 2009 cũng góp phần đáng kể nhằm tiết kiệm thời gian, giảm chi phí cho khách hàng... Theo tính toán Việt Nam Airlines, với các đường bay được rút ngắn (từ 3-10 phút/chuyên), Việt Nam Airlines có thể tiết kiệm được số tiền khoảng 30-35 triệu USD/năm.

Hoạt động kinh doanh dịch vụ vận tải giao nhận hàng hóa xuất nhập khẩu bằng đường sắt, đường ô tô cũng dần được phát triển nhưng với sản lượng không nhiều và chủ yếu là hàng hóa ra vào Việt Nam từ các nước lân cận như Trung Quốc, Lào, Campuchia.

Có thể nói, trong toàn bộ chuỗi Logistics thì vận tải giao nhận hàng hóa dịch vụ chủ chốt, đặc biệt là giao nhận hàng hóa xuất nhập khẩu. Ở Việt Nam, dịch vụ này đang từng bước phát triển nhờ sự giao thương ngày càng tăng giữa Việt Nam và các nước trên thế giới. Để tăng cường sự tham gia vào hệ thống Logistics toàn cầu thì việc dần dần đưa tên tuổi của các công ty Logistics ra khỏi biên giới qua dịch vụ giao nhận hàng hóa xuất nhập khẩu là hết sức cần thiết. Vì vậy, các doanh nghiệp giao nhận vận tải Việt Nam cần cố gắng phát triển dịch vụ này.

1.2. Dịch vụ vận tải giao nhận nội địa và phân phối hàng

Về dịch vụ vận tải giao nhận nội địa, ở Việt Nam thời gian qua chủ yếu là đường sắt và đường ô tô. Hàng hóa vận chuyển nội địa chủ yếu là các mặt hàng thủ công mỹ nghệ, nông sản, hàng rời, nguyên vật liệu cho sản xuất và xây dựng... nên xe thùng được sử dụng phổ biến hơn cả.

Đối với đường ô tô, các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận tải có đội xe để tham gia vận tải nội địa, đồng thời để vận chuyên hàng hóa xuất nhập khẩu từ các cảng, các sân bay về kho của khách hàng và ngược lại từ kho của khách hàng ra cảng, sân bay để bắt đầu hành trình. Những năm qua, cơ sở hạ tầng giao thông vận tải được cải thiện cho nên vận tải giao nhận hàng hóa bằng container nội địa cũng được phát triển. Ngoài các đội xe chuyên dụng truyền thống thông thường, các doanh nghiệp đã trang bị xe chuyên dụng chở container từ Hải Phòng đi các tỉnh phía Bắc, Đà Nẵng đi các tỉnh miền Trung và Sài Gòn đi các tỉnh đồng bằng Nam Bộ.

Ngoài ô tô, ngành đường sắt cũng tổ chức chuyên chở hàng hóa dọc tuyến Bắc Nam tạo sự liên kết chặt chẽ các địa phương, các vùng, các miền trong lưu thông hàng hóa và tích cực tham gia chuyên chở hàng hóa xuất nhập khẩu. Từ chỗ chưa có toa xe chuyên dụng chở container đến nay xe chuyên dụng của đường sắt đã đáp ứng yêu cầu vận chuyển container của khách hàng trên toàn tuyến.

Về phân phối hàng hóa, các doanh nghiệp lớn có thế mạnh trong việc cung ứng dịch vụ vận chuyển hàng hóa có khối lượng lớn, hàng theo kế hoạch, hàng siêu trường, siêu trọng thì các doanh nghiệp nhỏ lại có lợi thế trong cung ứng dịch vụ vận chuyển hàng thông thường như hàng bách hóa, hàng rời, hàng container có khối lượng nhỏ và đặc biệt là thầu việc phân phối các sản phẩm từ nơi sản xuất đến nơi tiêu thụ trong nội địa cho các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh hoặc vận chuyển máy móc, thiết bị, hàng công trình ra vào các cảng Việt Nam theo yêu cầu của khách hàng.

Một ví dụ về quy trình làm hàng của công ty cổ phần VINAFCO, công ty kinh doanh dịch vụ Logistics hàng đầu ở Việt Nam:

Bước 1: Tiếp nhận yêu cầu khách hàng qua hệ thống điện thoại/Email/Fax...

Bước 2: Tiến hành xử lý đơn hàng trên hệ thống phần mềm quản lý chuyên nghiệp (BPCS, WMS...).

Bước 3: Chuyển đơn gom hàng (picking list) cho bộ phận kho và bộ phận vận tải.

- Bộ phận kho nhận lệnh gom hàng sẽ tiến hành gom hàng và xác nhận tình trạng thực tế chắc chắn của đơn hàng có thể được giao hay không, báo cáo lại cho bộ phận C/s để tiến hành in hoá đơn.
- Bộ phận vận tải nhận lệnh gom hàng và tiến hành các hoạt động điều phối vận tải/ sắp xếp phương tiện cho việc vận chuyển hàng hóa.

Bước 4: Sau khi nhận được xác nhận từ kho, bộ phận dịch vụ khách hàng sẽ in hoá đơn và chuyển xuống kho làm thủ tục xuất hàng ra khỏi kho.

Bước 5: Tùy theo phương thức giao hàng, khách hàng tự đến lấy (Self Pick Up) , giao hàng ra các bến xe trung chuyển (Bus station) hay giao hàng đến các đại lý hoặc trực tiếp tới người tiêu dùng.

Tất nhiên để tăng cường sự tham gia vào hệ thống Logistics toàn cầu thì trước hết các doanh nghiệp Logistics Việt Nam phải chiếm lĩnh được thị trường nội địa, tạo niềm tin trước hết cho các nhà xuất nhập khẩu trong nước.

1.3. Dịch vụ phân loại và đóng gói bao bì hàng hóa

Dịch vụ phân loại và đóng gói bao bì hàng hóa cũng là một trong các dịch vụ thuộc chuỗi dịch vụ Logistics mà các doanh nghiệp Logistics Việt Nam cung ứng cho khách hàng. Khi các doanh nghiệp có nhu cầu thuê dịch vụ phân loại và đóng gói bao bì thì doanh nghiệp Logistics sẽ triển khai thực hiện sao cho tiết kiệm chi phí cho doanh nghiệp khách hàng.

Đối với hàng phi mậu dịch, hàng hội chợ, triển lãm, hàng có khối lượng nhỏ, nguồn hàng không thường xuyên, hàng của các văn phòng đại diện hay các cơ quan ngoại giao, sứ quán... các doanh nghiệp Logistics thường sử dụng các nguyên vật liệu phục vụ đóng gói bao bì bằng những thứ có sẵn trong nước như: giấy, gỗ, bao nylon, nhựa tái chế... để giảm chi phí. Ngoài ra tùy theo yêu cầu cũng như đặc điểm của hàng hóa, các nguyên liệu cao cấp sản xuất tại chỗ cũng được đưa vào sử dụng: bao xốp khí, kệ xốp... để đóng gói những sản phẩm có giá trị cao như hàng công nghiệp, hàng điện tử của các khu công nghiệp, khu chế xuất.

Đối với hàng mậu dịch có khối lượng lớn, nhu cầu xuất nhập khẩu thường xuyên, các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài ở các khu công nghiệp, khu chế xuất thường sử dụng trọn gói các dịch vụ Logistics do các doanh nghiệp Logistics

cung cấp, từ việc đóng gói bao bì, kiểm đếm cho đến việc làm thủ tục hải quan hàng hóa.

1.4. Dịch vụ kinh doanh kho bãi.

Hệ thống kho bãi của các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ Logistics Việt Nam phần lớn tập trung ở các doanh nghiệp lớn thuộc nhà máy hay các bộ, còn các doanh nghiệp tư nhân hay doanh nghiệp cổ phần cũng có nhưng rất nhỏ và hạn chế. Các kho bãi này chủ yếu tập trung ở các cảng biển lớn, phần còn lại có thể nằm sâu trong đất liền. Các chủ hàng xuất nhập khẩu rất ít có kho bãi cho riêng mình để thực hiện lưu trữ hàng hóa, vì vậy thường phải thuê kho bãi của các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ kho bãi. Hệ thống kho bãi ở các cảng lớn như Sài Gòn, Đà Nẵng, Hải Phòng... là phát triển nhất, còn các cảng khác quy mô kho bãi còn rất khiêm tốn. Đặc biệt có trung tâm Logistics SGL tại khu công nghiệp Sóng Thần (Bình Dương) vừa được xây dựng năm 2009. Đây là trung tâm kho vận phục vụ chính cho các ngành có sản phẩm công nghệ cao, điện tử, hàng công nghiệp, hóa phẩm, may mặc và tiêu dùng.

Loại hình kho bãi kinh doanh ở Việt Nam cũng khá đa dạng và phong phú, điển hình là một số loại như:

+ Bãi container: là nơi tiếp nhận và lưu giữ container. Đây là nơi tụ kết container để xếp hàng xuống tàu vận chuyển hoặc giao cho chủ hàng. Tại đây, người ta tiến hành làm thủ tục cho hàng hóa xuất nhập khẩu.

+ Kho hàng lẻ: hiện nay ở Việt Nam có khoảng gần 25 doanh nghiệp kinh doanh loại hình này. Đây là nơi làm kho lưu trữ, thực hiện nghiệp vụ gom hàng lẻ để chuyên chở bằng container hoặc phân phối hàng lẻ cho chủ hàng...

+ Kho ngoại quan: Việc thành lập và kinh doanh kho ngoại quan phải được Tổng cục hải quan cho phép. Kho ngoại quan là nơi chứa và bảo quản hàng hóa khi thủ tục cho hàng xuất nhập khẩu chưa được hoàn tất, hoặc hàng hóa quá cảnh, hàng tạm tái xuất... góp phần giảm những chi phí do lưu tàu, lưu container quá hạn... Kho ngoại quan ở Việt Nam hiện nay chủ yếu bố trí tại các cửa khẩu lớn như: Sài Gòn, Đà Nẵng, Hải Phòng... hay ở một số ga đường sắt liên vận quốc tế.

+ Các loại hình kho bãi khác: đó là các loại hình kho bãi truyền thống như kho hàng rời, kho hàng bách hóa, kho chuyên dụng hay kho đặc biệt...

Ngoài các dịch vụ điển hình trên, các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ Logistics còn cung ứng một loạt các dịch vụ khác thuộc chuỗi dịch vụ Logistics như: cung ứng nguyên vật liệu đầu vào; tư vấn quy trình sản xuất, công nghệ sản xuất, kênh phân phối, xúc tiến bán hàng...; ghi ký mã hiệu, dán nhãn... nhưng các dịch vụ này chưa được quan tâm phát triển mà chỉ mới là các dịch vụ đi kèm những dịch vụ chính ở trên mà thôi.

2. Hoạt động của các doanh nghiệp Logistics Việt Nam.

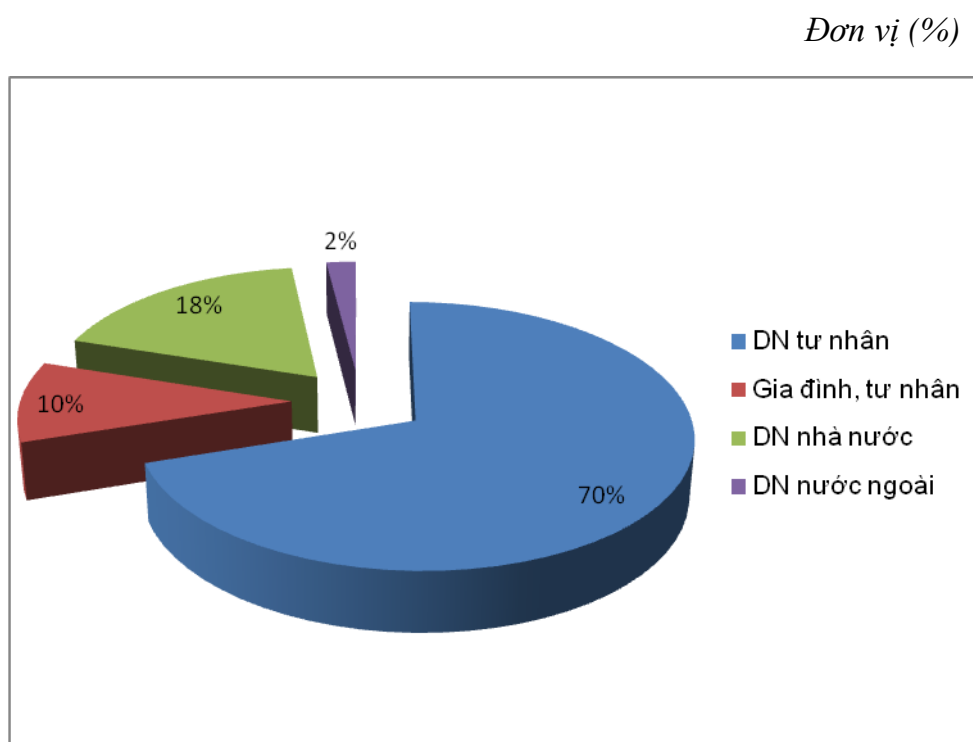
Về số lượng, có nhiều số liệu nói về số doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ Logistics tại Việt Nam. Theo thống kê đăng ký doanh nghiệp phát hành Vận đơn hàng không thứ cấp (HWAB) năm 2000 thì tại thành phố Hồ Chí Minh có 600 doanh nghiệp hoạt động kinh doanh vận tải hàng hoá bằng đường hàng không không có máy bay.

Tuy nhiên, hiện tại chưa có một tổ chức kinh tế xã hội nào có số liệu tin cậy về số doanh nghiệp kinh doanh Dịch vụ Logistics ở Việt Nam kể cả Hiệp hội Giao nhận Kho vận Việt Nam là một hiệp hội chuyên ngành. Có khoảng 900-1000 doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế đang kinh doanh dịch vụ Logistics ở Việt Nam là con số có thể chấp nhận được căn cứ vào xu thế phát triển dịch vụ Logistics hiện nay ở Việt Nam. Trong số doanh nghiệp này có 113 doanh nghiệp là hội viên của Hiệp hội Giao nhận Kho vận Việt Nam (VIFFAS). Trong đó có 100 hội viên chính thức và 13 hội viên liên kết [Nguyễn Thâm, 2010]. Như vậy, có thể đánh giá chung là số lượng các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ Logistics đang tăng lên nhanh chóng, nhưng số lượng không đi kèm với chất lượng.

Về cơ cấu thành phần kinh tế, theo tiến sĩ Dương Chí Dũng, Chủ tịch hội đồng quản trị, kiêm Tổng giám đốc Vinalines, các doanh nghiệp tư nhân chiếm khoảng 80% trong tổng số các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ Logistics ở Việt Nam hiện nay. Trong đó, các công ty TNHH, công ty cổ phần chiếm khoảng 70%; còn 10% là các gia đình, tư nhân làm nhỏ lẻ, tham gia làm từng phần, từng công

đoạn. Và 20% còn lại gồm có 18% của doanh nghiệp nhà nước và 2% là của doanh nghiệp Logistics nước ngoài.

Biểu đồ 1: cơ cấu thành phần kinh tế kinh doanh dịch vụ Logistics ở Việt Nam



Quy mô doanh nghiệp: như đã giới thiệu, các doanh nghiệp kinh doanh Logistics Việt Nam hầu hết đều có quy mô vừa và nhỏ, ngoại trừ một số doanh nghiệp nhà nước, công ty cổ phần tương đối lớn. Có những doanh nghiệp chỉ có vốn đăng ký từ 300-500 triệu Đồng tương đương 16.000-27.000 USD, vốn trung bình chỉ đạt 1.5 tỷ Đồng, tương đương 80.000 USD. Một số doanh nghiệp nhà nước sau khi cổ phần hóa đã nâng được mức vốn điều lệ lên 5 tỷ Đồng, tức khoảng 260.000 USD. Trong khi đó để ký vận đơn vận tải đa phương thức theo quy định tại Nghị định 125/2003/NĐ-CP ngày 29/03/2003 thì doanh nghiệp phải có tài sản thế chấp hay bảo lãnh của ngân hàng 80.000 SDR, tương đương 120.000 USD, đồng thời khi phát hành vận đơn này vào Hoa Kỳ thì phải ký quỹ tiếp 150.000 USD theo Luật Vận tải biển Hoa Kỳ 1998. Kể cả những doanh nghiệp nhà nước trước đây đã được đầu tư vốn, trang bị kỹ thuật, đất đai, nhà kho, tài chính và nhân lực... chỉ có một số

công ty lớn như Vietrans, Viconship, Vinalines, Vinatrans, Vinashin, hãng hàng không Việt Nam Airlines,... Tuy nhiên những công ty này cũng chưa có năng lực đủ mạnh để tham gia sâu hơn vào hệ thống logistics toàn cầu.

Quy mô doanh nghiệp còn thể hiện ở số nhân viên của công ty. Ngoại trừ vài chục doanh nghiệp quốc doanh và doanh nghiệp cổ phần tương đối lớn có từ 200-300 nhân viên như Vinafco, Vinashin, Sotrans, Vinalines,... số còn lại trung bình có dưới 100 nhân viên, chủ yếu từ 30-40 nhân viên. Thậm chí như đã nói ở trên, có những doanh nghiệp chỉ có 3-5 nhân viên đáp ứng những công việc đơn giản của khách hàng, khi khách hàng hết việc, doanh nghiệp cũng hết việc làm và phải đóng cửa là điều tất yếu.

Về tổ chức bộ máy, do vốn và nhân lực ít nên việc tổ chức bộ máy của các doanh nghiệp này còn rất đơn giản, tính chuyên sâu của các doanh nghiệp trong dịch vụ Logistics là không có. Hầu hết các doanh nghiệp Logistics Việt Nam chưa có văn phòng đại diện của chính công ty mình đặt tại nước ngoài. Họ chỉ liên hệ với đại lý hãng tàu hay đại lý làm thủ tục hải quan như là một bên hợp tác và trả phí cho họ. Quy trình Logistics phức tạp đòi hỏi tích hợp nhiều dịch vụ có thể diễn ra ở nhiều quốc gia nên những công ty lớn thường cẩn thận kiểm tra năng lực của các doanh nghiệp Logistics thông qua mạng lưới rộng khắp. Chính vì vậy mà các doanh nghiệp kinh doanh Logistics Việt Nam thường gặp khó khăn khi khách hàng cần dịch vụ tích hợp từ đường biển, hàng không cho tới đường bộ ở nước ngoài.

Về tình hình hoạt động, nghiệp vụ chủ yếu của các công ty trong nước chỉ là mua bán cước đường biển, hàng không, khai thuê hải quan, dịch vụ xe tải. Không nhiều công ty đủ năng lực đảm nhận toàn bộ chuỗi Logistics bao gồm vận chuyển đường bộ, kho bãi, đóng gói, thuê tàu...

Gần đây, một tín hiệu tốt đối với các doanh nghiệp kinh doanh Logistics là xu hướng xuất khẩu theo điều khoản CIF (Giá bán, cước phí, vận chuyển). Với điều khoản này, các doanh nghiệp Việt Nam không phải chịu sự chi phối của người mua từ phía nước ngoài để dễ dàng quyết định thuê một công ty Logistics trong nước. Rõ ràng phương thức “bán FOB, mua CIF” của doanh nghiệp xuất, nhập khẩu trong

nước khiến cho phần lớn hợp đồng vận chuyển giao nhận rơi vào tay các tập đoàn nước ngoài. Bên cạnh đó, hàng hóa xuất nhập khẩu phục vụ khối đầu tư nước ngoài chiếm tỷ trọng khá, và các công ty này thường sử dụng công ty giao nhận của nước họ. Các công ty Nhật sử dụng Yusen Logistics, Nippon Epress... Các công ty Đức trung thành với Kuehne Nagel, Schenker... Các doanh nghiệp Đức trung thành với Kuehne Nagel, Schenker,... Một số doanh nghiệp Logistics Việt Nam có cung ứng dịch vụ Logistics ra thị trường thế giới nhưng đó cũng chỉ làm thuê cho các đại lý nước ngoài chứ chưa thực sự tự cung ứng, nếu có thì cũng chỉ mới xuất khẩu sang một số nước lân cận như Lào, Campuchia, Trung Quốc.

Theo nghiên cứu của viện Nomura – Nhật Bản, các doanh nghiệp Logistics Việt Nam mới chỉ đáp ứng được khoảng 25% nhu cầu thị trường Logistics trong nước. Trong đó, theo tính toán mới nhất của Cục Hàng Hải Việt Nam, lĩnh vực quan trọng nhất trong Logistics là vận tải thì các doanh nghiệp Logistics Việt Nam cũng chỉ mới đáp ứng chuyên chở được 18% tổng lượng hàng hóa xuất nhập khẩu, phần còn lại đang bị chi phối bởi các doanh nghiệp nước ngoài. Trong khi đó, có đến 90% hàng hóa xuất nhập khẩu vào Việt Nam được vận chuyển bằng đường biển.

Về giá cả, dịch vụ Logistics Việt Nam tương đối cao so với một số nước khác, chất lượng chưa cao và phát triển chưa bền vững. Giá cao do chi phí Logistics cao, do cạnh tranh về giá cả của những doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực dịch vụ Logistics không lành mạnh, do phải trả phí cho đại lý nước ngoài cao... Có trường hợp cùng một khách hàng nhưng mỗi công ty về Logistics lại chào những mức giá khác nhau. Hoạt động của các doanh nghiệp nhỏ khá manh mún, chộp giật và hạ giá thành dịch vụ để lôi kéo khách hàng, trong khi chất lượng dịch vụ không rõ ràng, tạo nên tiền lệ xấu trong hoạt động kinh doanh Logistics.

Về giá trị hợp đồng Logistics, theo bản báo cáo mới nhất “Việt Nam Logistics 2009” của Transport Intelligent thì hợp đồng Logistics tại Việt Nam vẫn rất nhiều y như trong thời kỳ phát triển của nó với rất nhiều nhà sản xuất địa phương muốn sử dụng nguồn lực Logistics nội địa. Tuy nhiên cũng đã có rất nhiều

hãng Logistics quốc tế nước ngoài đã và đang tham gia với tư cách cổ phần để kết hợp với các doanh nghiệp trong nước.

Về khối lượng hàng hóa phân theo ngành vận tải, yếu tố vận tải là một yếu tố then chốt trong chuỗi hoạt động Logistics. Khối lượng hàng hóa được vận chuyển thể hiện sự phát triển của Logistics trong những năm gần đây. Tất cả các ngành vận tải đều có khối lượng hàng hóa vận chuyển tăng qua các năm trong đó ngành vận tải biển đạt mức tăng cao nhất do phần lớn. Tiếp đó là ngành vận tải đường sắt, tốc độ vận chuyển tăng nhanh qua từng năm nhưng tỷ trọng của ngành này so với các ngành khác lại rất nhỏ.

***Bảng 3: khối lượng hàng hóa vận chuyển theo ngành vận tải của Việt Nam
(1995-2008)***

Khối lượng hàng hóa vận chuyển phân theo ngành vận tải

(Đơn vị: nghìn tấn, đơn vị chỉ số phát triển: %)

Năm	Tổng số		Đường sắt		Đường bộ		Đường sông		Đường biển		Đường hàng không	
	Khối lượng	Chỉ số	Khối lượng	Chỉ số	Khối lượng	Chỉ số	Khối lượng	Chỉ số	Khối lượng	Chỉ số	Khối lượng	Chỉ số
1995	140709,09	110,2	4515,0	112,9	91202,3	112,4	37653,7	113,1	7306,9	114,1	32,0	152,4
1996	157201,9	111,7	4041,5	89,5	103058,7	113,0	40270,3	106,9	9783,7	133,9	47,7	149,1
1997	176258,8	112,1	4752,0	117,6	114395,1	110,0	46286,2	114,9	10775,4	110,1	50,1	105,0
1998	189184,0	107,3	4977,6	104,7	121716,4	106,4	50632,4	109,4	11793,0	109,4	64,6	128,9
1999	203212,7	107,4	5146,0	103,4	130480,0	107,2	54538,1	107,7	13006,1	110,3	42,5	65,8
2000	223823,0	110,1	6258,2	121,6	144571,8	110,8	57395,3	105,2	15552,5	119,6	45,2	106,4
2001	252146,0	112,7	6456,7	103,2	164013,7	113,4	64793,5	112,9	16815,3	108,1	66,8	147,8
2002	292869,2	116,2	7051,9	109,2	192322,0	117,3	74931,5	115,6	18491,8	110,0	72,0	107,8
2003	347232,7	118,6	8385,0	118,9	225296,7	117,1	86012,7	114,8	27448,6	148,4	89,7	124,6
2004	403002,2	116,1	8873,6	105,8	264761,6	117,5	97936,8	113,9	31332,0	114,1	98,2	109,5
2005	460146,3	114,2	8786,6	99,0	298051,3	112,6	111145,9	113,5	42051,5	134,2	111,0	113,0
2006	513575,1	111,6	9153,2	104,2	338623,3	113,6	122984,4	110,7	42693,4	101,5	120,8	108,8
2007	569534,8	110,9	9098,2	99,4	369776,6	109,2	190529,6	115,0	37203	120,1	130,4	107,9
Sơ bộ 2008	189694,7	134,0	4027,6	103,7	28023,5	113,7	22680,3	102,0	125673,3	149,9	290,0	103,6

Nguồn: Tổng cục thống kê

Nhìn chung ngành Logistics Việt Nam còn non trẻ và vẫn đang dần phát triển theo đà phát triển của đất nước. Cuộc đấu tranh giành giật thị phần tại thị trường cước phí Việt Nam trong thời gian qua là một biểu hiện thành công từ khi Việt Nam gia nhập Tổ chức thương mại thế giới (WTO). Nhiều công trình ở Việt Nam được chủ đầu tư nước ngoài chỉ định tổng thầu vận chuyển và cung ứng dịch vụ Logistics là doanh nghiệp Việt Nam hoặc chí ít cũng đảm nhận những công việc chủ yếu trong toàn bộ dây chuyền cung cấp dịch vụ ấy. Khủng hoảng tài chính tiền tệ thế giới kéo dài và đã có những tác động xấu đến kinh tế Việt Nam, làm tăng trưởng năm 2009 thấp hơn so với các năm trước, nhiều công ty, xí nghiệp, nhà máy gặp khó khăn trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm nhưng các doanh nghiệp cung ứng dịch vụ logistics vẫn trụ vững. Điều này cũng khẳng định và mô tả thực trạng Logistics Việt Nam hiện nay. Theo báo cáo của BMI (Business Monitor International), năm 2009, ước tính GDP vận tải và liên lạc của Việt Nam tăng 6.5%, như vậy tăng 1.2 điểm % so với tổng GDP, ước tính chỉ tăng 5.3%. Từ 2010 – 2014, ước tính khu vực vận tải và liên lạc sẽ tiếp tục tăng mạnh. Giá trị của GDP vận tải và liên lạc sẽ tăng 7 triệu USD đến năm 2014, tức khoảng 4.5% GDP của

Việt Nam. Vận tải hàng không được dự đoán là phát triển mạnh nhất, tăng đến 7.7% một năm, tiếp theo là vận tải đường bộ với 7.6% , đường thủy 7.4%, đường ống 6.8% và cuối cùng là đường ray 6.5%.

Trên thế giới, theo xếp hạng LPI (Logistics Performance Index 2010) của WorldBank, Việt Nam đứng ở vị trí 53 trong tổng số 155 nền kinh tế trên thế giới. Theo đánh giá, trong những nước có thu nhập thấp thì Việt Nam là nước có chỉ số LPI cao nhất, với 2.96 điểm, trong thang điểm 0-5. Điểm số LPI càng cao càng cho thấy sự tính hiệu quả về việc thực hiện Logistics. Cũng theo bản báo cáo này, Logistics sẽ phát triển mạnh mẽ ở Việt Nam trong thời gian tới.

Bảng 4: Chỉ số LPI của Việt Nam và một số nước ở Châu Á.

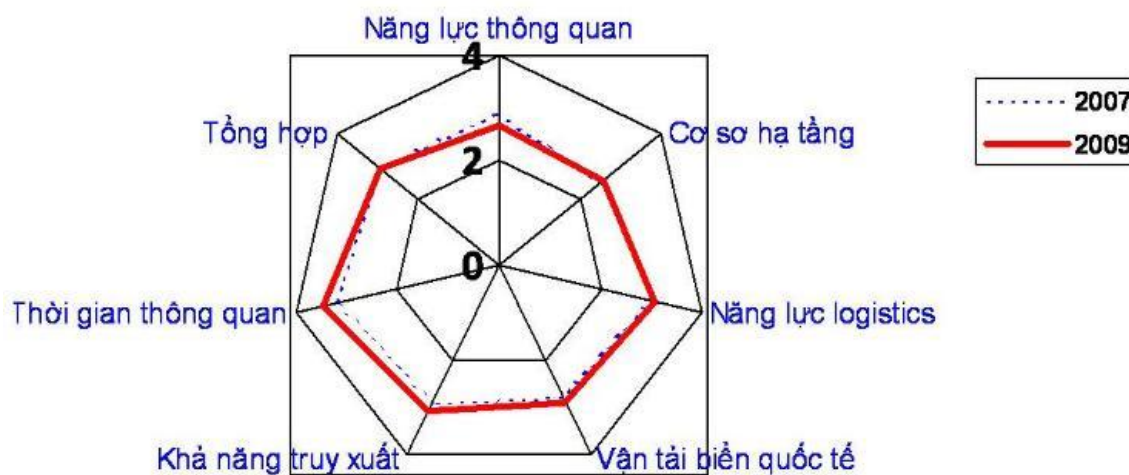
Nền kinh tế	Vị trí	Điểm	% của người thực hiện tốt nhất (% of highest performer)
Singapore	2	4.09	99.2
Japan	7	3.97	95.2
Trung Quốc	27	3.49	79.9
Malaysia	29	3.44	78.4
Thái Lan	35	3.29	73.6
Việt Nam	53	2.96	63.1

Nguồn: Worldbank

Bảng 5: Kết quả đánh giá chỉ số LPI của Việt Nam 2007 - 2010

Tiêu chí	Năm 2007	Năm 2009
Năng lực thông quan	2.89	2.68
Cơ sở hạ tầng	2.50	2.56
Vận tải biển quốc tế	3.00	3.04
Năng lực Logistics	2.80	2.89
Khả năng truy xuất	2.90	3.10
Thời gian thông quan và dịch vụ	3.22	3.44
Tổng hợp	2.89	2.96

Sơ đồ 4: Năng lực Logistics của Việt Nam 2007-2010



Đây cũng là lần thứ 2 liên tiếp Việt Nam giữ vị trí 53/155 nền kinh tế, thậm chí còn cao hơn một số quốc gia có mức thu nhập trung bình, như Indonesia, Tunisia, Honduras.... Đặc biệt, với việc Ngân hàng thế giới chính thức xác nhận Việt Nam trở thành nước có thu nhập trung bình cuối năm 2009 thì kết quả đánh giá Năng lực Logistics của Việt Nam 2012 sẽ được mong chờ hơn khi mà Việt Nam

được xếp cùng bảng với các nước như Trung Quốc, Ấn Độ, Thái Lan, ... và thách thức càng lớn trên thị trường Logistics.

III. Thuận lợi, khó khăn, hạn chế của các doanh nghiệp Logistics Việt Nam khi tham gia vào hệ thống Logistics toàn cầu.

1. Thuận lợi của các doanh nghiệp Logistics Việt Nam để tham gia vào hệ thống Logistics toàn cầu.

Việt Nam có bước khởi đầu chậm hơn nhiều nước trong khu vực và trên thế giới về phát triển kinh tế nói chung và dịch vụ Logistics nói riêng. Tuy nhiên, với điều kiện địa lý thuận lợi và một môi trường kinh tế rộng mở, nguồn vốn đầu tư ngày càng tăng mạnh thêm vào đó là sự phát triển nhanh chóng của công nghệ thông tin tại Việt Nam, các doanh nghiệp Việt Nam hoàn toàn có điều kiện tốt để tăng cường sự tham gia của mình vào hệ thống Logistics toàn cầu.

1.1. Vị trí địa lý thuận lợi.

Việt Nam có một vị trí địa lý rất thuận lợi cho vận tải quốc tế, nằm ở khu vực chiến lược của vùng Đông Nam Á, bờ biển trải dài 3260km, có nhiều cảng nước sâu, các sân bay quốc tế, hệ thống đường sắt xuyên quốc gia và mạng lưới giao thông là tiền đề để phát triển Logistics.

Việt Nam thuộc khu vực Châu Á – Thái Bình Dương, nơi hoạt động kinh tế diễn ra sôi động nhất nhì thế giới trong thế kỷ XXI. Hoạt động kinh tế phát triển thì các luồng hàng hóa thông thương trong khu vực và giữa khu vực với thế giới cũng sẽ tăng cường, tạo cơ hội cho Logistics phát triển.

Nằm ở trung tâm biển Đông, nơi có các tuyến đường biển nhộn nhịp vì lưu lượng tàu bè qua lại hàng ngày từ 150-200 chiếc. Theo dự báo, vào đầu thế kỷ XXI này, khối lượng hàng hóa vận chuyển qua biển Đông của các nước khu vực Đông Nam Á có thể tăng gấp hai lần.

Nằm án ngữ trên các tuyến hàng hải và hàng không huyết mạch thông thương giữa Ấn Độ Dương, Thái Bình Dương, giữa Châu Âu, Trung Cận Đông với Trung Quốc, Nhật Bản và các nước trong khu vực, Việt Nam đóng vai trò chiếc cầu

nổi cực kỳ quan trọng giữa các vùng. Đây là điều kiện thuận lợi để giao lưu kinh tế giữa Việt Nam và các nước trên thế giới và trong khu vực.

Biển và vùng biển là bộ mặt quan trọng của đất nước để mở cửa ra bên ngoài. Sự hình thành mạng lưới cảng biển cùng các tuyến đường bộ, đường sắt dọc biển nối liền với các vùng sâu trong nội địa (đặc biệt là đường xuyên Á) tạo khả năng chuyển tải hàng hóa xuất nhập khẩu tới mọi miền đất nước, đặc biệt là tới các nước trong khu vực và trên thế giới.

1.2. Môi trường kinh tế rộng mở và chính sách kinh tế hội nhập.

Như ta đã biết, Logistics chiếm một phần không nhỏ trong GDP của mỗi quốc gia. Việc phát triển nền kinh tế sẽ là một điều kiện thúc đẩy mạnh mẽ sự phát triển của ngành dịch vụ Logistics.

Gần 25 năm đổi mới, thực hiện xây dựng nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, Việt Nam đã và đang duy trì tốc độ tăng trưởng kinh tế cao. Năm 2008 và 2009 tuy chịu ảnh hưởng của cuộc suy thoái toàn cầu nhưng tốc độ tăng trưởng của Việt Nam vẫn khá ổn định, đạt 6.5% vào 2008 và ước tính đạt 5.3% vào năm 2009 theo báo cáo của BMI. Họ cũng dự báo từ 2010 – 2014 tốc độ tăng trưởng trung bình Việt Nam sẽ đạt 5.9%. Đặc biệt, tăng trưởng trong những năm gần đây có xu hướng tập trung vào lĩnh vực công nghiệp và dịch vụ. Hiện nay, nhiều mặt hàng của Việt Nam đặc biệt là thủy sản, nông sản, thủ công mỹ nghệ,... đã tìm được chỗ đứng và ngày càng khẳng định được thương hiệu trên thị trường thế giới.

Trong những năm qua, quan hệ kinh tế đối ngoại của Việt Nam không ngừng được mở rộng, hội nhập kinh tế quốc tế sâu rộng hơn. Việt Nam đã thiết lập quan hệ ngoại giao với 169 nước, mở rộng quan hệ buôn bán với hầu hết thị trường của các nước và vùng lãnh thổ. Định hướng chính sách đối ngoại trong những năm tiếp theo đến 2020, đặc biệt là ngoại giao phục vụ kinh tế và hội nhập quốc tế, như tăng cường quan hệ đối tác hàng đầu với các nước lớn như Mỹ, Nhật Bản, Nga, Hàn Quốc, Trung Quốc,...; tạo mọi điều kiện thuận lợi về chính sách, thông thoáng về thủ tục hành chính để thực sự thu hút đầu tư của các đối tác trên... Ngoài ra tăng cường

tiếp thị để tìm kiếm, mở rộng thị trường đối với các nước Trung Đông, Châu Phi và Ấn Độ; thông qua việc giao lưu văn hóa, du lịch, hội thảo về đường lối chính sách mở cửa của Việt Nam là điểm đến đầy tiềm năng và hứa hẹn đối với các các gia đang phát triển.

1.3. Vốn đầu tư nước ngoài ngày càng tăng.

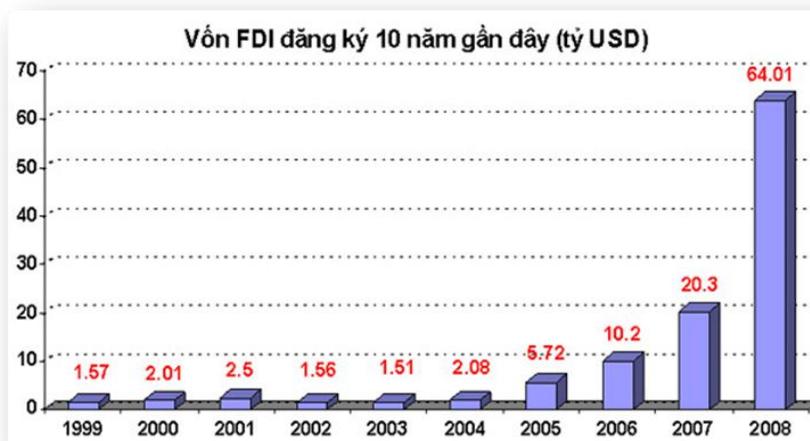
Vốn đầu tư nước ngoài, cụ thể là vốn hỗ trợ phát triển chính thức (ODA) nhằm phát triển cơ sở hạ tầng và các nguồn vốn từ các tổ chức phi chính phủ hỗ trợ cho Việt Nam ngày càng tăng. Dự báo nguồn vốn ODA ký kết cho thấy, bên cạnh 8 tỷ USD thời kỳ 2001- 2005 chuyển tiếp sang, trong giai đoạn từ 2006 – 2010, vốn ODA ký kết mới sẽ đạt khoảng từ 12,35 – 15,75 tỷ USD, đưa tổng nguồn vốn ODA được ký kết lên con số 23,75 tỷ USD. Dự báo tổng nguồn vốn ODA sẽ giải ngân thời kỳ 2006 -2010 đạt khoảng 11,46 – 12,41 tỷ USD [Bộ Công Thương].

Các nhà tài trợ vốn ODA như Ngân hàng phát triển Châu Á (ADB), Ngân hàng hợp tác quốc tế Nhật Bản (JBIC), Ngân hàng thế giới rất quan tâm đến phát triển cơ sở hạ tầng giao thông, cụ thể, nguồn vốn ODA cho lĩnh vực này trong 5 năm tới sẽ tiếp tục tăng mạnh để đầu tư cho các lĩnh vực phát triển hệ thống giao thông Bắc – Nam, các trục đường chính của các vùng kinh tế; ưu tiên phát triển các tuyến đường ở vùng miền núi phía Bắc, Tây Nguyên, Đồng bằng sông Cửu Long; phát triển mạnh hệ thống đường cao tốc, nhất là các vùng kinh tế trọng điểm.

Nhờ chính sách mở cửa của chính phủ mà vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) cũng ngày càng tăng mạnh trong những năm qua, đặc biệt là trong năm 2007 và 2008 từ sau khi Việt Nam gia nhập WTO. Tính chung cả vốn đăng ký cấp mới và vốn đăng ký tăng thêm, tổng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài đăng ký tại Việt Nam năm 2008 đã đạt hơn 64 tỷ USD, gấp gần ba lần con số của năm 2007. Tính đến ngày 15/12/2009, ước tính các dự án đầu tư trực tiếp nước ngoài đã giải ngân được 10 tỷ USD, bằng 87% so với năm 2008. Việt Nam có 893 dự án mới được cấp giấy chứng nhận đầu tư với tổng vốn đăng ký 16,34 tỷ USD. Tuy chỉ bằng 24,6 % so với năm 2008 nhưng đây cũng là con số khá cao trong bối cảnh nền kinh tế đang khủng hoảng hiện nay. Trong

tháng 1 năm 2010, vốn FDI vào Việt Nam đã có những dấu hiệu tốt khi tăng tới 71,9% so với cùng kỳ năm 2009 [Bộ Công Thương].

Biểu đồ 2: Vốn FDI của Việt Nam trong 10 năm (1999-2008)



Nguồn: Bộ Công thương

1.4. Cơ sở hạ tầng ngày càng được đầu tư phát triển.

Những năm gần đây, cơ sở hạ tầng của Việt Nam đã được đầu tư phát triển mạnh. Liên tiếp các cảng lớn được đưa vào sử dụng. Chính phủ cũng đang đầu tư rất lớn vào hệ thống cơ sở hạ tầng của đất nước.

Cụ thể, cuối 2008, đường tàu container giữa Cái Lân, Quảng Ninh, phía Bắc Việt Nam, Trung Quốc và Hongkong đã được thiết lập. Con đường này sẽ đẩy nhanh sự phát triển thương mại giữa khu vực nền kinh tế phía Bắc của Việt Nam và những khu vực xung quanh. Đây là cảng duy nhất của Việt Nam có thể đón tàu có trọng tải tới 50,000 DWT. Đồng thời, cảng nước (waterway) cũng được mở với độ sâu 10m, rộng 130m. Hiện tại Quảng Ninh đang mở rộng 5 khu công nghiệp là Cái Lân, Việt Hưng, Hải Yến, Đông Mai và Hải Hà và đang đầu tư 2 khu công nghiệp nữa, đó là Phương Nam và Đầm Nhà Mạc. 5 khu khác hiện cũng đang nằm trong kế hoạch. Người ta mong rằng phần lớn hàng hóa được vận chuyển trên tuyến đường Việt Nam – Trung Quốc – Hongkong sẽ được sản xuất tại những khu công nghiệp Quảng Ninh để xuất khẩu sang Trung Quốc và Hongkong.

Trong năm 2009, nhiều dự án về kho bãi, Logistics, cảng cạn ICD đã và đang được triển khai đầu tư, một số đã đi vào hoạt động giai đoạn đầu. Đây được ghi nhận là một xu thế phát triển ngành Logistics trong năm này và những năm tiếp theo sau. Có thể kể một số ví dụ: Ngày 17/03/2009, liên doanh Schenker Việt Nam và Gemadept đã đưa vào hoạt động Trung Tâm Logistics SGL tại khu công nghiệp Sóng Thần (Bình Dương). Đây là trung tâm kho vận phục vụ chính cho các ngành có sản phẩm công nghệ cao, điện tử, hàng công nghiệp, hóa phẩm, may mặc và tiêu dùng. Ngày 01/10/2009, công ty Sản xuất – XNK Bình Dương (Protrade) và tập đoàn Logistics YCH – Singapore cũng đã ký liên doanh thành lập Trung tâm Logistics YCH – Protrade; trung tâm Logistics – ICD Tiên Sơn, tỉnh Bắc Ninh cũng đã đi vào hoạt động từ đầu tháng 11 năm 2009. Đây là trung tâm Logistics đầu tiên của phía Bắc. Ngoài ra, cho đến nay, nhiều doanh nghiệp giao nhận kho vận, Logistics của Việt Nam đã có khuynh hướng chuyển từ đầu tư xây dựng các cảng cạn ICD sang các Khu Logistics. Đây là bước phát triển cao hơn của hoạt động Logistics. Đến nay, hầu hết các doanh nghiệp khi lập dự án đều tích hợp cả 2 chức năng ICD và Logistics thành những trung tâm Logistics – ICD như Trung tâm Logistics – ICD Tiên Sơn, công ty Phát Triển khu công nghiệp Sài Gòn (Sài Gòn IPD) hiện đã và đang nghiên cứu để triển khai gấp rút dự án xây dựng một trung tâm Logistics đặt tại cảng Cát Lái, khởi công vào quý I năm 2010,...

Hiện tại, lĩnh vực cảng biển cũng đang thu hút đầu tư nước ngoài. Các nhà khai thác cảng biển hàng đầu thế giới đã có mặt ở VN như: PSA Corporation (Singapore) với dự án cảng quốc tế Thị Vải liên doanh với cảng Sài Gòn; Maersk Sealand (Đan Mạch) và Stevedoring Services of America - SSA (Mỹ) trong dự án cảng quốc tế Cái Mép liên doanh với cảng Sài Gòn; Tập đoàn P&O với dự án cảng container trung tâm Sài Gòn liên doanh cùng Công ty Phát triển công nghiệp Tân Thuận; Hutchison Port Holdings-HPH (Hongkong) liên doanh với Gemadep trong dự án cảng Gemadep- Cái Mép. Đầu tháng 7 năm 2009, tổ hợp cảng nước sâu Cái Mép của tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu đã được đưa vào sử dụng. Cảng Cái Mép có khả năng đón tàu có trọng tải trung bình từ 3000-7000 TEU. Cảng này đã giảm tổng thời gian chờ hàng từ Việt Nam đến Mỹ do không phải trung chuyển ở Singapore. Với

dịch vụ vận chuyển trực tiếp này, tàu biển chỉ mất 15 ngày từ Việt Nam đến Seattle và 16 ngày để đến Los Angeles, nhanh hơn ít nhất 2 ngày so với trước đây. Rõ ràng điều này đã tiết kiệm rất nhiều chi phí cho doanh nghiệp vận tải.

Về hàng không, việc rút ngắn cự ly các đường bay của ngành Hàng không Việt Nam trong năm 2009 cũng góp phần đáng kể nhằm tiết kiệm thời gian, giảm chi phí cho khách hàng. Theo đó, tất cả các hãng hàng không trong nước và một số hãng hàng không quốc tế sẽ được hưởng lợi ngay khi áp dụng các đường bay mới khai thác và điều chỉnh, giúp tối ưu hóa các hoạt động giao nhận vận tải bằng đường hàng không. Mặc dù chi phí vận chuyển cao nhất trong các loại hình vận chuyển, vận chuyển hàng không là một hợp phần tích cực trong hoạt động Logistics nội địa cũng như quốc tế. Theo tính toán Việt Nam Airlines, với các đường bay được rút ngắn như trên (từ 3-10 phút/chuyến), Việt Nam Airlines có thể tiết kiệm được số tiền khoảng 30-35 triệu USD/năm.

Về chính sách, gần đây, Chính phủ Việt Nam cũng đã đưa ra nhiều chính sách đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng trong thời gian tới. Theo trang Thông tin thị trường hàng hóa Việt Nam, Chính phủ đã phê duyệt kế hoạch phát triển cảng biển Việt Nam trên quy mô lớn với mức tổng vốn đầu tư lên đến 360-440 tỷ VNĐ trước năm 2020. Mục đích của kế hoạch này là tăng khả năng vận tải của đất nước, cụ thể là thêm 500-600 triệu tấn hàng hóa đến 2015, 900-1000 triệu tấn đến 2020 và 2.100 triệu tấn đến 2030. Kế hoạch sẽ tập trung vào cảng trung chuyển quốc tế Vân Phong ở Khánh Hòa, sự phát triển của cảng biển liên hợp Lạch Huyện ở Hải Phòng, và cảng biển ở nhà máy lọc dầu Nghi Sơn. Bên cạnh đó, chính phủ cũng đã định hướng đầu tư cho các dự án giao thông đường bộ và đường sắt. Chính phủ sẽ thu hút vốn đầu tư ODA xây dựng một số tuyến đường sắt, kể cả tuyến đường sắt cao tốc Hà Nội – Hồ Chí Minh. Lĩnh vực hàng không, các sân bay quốc tế sẽ được xây dựng ở một số tỉnh, thành phố phù hợp với quy hoạch phát triển hệ thống các sân bay của cả nước, trước mắt xây dựng mới một sân bay quốc tế hiện đại cho Hà Nội (Cảng hàng không quốc tế 2), Long Thành Biên Hòa, Đà Nẵng (nhà ga), Cam Ranh – Khánh Hòa (nhà ga) và Phú Quốc – Kiên Giang. Bên cạnh đó, Chính phủ sẽ hỗ trợ

đầu tư phát triển hệ thống các tuyến đường thủy nội địa quan trọng ở đồng bằng sông Cửu Long và đồng bằng sông Hồng.

Ngoài ra, cơ sở hạ tầng phần mềm là con người cũng đang được chú ý đào tạo hơn. Nhiều trường đại học, từ chỗ dạy xen, đã từng bước chuẩn hóa chương trình và đội ngũ giảng dạy bài bản, chuyên nghiệp bộ môn Logistics, từng bước đưa việc giảng dạy chuyên ngành Logistics đi vào chiều sâu và thực tế cho người học không chỉ là các doanh nghiệp mà còn là những sinh viên. Ngoài viện Tiếp vận MGC tại thành phố Hồ Chí Minh chuyên đào tạo và bồi dưỡng các lớp quản trị chuỗi cung ứng và Logistics một cách chuyên nghiệp và bài bản, cho đến nay, VIFFAS cũng đã hoàn thành bộ giáo trình Logistics chính quy, được Tổ chức giao nhận quốc tế FIATA công nhận. Đây là lần đầu tiên ngành Logistics Việt Nam và VIFFAS có được bộ giáo trình đạt chuẩn quốc tế, được phép giảng dạy và đào tạo tại Việt Nam, được FIATA cấp bằng có giá trị toàn cầu.

Như vậy, sự tiến bộ trong công tác xây dựng cơ sở hạ tầng của Việt Nam đang tạo điều kiện rất thuận lợi cho các doanh nghiệp kinh doanh Logistics ở Việt Nam phát triển, tham gia vào hệ thống Logistics toàn cầu.

1.5. Sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ thông tin

Sự phát triển của công nghệ thông tin đã mang lại rất nhiều lợi ích cho hoạt động Logistics nói chung và hoạt động điều hành khai thác cảng nói riêng. Internet đã trở thành một công cụ hữu hiệu để tiến hành các hoạt động thương mại điện tử.

Hiện nay, Chính phủ Việt Nam đang phát triển và cố gắng hoàn thiện hệ thống dữ liệu điện tử (EDI – Electronic Data Interchange). Hệ thống này cho phép kết nối giữa các cảng với nhau, và giữa cảng với đối tác thương mại của họ, bao gồm cả cơ quan quản lý như cơ quan Hải quan, cơ quan thống kê...

Hệ thống này giúp các cảng biển đơn giản hóa thủ tục giấy tờ, giảm thiểu khả năng sai sót (do con người), tiết kiệm được rất nhiều thời gian cũng như chi phí trong vận hành khai thác cảng. Tháng 7 – 2005, Việt Nam đã bắt đầu thực hiện thông quan điện tử thí điểm ở một số địa phương. Hiện nay, việc triển khai hải quan điện tử, thông quan từ xa bước đầu có những kết quả tích cực. Tại một số cục hải

quan có lưu lượng hàng hóa lớn như Cục hải quan Hải Phòng, Hà Nội, Đà Nẵng, Bình Dương, Đồng Nai, cục hải quan thành phố Hồ Chí Minh,... phương thức này đã đem lại lợi ích thiết thực cho doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ Logistics cũng như hoạt động thương mại, công tác quản lý xuất nhập khẩu hàng hóa. Doanh nghiệp chỉ cần nạp dữ liệu của tờ khai hàng hóa xuất nhập khẩu vào phần mềm được cài đặt tại trụ sở chính của mình, sau đó chuyển đến cơ quan hải quan qua hệ thống mạng. Khi đến nộp hồ sơ chính thức, các dữ liệu đã có sẵn trong hệ thống máy móc của cơ quan Hải quan, chính sách mặt hàng và chính sách thuế áp dụng cho lô hàng đó hầu như đã được định trước, doanh nghiệp không mất thời gian chờ đợi.

Bên cạnh đó, các hoạt động xếp dỡ và vận chuyển container tại các cảng biển cũng được tự động hóa hoàn toàn nhằm tối ưu hóa việc vận chuyển xếp dỡ. Các thao tác xếp dỡ container tại các cầu cảng của các cảng lớn đa phần đều được vi tính hóa. Các cầu bờ đặt tại các cầu cảng được điều khiển bởi các máy tính sẽ tự động thực hiện các thao tác xếp dỡ container từ tàu xuống các xe kéo container và ngược lại. Công nghệ niêm phong điện tử (e-seal) sẽ giúp giảm tối đa thời gian làm các thủ tục container và vận tải container, đồng thời tạo ra một quy trình thông thoáng hơn tại cảng biển.

Với sự tiến bộ không ngừng của khoa học kỹ thuật, hiện nay các công ty chuyên nghiên cứu cung cấp các giải pháp và thiết bị cho chuỗi cung ứng đã ứng dụng thành công công nghệ định vị sóng vô tuyến (RFID – Radio Frequency Identification) và đang từng bước thương mại hóa công nghệ này. Khi được ứng dụng rộng rãi, công nghệ này hứa hẹn sẽ tạo ra một cuộc cách mạng trong lĩnh vực quản lý chuỗi cung ứng. VICT là cảng đầu tiên ở Việt Nam cho áp dụng hệ thống này. Hệ thống này là giải pháp kịp thời và thiết thực đã giúp cho VICT tận dụng tối đa không gian kho bãi, tránh tình trạng di chuyển container không hợp lý, tận dụng thời gian để thiết bị nghỉ ngơi. Điều này cũng giúp làm giảm các chi phí cảng, giúp xác định vị trí chính xác của container và tiết kiệm thời gian bốc dỡ hàng.

Đây chính là một trong những điều kiện tiên quyết để ngành công nghiệp Logistics Việt Nam phát triển, tham gia vào hệ thống Logistics toàn cầu.

2. Khó khăn, hạn chế của các doanh nghiệp Logistics Việt Nam khi tham gia vào hệ thống Logistics.

2.1. Môi trường pháp lý điều chỉnh hoạt động kinh doanh Logistics còn nhiều thiếu sót, bất hợp lý.

Luật pháp của nước ta đang được điều chỉnh dần để ngày càng phù hợp với nền kinh tế thị trường và phù hợp với các cam kết khi đã gia nhập WTO theo hướng cởi mở, thông thoáng, minh bạch. Tuy nhiên, vẫn còn nhiều điều bất hợp lý, nhiều điều chưa thống nhất giữa các văn bản pháp luật.

Hiện tại, Luật Thương mại Việt Nam 2005 và Nghị định 140/2007/NĐ-CP là những văn bản pháp luật quy định cụ thể nhất về dịch vụ Logistics, ngoài ra còn các bộ luật, nghị định có liên quan. Song những văn bản luật này đều tồn tại những điều chưa hợp lý.

Ví dụ: Điều 23, Luật thương mại Việt Nam 2005 đưa ra định nghĩa về dịch vụ Logistics như sau:” “Dịch vụ logistics là hoạt động thương mại, theo đó thương nhân tổ chức thực hiện một hoặc nhiều công việc 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 hưởng thù lao. Dịch vụ logistics được phiên âm theo tiếng Việt là dịch vụ lô-gi-stic”. Định nghĩa này đã không chỉ ra được sự khác nhau giữa dịch vụ Logistics và dịch vụ giao nhận vận tải thông thường.

Bên cạnh đó, trong hệ thống pháp luật Việt Nam hiện nay còn có các bộ luật đề cập đến nhiều bộ phận Logistics như: bộ luật hàng hải, luật đường sắt, luật giao thông đường bộ, luật giao thông đường thủy nội địa, luật hàng không dân dụng, luật hải quan, luật giao dịch điện tử, luật về kinh doanh bảo hiểm, luật cạnh tranh, nghị định về vận tải đa phương thức quốc tế. Trong khi các văn bản pháp luật còn chưa phân biệt được nhà cung cấp dịch vụ Logistics với nhà cung cấp dịch vụ vận tải, giao nhận,...thì trong thực tế các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ Logistics vẫn áp

dụng các luật chuyên ngành cho từng hoạt động của mình dẫn đến chồng chéo và thiếu hiệu quả.

Một ví dụ nữa, Điều 2 , Nghị định 87/2009/NĐ-CP quy định như sau: “Điều 2: Giải thích từ ngữ. Trong Nghị định này, các từ ngữ dưới đây được hiểu như sau:

1. Vận tải đa phương thức là việc vận chuyển hàng hoá bằng ít nhất hai phương thức vận tải khác nhau trên cơ sở một hợp đồng vận tải đa phương thức từ nơi người kinh doanh vận tải đa phương thức tiếp nhận hàng hoá đến một địa điểm được chỉ định giao trả hàng.

2. “Vận tải đa phương thức quốc tế” là vận tải đa phương thức được thực hiện tại Việt Nam đến ít nhất một quốc gia, vùng lãnh thổ khác và ngược lại.

3. “Vận tải đa phương thức nội địa” là vận tải đa phương thức được thực hiện trong phạm vi lãnh thổ Việt Nam.”

Như vậy ở Việt Nam có hai loại vận tải đa phương thức: Vận tải đa phương thức quốc tế và vận tải đa phương thức nội địa. Điều này hoàn toàn khác với quy định tại Hiệp định khung về vận tải đa phương thức mà Bộ trưởng Giao thông Vận tải Đào Đình Bình đã thay mặt chính phủ ký với các nước ASEAN tại Viên Chăn, Lào ngày 17/11/2005, và trái với công ước vận tải đa phương thức quốc tế được Liên hiệp quốc ban hành. Theo các chuyên gia, cho đến nay, chưa thấy nước nào trên thế giới có quy định về “vận tải đa phương thức nội địa”. Việc giải thích này cũng đã dẫn đến tranh cãi về thủ tục hải quan đối với hàng hóa được vận chuyển bằng vận tải đa phương thức “quốc tế”...

Ngoài ra, một số văn bản không có nguồn luật tham chiếu nên thường quy định: “Nếu luật quốc tế quy định khác thì áp dụng theo luật quốc tế”. Trong bối cảnh doanh nghiệp chưa nắm vững luật pháp quốc tế, luật pháp các nước mà dịch vụ logistics Việt Nam có thể liên quan, đây là một nguy cơ tiềm ẩn khả năng thua thiệt trong khi cung cấp dịch vụ này ra nước ngoài. Thực tế một số vụ kiện doanh nghiệp Việt Nam vừa qua đã chứng minh điều này. Hiểu biết luật pháp quốc tế để áp dụng là một điều kiện không thể thiếu trong kinh doanh nghề logistics.

Quá trình hội nhập kinh tế quốc tế sẽ kéo theo những hệ lụy mà các nhà làm luật không lường trước được. Khung pháp lý về hoạt động Logistics, giao nhận kho vận chưa thật hoàn chỉnh, nhiều quy định chưa sát với thực tế sẽ là một rào cản lớn cho các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ Logistics Việt Nam tham gia vào hệ thống Logistics toàn cầu.

2.2. Bộ máy quản lý chưa đồng bộ

Sự quản lý từ phía nhà nước, cụ thể là tính hiệu quả của các cơ quan chức năng trong việc phối hợp thực hiện các thủ tục hải quan tuy đã được cải thiện nhờ hệ thống hải quan điện tử nhưng nói chung vẫn còn yếu. Ở hầu hết các cơ quan thông quan, thủ tục hải quan vẫn mang nặng tính giấy tờ và thiếu sự phối hợp. Hải quan từng địa phương chỉ chịu trách nhiệm từng phần công việc mà không có sự phối hợp với nhau. Nhiều doanh nghiệp phải mất đến hàng tuần để có thể hoàn thành thủ tục hải quan.

Một ví dụ cụ thể, doanh nghiệp ở Hà Nội làm thủ tục tạm nhập khẩu một cái máy để chạy thử ở cửa khẩu Nội Bài. Sau thời gian chạy thử, để tiết kiệm chi phí, doanh nghiệp quyết định tái xuất lô hàng trên bằng đường biển. Theo thông tư 20 của Cục Hải Quan, lô hàng trên có thể được làm thủ tục xuất tại cửa khẩu nhập về (Nội Bài), hoặc được làm thủ tục tại cửa khẩu tái xuất (Hải Phòng). Do đó, doanh nghiệp đã nộp hồ sơ xin làm thủ tục hải quan tại cửa khẩu Nội Bài. Tuy nhiên, hải quan Nội Bài trả lại hồ sơ và yêu cầu mở cửa khẩu tại Hải Phòng. Hồ sơ trên được gửi đến Hải Phòng cùng với ghi chú của Hải quan cửa khẩu Nội Bài yêu cầu mở tại cảng Hải Phòng. Tuy nhiên Hải quan Hải Phòng không đồng ý cho mở và yêu cầu mở tại Nội Bài với lý do hàng nhập ở đâu thì tái xuất ở đó. Quá bức xúc, doanh nghiệp đã có công văn gửi Cục Hải quan Hà Nội và được trả lời bằng điện thoại: “Doanh nghiệp nên về Nội Bài làm thủ tục, Cục Hải quan Hà Nội đã chỉ đạo bằng điện thoại đến lãnh đạo Chi cục Hải quan Nội Bài”. Gần 1 tháng kể từ khi doanh nghiệp bắt đầu làm thủ tục tái xuất tại Nội Bài, doanh nghiệp lại quay trở lại Nội Bài làm thủ tục theo sự chỉ dẫn của Cục Hải quan Hà Nội. Tuy nhiên, kết quả vẫn là con số không. Doanh nghiệp buộc phải làm thủ tục tái xuất bằng đường hàng không

tại Nội Bài. Vấn đề ở đây chính là cách thức làm việc của các cơ quan chức năng cũng như sự không nhất quán trong việc thi hành các quy định Nhà nước, gây tổn hại đến thời gian, chi phí của doanh nghiệp. Sự phức tạp trong hệ thống pháp luật đã khuyến khích sự thiếu minh bạch trong hoạt động hải quan, làm cho chi phí “ngầm” trong hoạt động hải quan rất cao. Sự quản lý như thế đã tạo ra một rào cản đối với các doanh nghiệp xuất nhập khẩu cũng như các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ Logistics, chưa nói đến việc tham gia vào hệ thống Logistics toàn cầu của các doanh nghiệp này.

Về *sự quản lý của ngành*, như ta biết ở các nước trên thế giới đều có Hiệp hội chủ hàng để làm đối tác với các hãng tàu biển nhằm cùng nhau xây dựng một biểu giá cước và phụ phí cùng có lợi và có thể chấp nhận được, nhưng mô hình này hiện chưa có ở Việt Nam. Việt Nam chỉ mới có Hiệp hội Giao nhận kho vận Việt Nam VIFFAS. Thiếu cơ sở pháp lý thống nhất nên dịch vụ Logistics ở Việt Nam còn nhiều hạn chế. Nhiều loại phí của ta còn rất cao so với các nước trong khu vực – tiêu biểu như phí cảng – và việc quy định cứng nhắc trong cách tính giá cả đẩy chi phí Logistics lên cao một cách đáng kể, giảm tính cạnh tranh của nước ta so với nước khác.

2.3. Cơ sở hạ tầng cho hoạt động Logistics còn yếu kém và chưa đồng bộ.

Trong hoạt động Logistics, cơ sở hạ tầng đóng vai trò chủ yếu. Một quốc gia có cơ sở hạ tầng tốt sẽ tiết kiệm chi phí và thời gian cho người kinh doanh Logistics, đem lại lợi nhuận cao. Ngược lại, chi phí Logistics sẽ bị đẩy lên cao và thời gian vận chuyển hàng hóa cũng bị kéo dài thêm nếu cơ sở hạ tầng không đủ tốt. Đây là thực trạng đang xảy ra ở Việt Nam.

Hệ thống cơ sở hạ tầng giao thông của Việt Nam bao gồm trên 17,000km đường nhựa, hơn 3,200 km đường sắt, 42,000 km đường thủy, 266 cảng biển và 20 sân bay [Cổng thông tin điện tử chính phủ]. Tuy nhiên chất lượng của hệ thống này là không đồng đều, yếu kém, có những chỗ chưa đảm bảo về mặt kỹ thuật.

Về hệ thống cảng biển, theo báo cáo của BMI (Business Monitor International) vào tháng 3, 2010, Việt Nam có 266 cảng nhưng phần lớn cơ sở hạ

tầng đã lỗi thời và có rất ít cơ sở hạ tầng phụ trợ để vận tải hàng từ cảng tới các nơi trên đất nước. Hiện tại, Việt Nam chỉ có khoảng 20 cảng biển có thể tham gia việc vận tải hàng hóa quốc tế, một số cảng đang trong quá trình container hóa nhưng chỉ có thể tiếp nhận các đội tàu nhỏ và chưa được trang bị các thiết bị xếp dỡ container hiện đại.

Hệ thống kho bãi của các doanh nghiệp Việt Nam còn quá thiếu và lạc hậu, phần lớn là quy mô nhỏ, rời rạc. Hầu hết các doanh nghiệp không có hệ thống kho bãi riêng mà phải thuê lại kho của các nhà đầu thầu, chỉ có một số ít doanh nghiệp lớn thuộc Nhà nước hoặc các Bộ là có hệ thống kho bãi. Điều này là do chi phí xây dựng kho quá lớn vượt quá khả năng của doanh nghiệp. Không chỉ thiếu mặt bằng kho mà thiết bị phục vụ cho quản lý và làm dịch vụ cho hàng hoá của các doanh nghiệp giao nhận Việt Nam cũng rất thiếu và lạc hậu.

Hệ thống đường hàng không, nhìn chung vẫn còn lạc hậu. Đường hàng không hiện nay cũng không đủ phương tiện chờ hàng (máy bay) cho việc vận chuyển vào mùa cao điểm. Chỉ có sân bay Tân Sơn Nhất là đón được các máy bay chờ hàng quốc tế. Các sân bay quốc tế như Tân Sơn Nhất, Nội Bài, Đà Nẵng vẫn chưa có nhà ga hàng hóa, khu vực hoạt động cho đại lý Logistics thực hiện gom hàng và khai quan như một số nước trong khu vực đang thực hiện.

Hệ thống đường sắt được xây dựng trong thời kỳ pháp thuộc nên giờ đây đã lỗi thời không đáp ứng được nhu cầu vận chuyển hàng hoá nhanh. Chuyến tàu nhanh nhất chạy tuyến Hà Nội – TP Hồ Chí Minh dài 1,726 km hiện vẫn cần tới 32 tiếng đồng hồ. Rất nhiều tuyến đường liên tỉnh, liên huyện đang ở tình trạng xuống cấp nghiêm trọng. Mức độ container hóa trong phương thức vận tải này rất thấp. Việc phát triển vận tải đa phương thức có liên quan đến vận chuyển đường sắt chính vì thế bị hạn chế.

Đặc biệt, sự liên kết giữa hệ thống cơ sở hạ tầng của Việt Nam là chưa cao. Hệ thống cảng biển đang được đầu tư nhưng hệ thống cơ sở hạ tầng từ cảng biển vào sâu trong nội địa thì rất rời rạc. Việt Nam chưa có các tuyến đường sắt nối với cảng biển trừ Hải Phòng, cũng như với các khu công nghiệp lớn. Cảng Cái Lân đã

xây xong 4 bến đầu tiên nhưng cũng chưa có tuyến đường sắt nào nối đoạn đường dài 4km từ Hạ Long đến Cái Lân. Một số cảng được xây dựng mà không được xem xét đầu tư xây dựng mạng lưới giao thông nối liền cảng với các khu kinh tế, khu chế xuất - nơi mà dòng lưu chuyển hàng hóa đi và đến - vì vậy ách tắc trên đường đến cảng đã gây nên ách tắc cho cảng, làm giảm năng lực của cảng.

Ngoài ra, cơ sở hạ tầng ở Việt Nam còn tồn tại những yếu kém khác. Thí dụ, tại các trung tâm cung ứng và thực hiện các dịch vụ logistics là cảng, sân bay, thành phố..., do cơ sở hạ tầng không đáp ứng đủ yêu cầu dẫn đến việc cấm xe tải hoạt động vào giờ cao điểm, điều này đã hạn chế tốc độ trên các tuyến giao thông đường bộ đã làm giảm, làm chậm lại dòng lưu chuyển hàng hoá. Tốc độ lưu chuyển trong Logistics vì thế hầu như chưa đạt yêu cầu. Thêm vào đó, việc xây dựng các cảng chưa tính đến điều kiện thời tiết khí hậu, chưa tính đến sự tăng trưởng của khu vực được xây dựng cảng dẫn đến tình trạng có cảng không khai thác hết năng lực trong khi có cảng không đáp ứng được yêu cầu lượng hàng thông quan, hoặc có cảng do thời tiết mà không thể hoạt động được quanh năm...

Như vậy, cơ sở hạ tầng dù đã có những tiến triển nhất định nhưng nhìn chung vẫn còn yếu. Để các doanh nghiệp Logistics Việt Nam có thể tham gia sâu hơn vào hệ thống Logistics toàn cầu đòi hỏi trước hết ở sự tiến bộ trong hệ thống cơ sở hạ tầng của Việt Nam.

2.4. Hệ thống công nghệ thông tin lạc hậu

Hệ thống cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin trong Logistics của Việt Nam tính đến thời điểm này có thể nói là còn thiếu và yếu. Do tính chất phát triển quá nóng của thị trường, có quá nhiều doanh nghiệp vừa và nhỏ kinh doanh trong lĩnh vực Logistics. Rất khó để cho một doanh nghiệp nào dám đầu tư bài bản vào công nghệ thông tin, vì nếu chú trọng đầu tư vào công nghệ thông tin đòi hỏi một nguồn vốn lớn, cơ sở vật chất kỹ thuật đầy đủ, điều này là một khó khăn trong thị trường logistics tại Việt Nam.

Việt Nam vẫn chưa đạt được những tiến bộ trong việc áp dụng công nghệ trong hoạt động logistics, như sử dụng hệ thống truyền tin điện tử EDI. Trong khi

đó Singapore đã ứng dụng hệ thống này vào đầu thập kỷ 90. Hơn thế nữa Singapore còn xây dựng thành công công nghệ thông tin Portnet, nơi thông tin được quản lý và chia sẻ giữa các hãng tàu, các hãng vận chuyển đường bộ, các nhà giao nhận và cả các cơ quan chính phủ. Đây là một tiền đề rất tốt cho chúng ta học tập sau này.

Hạ tầng công nghệ thông tin chính là điểm yếu các doanh nghiệp logistics Việt Nam. Mặc dù các doanh nghiệp logistics đã có nhiều ý thức trong việc áp dụng công nghệ thông tin vào hoạt động kinh doanh của mình những điều này vẫn còn kém xa so với các công ty logistics nước ngoài. Nếu chỉ xét về khía cạnh xây dựng website thì phần lớn website của doanh nghiệp Việt Nam chỉ đơn thuần giới thiệu về mình, về dịch vụ của mình nhưng thiếu hẳn các tiện ích mà khách hàng cần như lịch tàu, e-booking, theo dõi chứng từ...

Hơn thế nữa, khả năng theo dõi và kiểm soát đơn hàng, một yếu tố được các chủ hàng đánh giá rất cao khi họ lựa chọn nhà cung cấp dịch vụ logistics cho mình cũng chưa được các doanh nghiệp kinh doanh Logistics Việt Nam đáp ứng. Bản thân các công ty như APL Logistics, Maersk Logistics được Nike chọn là nhà cung cấp dịch vụ cho mình là họ có thể cung cấp cho Nike công cụ visibility – trong bất kỳ thời điểm nào, tại bất kỳ nơi nào nhân viên của Nike cũng có thể nắm bắt và có thể kéo ra bất kỳ các loại báo cáo liên quan đến các đơn hàng của mình đã, đang và sẽ được thực hiện bởi các công ty trên. Điều này sẽ giúp Nike tính toán tốt những dự báo, kiểm soát hàng tồn, đáp ứng kịp thời yêu cầu của khách hàng ở chi phí tối ưu nhất.

Khả năng truy xuất được tình trạng đơn hàng hầu như không có tại các doanh nghiệp kinh doanh Logistics Việt Nam. Ngày nay trong hệ thống kinh tế toàn cầu, việc sản xuất tại một nơi và tiêu thụ tại một nơi khác diễn ra hết sức bình thường. Điều quan trọng để cạnh tranh hiệu quả là quản lý được dòng lưu thông hàng hóa từ nơi sản xuất đến nơi tiêu thụ cuối cùng. Một trong những khả năng giúp cho các công ty toàn cầu nắm được dòng lưu chuyển hàng hóa chính là việc truy xuất được tình trạng đơn hàng (đang sản xuất, đang tồn kho, đang vận chuyển, đang làm thủ tục hải quan...) sẽ giúp họ có những quyết định tốt hơn trong điều kiện thị

trường luôn thay đổi. Qua khảo sát ở một vài công ty cung cấp dịch vụ giao nhận tại Việt Nam, hầu hết họ không có năng lực để cung cấp dịch vụ “truy xuất tình trạng đơn hàng” hoặc là dựa hoàn toàn vào năng lực của một công ty đối tác nước ngoài để cung cấp dịch vụ này. Điều này hoàn toàn trái ngược với Singapore, nơi hầu hết các công ty cung cấp dịch vụ logistics đều có thể cung cấp dịch vụ này thông qua web. Chỉ cần khách hàng nhập số vận đơn/mã đơn hàng vào hệ thống này thông qua web, họ có thể biết được tình trạng đơn hàng đó.

Như vậy có thể nói trình độ công nghệ thông tin của Việt Nam còn nhiều lạc hậu, thua xa các nước trong khu vực. Hoạt động Logistics mà ngày nay chịu tác động lớn bởi công nghệ thông tin chính vì thế cũng chưa thể phát triển mạnh ở Việt Nam.

2.5. Chất lượng nguồn nhân lực cho ngành Logistics còn kém

Trình độ nguồn nhân lực hiện tại vẫn chưa đáp ứng được yêu cầu trên thị trường. Trước hết, về người quản lý, điều hành trong các doanh nghiệp quốc doanh và cổ phần hóa phần lớn đều đạt trình độ đại học, hiện đang được đào tạo và tái đào tạo để đáp ứng nhu cầu quản lý. Tuy nhiên, vẫn còn tồn tại phong cách quản lý cũ, chưa chuyển biến kịp để thích ứng với môi trường mới, thích sử dụng kinh nghiệm hơn là áp dụng khoa học quản trị hiện đại. Còn đối với những doanh nghiệp Logistics mới thành lập tuy đã hình thành một đội ngũ cán bộ quản lý trẻ, có trình độ đại học, nhiều tham vọng nhưng kinh nghiệm kinh doanh quốc tế và tay nghề còn thấp.

Về đội ngũ nhân viên phục vụ, là đội ngũ nhân viên chăm lo các tác nghiệp hàng ngày, phần lớn tốt nghiệp đại học nhưng không chuyên, phải tự nâng cao trình độ nghiệp vụ, tay nghề trong quá trình làm việc. Lực lượng trẻ này chưa tham gia nhiều vào hoạch định đường lối, chính sách, ít tham gia đóng góp ý kiến để xây dựng và phát triển ngành nghề.

Về đội ngũ nhân công lao động trực tiếp: đa số trình độ học vấn thấp, công việc chủ yếu là bốc xếp, kiểm đếm ở các kho bãi, lái xe vận tải, chưa được đào tạo tại tác phong công nghiệp, sử dụng sức lực nhiều hơn là bằng phương tiện máy móc.

Sự yếu kém này là do phương tiện lao động còn lạc hậu, chưa đòi hỏi lao động chuyên môn.

Về chương trình đào tạo, trước hết là chương trình đào tạo chính quy tại các trường đại học. Theo đánh giá của VIFFAS chương trình đào tạo về logistics tại các cơ sở đào tạo ở các trường đại học, cao đẳng còn yếu và nhỏ lẻ (khoảng 15-20 tiết học trong môn vận tải và bảo hiểm ngoại thương), chủ yếu đào tạo nghiên về vận tải biển và giao nhận đường biển. Tại các trường đại học Kinh tế, trong chương trình quản trị sản xuất (operation management-OM) có trình bày sơ lược về quản trị dây chuyền cung ứng (supply chain management-SCM) và quản trị vật tư, như một phần của môn vận trù học. Nghiệp vụ logistics trong giao nhận hàng không chưa được xây dựng thành môn học, chưa có trường đại học nào đào tạo hay mở những lớp bồi dưỡng ngắn hạn. Với thời lượng môn học như vậy, bài giảng chỉ tập trung giới thiệu những công việc trong giao nhận, quy trình và các thao tác thực hiện qua các công đoạn. Chương trình tương đối lạc hậu, giảng dạy theo nghiệp vụ giao nhận truyền thống là chủ yếu. Các kỹ thuật giao nhận hiện đại ít được cập nhật hóa như vận tải đa phương thức, kỹ năng quản trị dây chuyền chuỗi cung ứng, các khái niệm mới như “one stop shopping”, “Just in time”... Tính thực tiễn của chương trình giảng dạy không cao, làm cho người học chưa thấy hết vai trò và sự đóng góp của logistics, giao nhận vận tải trong nền kinh tế.

Về chương trình đào tạo tại Hiệp hội Logistics Việt Nam VIFFAS, trong thời gian qua VIFFAS đã kết hợp với các hiệp hội giao nhận các nước ASEAN (AFFA), các chương trình của Bộ Giao thông vận tải, tổ chức các khóa đào tạo nghiệp vụ giao nhận, gom hàng đường biển, liên kết với trường Cao đẳng Hải quan mở lớp đào tạo về đại lý khai quan, cấp bằng, chứng chỉ cho các hội viên tại thành phố Hồ Chí Minh, Đà Nẵng và Hà Nội. Hiệp hội vận tải hàng không quốc tế - IATA thông qua Vietnam Airlines cũng đã tổ chức được một số lớp học nghiệp vụ và tổ chức thi cấp bằng IATA có giá trị quốc tế. Tuy nhiên, những chương trình này vẫn không tiến triển do tính không chính thức, số lượng người tham gia hạn chế, chỉ mang tính nội bộ và chưa có tổ chức bài bản trong chương trình đào tạo của hiệp hội. Hiện nay, mỗi năm VIFFAS tổ chức được 1-2 khóa nghiệp vụ, quy mô

này là chưa tương xứng với nhu cầu hiện tại và tương lai của các hội viên và ngoài hội viên. Hiện tổ chức này cũng chưa thực hiện được chương trình đào tạo và tái đào tạo khởi xướng bởi FIATA và AFFA hàng năm.

Về chương trình đào tạo nội bộ tại các công ty, do nguồn đào tạo chính quy thiếu hụt nên các công ty sau khi tuyển dụng nhân viên đều phải tự trang bị kiến thức nghề nghiệp bằng các khóa tự mở trong nội bộ công ty cho các nhân viên mới với lực lượng giảng dạy là những cán bộ đang tại chức. Lực lượng này là những người đang kinh doanh nên có nhiều kinh nghiệm thực tế, tuy nhiên khả năng sư phạm và phương pháp truyền đạt chưa đảm bảo. Điều này dẫn đến sự khập khểnh, chênh lệch về nghiệp vụ chuyên môn, trình độ ngoại ngữ của nhân viên giữa các công ty. Sự thiếu hụt này cần được ngành và các doanh nghiệp giải quyết nhanh chóng vì xu thế chung trong giao nhận vận tải quốc tế nhất là thời kỳ hội nhập như hiện nay đòi hỏi bắt buộc nhân viên phải có trình độ cao về ngoại ngữ, chuyên môn sâu, có kiến thức rộng về địa lý, am tường luật lệ liên quan đến xuất nhập khẩu, các quy định và luật Hải quan trong nước và quốc tế, thông thạo và hiểu biết về pháp luật quốc gia và luật quốc tế, có kiến thức về cả ngân hàng, bảo hiểm và hàng không, máy bay, tàu biển...

Như vậy, do không được đào tạo bài bản nên nhìn chung nguồn nhân lực phục vụ trong ngành Logistics chưa thể đáp ứng được yêu cầu thị trường. Để phát triển ngành Logistics Việt Nam, các doanh nghiệp Logistics Việt Nam có thể tham gia sâu rộng hơn vào hệ thống Logistics toàn cầu thì yếu tố con người cần được quan tâm phát triển trước nhất.

2.6. Quy mô doanh nghiệp Logistics Việt Nam nhỏ, manh mún, chưa có sự liên kết, hợp tác giữa các doanh nghiệp trong ngành và các ngành liên quan.

Như đã trình bày ở trên, hiện ở Việt Nam có rất nhiều doanh nghiệp Logistics nhưng phần lớn là các doanh nghiệp nhỏ lẻ, làm ăn manh mún. Với những doanh nghiệp như thế khó có thể đầu tư trước hết là vào cơ sở hạ tầng của chính doanh nghiệp do thiếu vốn, nguồn nhân lực sẽ không được đào tạo chuyên nghiệp, cơ sở hạ tầng về hệ thống công nghệ thông tin cũng chỉ dừng lại ở việc lập website của

doanh nghiệp. Thêm vào đó, các công ty kinh doanh dịch vụ Logistics ở Việt Nam chưa đủ khả năng để cung ứng một chuỗi các dịch vụ trong quy trình Logistics theo đúng nghĩa. Họ chỉ thực hiện một số công đoạn trong quy trình đó. Do vậy, thường xảy ra gián đoạn cũng như chậm trễ trong việc giao nhận hàng hoá gây nên những thiệt hại cho khách hàng. Việc tạo ra một chuỗi dịch vụ như “One stop shopping” sẽ thu hút được khách hàng do sự thuận lợi của nó đem lại.

Hơn nữa, các doanh nghiệp Logistics Việt Nam thường kinh doanh theo kiểu chụp giạt, cạnh tranh thiếu lành mạnh, thi nhau hạ giá dịch vụ để giành được hợp đồng và chủ yếu là hạ giá thành thuê container,... Trong khi đó, các tập đoàn hàng hải lớn trên thế giới như APL, Mitsui OSK, Maerk Logistics, NYK Logistics..., những tập đoàn hùng mạnh với khả năng cạnh tranh lớn, bề dày kinh nghiệm và nguồn tài chính khổng lồ với hệ thống mạng lưới đại lý dày đặc, hệ thống kho hàng chuyên dụng, dịch vụ khép kín trên toàn thế giới, mạng lưới thông tin rộng khắp, trình độ tổ chức quản lý cao, đã và đang từng bước xâm nhập, củng cố, chiếm lĩnh thị trường trong nước. Ví dụ khi nhà máy Canon ở Quế Võ, Bắc Ninh chào dịch vụ logistics trọn gói vận chuyển phân phối sản phẩm thì NYK Logistics, LOGITEM, MOL Vietnam, Dragon Logistics đều tham gia đấu thầu. Cuối cùng doanh nghiệp thắng là doanh nghiệp chào giá dưới giá thành ở công đoạn chuyên chở bằng xe tải nặng và lấy giá vận tải biển bù lại. Như vậy, các doanh nghiệp không có tàu biển chắc chắn phải chịu thua. Chính vì tất cả những điều này mà việc kinh doanh manh mún, thiếu liên kết giữa các doanh nghiệp trong ngành hiện nay ở Việt Nam cần phải được khắc phục.

Một điều nữa, hiện nay các doanh nghiệp kinh doanh Logistics của Việt Nam cũng chưa có sự liên kết với các doanh nghiệp xuất nhập khẩu trong nước. Các doanh nghiệp này thường làm ăn với nhau qua một số hợp đồng, và tất nhiên nhà xuất nhập khẩu sẽ tìm người cung ứng Logistics có lợi nhất cho mình. Thay vì mua FOB và bán CIF, hầu hết hợp đồng mua bán ngày nay thường được mua CIF và bán FOB, đặc biệt các dự án lớn tại Việt Nam lại được ký kết theo điều kiện giao hàng là DDU. Rõ ràng việc thiếu liên kết với các doanh nghiệp xuất nhập khẩu vẫn còn là hạn chế của các doanh nghiệp kinh doanh Logistics của Việt Nam hiện nay.

2.7. Các doanh nghiệp kinh doanh Logistics không có sự quản trị Logistics hợp nhất

Các công ty Logistics ở Việt Nam không có sự quản trị Logistics hợp nhất, các công ty chỉ tổ chức các hoạt động các nghiệp vụ riêng rẽ mà công ty mình có lợi thế. Các công ty không có các hoạt động như: quản lý vận tải trong và ngoài công ty, quản lý đội phương tiện, lưu kho, xử lý các vấn đề nguyên vật liệu, thực hiện đơn hàng, thiết kế hệ thống Logistics, quản lý dự trữ, lên kế hoạch cung cầu, và quản lý hoạt động của các nhà cung cấp dịch vụ Logistics bên thứ ba... Tùy theo các cấp độ khác nhau, các hoạt động quản trị Logistics còn bao gồm: tìm kiếm và thu mua nguồn hàng, lên kế hoạch sản xuất, đóng gói và lắp ráp sản phẩm và dịch vụ khách hàng. Việc không có mô hình quản trị này đã làm cho các công ty Việt Nam không thể đa dạng hoá các loại hình dịch vụ cung cấp, việc chỉ tham gia một công đoạn nào đó đã làm giảm sức cạnh tranh cũng như thị phần trên thị trường.

Tóm lại, Logistics ở Việt Nam có tiềm năng phát triển rất lớn nhưng đi kèm với nó là những khó khăn, hạn chế không nhỏ. Việc phát huy những lợi thế sẵn có và giải quyết những khó khăn, yếu kém của các doanh nghiệp hoạt động kinh doanh Logistics Việt Nam sẽ giúp họ tăng cường sự tham gia của mình vào hệ thống Logistics toàn cầu.

Chương III. GIẢI PHÁP TĂNG CƯỜNG SỰ THAM GIA CỦA DOANH NGHIỆP VIỆT NAM VÀO HỆ THỐNG LOGISTICS TOÀN CẦU

Như vậy, 2 chương đầu đã cho thấy vai trò cũng như tính cấp thiết phát triển ngành Logistics Việt Nam và cũng đã mở ra những gợi ý nhất định từ thực trạng ngành Logistics. Để có thể phát triển ngành Logistics Việt Nam, tăng cường sự tham gia của các doanh nghiệp Việt Nam vào hệ thống Logistics toàn cầu thì không chỉ cần sự quan tâm, đầu tư từ phía Chính phủ mà còn đòi hỏi nỗ lực cố gắng trong bản thân mỗi một doanh nghiệp Logistics Việt Nam.

I. Giải pháp vĩ mô

1. Về khuôn khổ pháp lý cho hoạt động Logistics

1.1. Xây dựng và hoàn thiện môi trường pháp lý phát triển dịch vụ Logistics nói chung và dịch vụ Logistics trong ngành hàng hải nói riêng.

Để có thể phát triển tốt dịch vụ Logistics và có thể tham gia sâu hơn vào hệ thống Logistics toàn cầu thì sự hỗ trợ về chính sách và pháp luật có vai trò hết sức quan trọng. Do đó chính phủ cần xây dựng hành lang, khung pháp lý mở và chọn lọc, đảm bảo tính nhất quán, thông thoáng và hợp lý trong các văn bản, quy định liên quan đến lĩnh vực Logistics với mục đích tạo cơ sở cho một thị trường Logistics minh bạch.

Cần tiếp tục triển khai chi tiết để thực hiện, ra các văn bản hướng dẫn thực hiện các điều khoản trong luật đã quy định. Giải thích và cụ thể hóa các nội dung: khái niệm dịch vụ Logistics, người kinh doanh dịch vụ Logistics, hợp đồng dịch vụ Logistics, thời hạn trách nhiệm, cơ sở trách nhiệm, giới hạn trách nhiệm của người kinh doanh dịch vụ Logistics... để như kim chỉ nam cho các bên liên quan tới dịch vụ Logistics. Nghị định 140/2007/NĐ-CP ngày 05/9/2007 quy định chi tiết Luật Thương mại về điều kiện kinh doanh dịch vụ Logistics và giới hạn trách nhiệm đối với thương nhân kinh doanh dịch vụ Logistics đã được ban hành nhưng chưa phù hợp với việc kinh doanh dịch vụ Logistics hiện nay, ví dụ như dịch vụ Logistics liên quan đến vận tải thì các doanh nghiệp nước ngoài được phép thành lập công ty nhưng tỷ lệ góp vốn phải theo quy định. Hay như kinh doanh dịch vụ kiểm tra kỹ thuật thì thương nhân nước ngoài chỉ được kinh doanh dưới hình thức liên doanh sau 3 năm hoặc 5 năm. Điều này gây không ít khó khăn cho doanh nghiệp nước ngoài muốn phát triển tại Việt Nam và làm giảm bớt đi những dự định đầu tư của các công ty Logistics lớn vào Việt Nam. Giới hạn trách nhiệm của thương nhân

kinh doanh dịch vụ Logistics thì còn quá sơ sài và chung chung. Do đó cần tiếp tục nghiên cứu trao đổi, qua đó tạo môi trường pháp lý thuận lợi cho việc phát triển dịch vụ Logistics.

Bộ luật Hàng hải Việt Nam năm 2005 cần được triển khai thực hiện tốt với việc hoàn thiện các văn bản chi tiết dưới Luật. Nghị định 10/2001/NĐ – CP ngày 19/3/2001 về điều kiện kinh doanh dịch vụ hàng hải và Nghị định 57/2001/NĐ-CP ngày 24/8/2001 về điều hành kinh doanh vận tải biển đã được sửa đổi hàng bằng Nghị định 115/2007/NĐ-CP ngày 26/6/2007 về điều kiện kinh doanh dịch vụ vận tải biển, phù hợp với yêu cầu hội nhập và phát triển kinh tế hàng hải hiện nay. Tuy nhiên cần sớm xem xét sửa đổi Nghị định 87/2009/NĐ-CP về vận tải đa phương thức để phù hợp với các văn bản quốc tế hiện hành; thực hiện có hiệu quả các công ước quốc tế về hàng hải mà Việt Nam đã gia nhập, các hiệp định của ASEAN và khu vực về vận tải và dịch vụ vận tải; tiếp tục xem xét gia nhập các công ước quốc tế về hàng hải có liên quan.

Dịch vụ Logistics chỉ phát triển hiệu quả trên cơ sở sự hỗ trợ của luật pháp các lĩnh vực liên quan như luật lệ về giao thông vận tải, thương mại điện tử hay chữ kí điện tử... Vì vậy, để hỗ trợ tốt cho dịch vụ Logistics phát triển thì ngoài việc xây dựng và ban hành luật về dịch vụ Logistics nhà nước cần ban hành các luật lệ hỗ trợ để tạo môi trường thuận lợi cho phát triển dịch vụ Logistics.

Nhà nước cần hoàn thiện hơn về luật trong lĩnh vực giao thông vận tải, cụ thể là luật về hàng hải, luật hàng không, luật giao thông đường bộ, luật đường sông, đường sắt... để có một bộ luật khá đầy đủ cho hoạt động vận tải nói chung và phát triển dịch vụ Logistics nói riêng. Luật Giao thông đường bộ cũng cần được sửa đổi, đưa thêm quy định trách nhiệm dân sự của người vận tải đường bộ nhằm tạo thuận lợi cho vận tải đa phương thức. Bên cạnh đó, dịch vụ vận chuyển trong chuỗi dịch vụ Logistics không chỉ là vận chuyển trong nội địa mà hơn thế nữa là dịch vụ vận chuyển hàng hóa quốc tế. Vì thế, bên cạnh xây dựng và hoàn thiện luật trong nước, Nhà nước cũng cần cung cấp cho các doanh nghiệp liên quan đến dịch vụ Logistics những thông tin cần thiết về luật quốc tế về dịch vụ Logistics và các luật hỗ trợ liên quan.

Về phát triển thương mại điện tử, nhà nước cần sớm ban hành các văn bản pháp lý để hỗ trợ cho thương mại điện tử phát triển nhằm tạo điều kiện phát triển dịch vụ Logistics. Hệ thống pháp lý cho thương mại điện tử cần xây dựng trên cơ sở đạo luật mẫu về thương mại điện tử của Ủy ban Liên hợp quốc về Luật Thương mại quốc tế nhằm tạo ra sự đồng bộ trong hệ thống pháp luật Việt Nam với Luật Quốc tế, bảo vệ hợp pháp quyền lợi trong các giao dịch điện tử. Về nội dung Luật Thương mại điện tử của Việt Nam, phải thừa nhận tính pháp lý của các giao dịch thương mại điện tử (thông qua hệ thống Internet và hệ thống EDI), chữ ký điện tử và chữ ký số hóa, bảo vệ tính pháp lý của các hợp đồng thương mại điện tử, các hình thức, phương tiện thanh toán điện tử, đối với sở hữu trí tuệ liên quan đến mọi hình thức giao dịch điện tử, đối với mạng thông tin, chống tội phạm xâm nhập bằng thu thập tin tức mật, thay đổi các thông tin trên trang web, thâm nhập vào các dữ liệu, sao chép trộm các phần mềm, truyền virus phá hoại một cách bất hợp pháp, thiết lập hệ thống mã nguồn cho tất cả các thông tin số hóa.

Về thủ tục hải quan, để thủ tục hải quan, cụ thể là thủ tục thông quan ngày càng có hiệu quả và góp phần hỗ trợ cho dịch vụ Logistics được nhanh chóng và thuận tiện thì bên cạnh việc thực thi các qui định về Luật Hải quan, Nhà nước cũng cần nghiên cứu và ban hành một số chính sách để giải quyết những vướng mắc phát sinh trong quá trình áp dụng luật. Việc phát triển công nghệ thông tin, xây dựng căn cứ pháp lý về khai hải quan điện tử và trao đổi dữ liệu điện tử trong việc làm thủ tục hải quan theo quy định của Luật Hải quan là một yêu cầu cấp bách và là khâu đột phá nhằm đảm bảo thủ tục hải quan thông thoáng, đơn giản, gọn nhẹ, tránh rườm rà làm hàng hóa thông quan khó khăn và chậm trễ, ảnh hưởng đến hợp đồng giao hàng cũng như chất lượng của dịch vụ Logistics. Áp dụng công nghệ thông tin vào thủ tục hải quan sẽ góp phần nâng cao hiệu quả của hoạt động, giảm thời gian và chi phí trong việc làm thủ tục, tạo điều kiện cho thông quan hàng hóa. Để thực hiện được mục tiêu này, Nhà nước cần hỗ trợ ngành hải quan xây dựng hệ thống thông tin máy tính hải quan, đảm bảo cho việc truyền và nhận thông tin từ trung tâm thông tin dữ liệu tổng cục hải quan tới chi cục hải quan, các cơ quan nhà nước, tổ chức có liên quan để phục vụ cho nhu cầu quản lý, điều hành, trao đổi, sử dụng dữ liệu điện tử

trong việc làm thủ tục hải quan, kiểm tra hàng hóa, quản lý thu nộp thuế với hàng hóa xuất nhập khẩu và yêu cầu hiện đại hóa quản lý hải quan cũng như đảm bảo việc kiểm tra giám sát hải quan đối với hàng hóa xuất nhập khẩu bằng phương thức thương mại điện tử. Cái cách hoạt động hải quan trong kiểm tra, giám sát sẽ hỗ trợ đắc lực cho hoạt động Logistics phát triển.

1.2. Lập một cơ quan quản lý dịch vụ Logistics

Như đã nêu trong chương I, Logistics có vai trò hết sức to lớn đối với mỗi quốc gia và sự thiếu một cơ quan quản lý của ngành Logistics Việt Nam trong chương II thì việc lập một cơ quan để quản lý dịch vụ này là hết sức cần thiết. Singapore thông qua hiệp hội logistics thay cho hiệp hội giao nhận vận tải để quản lý và nâng cao chất lượng dịch vụ logistics; Trung Quốc đã đưa Logistics vào một trong những mục tiêu phát triển quan trọng trong kế hoạch 5 năm của mình và đã xây dựng chiến lược phát triển Logistics dưới sự quản lý của bộ thương mại và bộ giao thông vận tải;... Đó là những kinh nghiệm và chúng ta có thể tham khảo vì không có sự hỗ trợ và quản lý của nhà nước thì Logistics khó có thể phát triển.

Để ứng dụng và phát triển Logistics có hiệu quả trong các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận tải giao nhận của Việt Nam, Bộ giao thông vận tải và Bộ Công thương cần phối hợp thành lập một uỷ ban quốc gia về Logistics hoặc giao nhiệm vụ cho một vụ hay cục quản lý về Logistics và dịch vụ Logistics. Cơ quan quản lý Logistics sẽ chịu trách nhiệm:

- Hoạch định chính sách và đề xuất các biện pháp phát triển Logistics của Việt Nam trong điều kiện hội nhập.
- Đề xuất việc đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng cho ngành Logistics.
- Nghiên cứu và đề xuất các quy định pháp luật điều chỉnh hoạt động Logistics cũng như các vấn đề về giao dịch trong dịch vụ Logistics.
- Nghiên cứu và đề xuất ứng dụng khoa học công nghệ, nhất là thương mại điện tử và công nghệ truyền dữ liệu EDI áp dụng trong Logistics.
- Xét đăng ký và cấp phép cho người kinh doanh Logistics.

- Giúp đỡ và hỗ trợ việc thành lập và phát triển các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ Logistics.

- Phối hợp với các tổ chức khu vực và quốc tế trong việc phát triển Logistics.

1.3. Thực hiện tự do hóa hoạt động Logistics theo lộ trình tạo thuận lợi cho dịch vụ này phát triển

Việt Nam đã cam kết có lộ trình tự do hóa dịch vụ vận tải biển khi gia nhập WTO, ngoài ra còn một số cam kết liên quan đến lĩnh vực hàng hải trong khối ASEAN. Vậy nên Chính phủ cần có kế hoạch cụ thể để vừa thực hiện đúng các cam kết, vừa tạo điều kiện cho các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ vận tải biển của Việt Nam phát triển và cạnh tranh được với các nhà cung cấp dịch vụ nước ngoài.

Việc tạo thuận lợi cho dịch vụ Logistics phát triển sẽ góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp Việt Nam tại thị trường trong nước và tạo điều kiện cho các doanh nghiệp đầu tư ra thị trường khu vực và thế giới. Cục Hàng hải Việt Nam đã thành công trong việc cải cách thủ tục hành chính tại cảng biển, giảm đáng kể thời gian, giấy tờ khai báo và thủ tục cho tàu ra vào làm hàng. Việt Nam cần tiếp tục đẩy mạnh công tác này, nhất là khi Việt Nam đã gia nhập Công ước FAL 65 – Công ước quốc tế về tạo thuận lợi cho hoạt động hàng hải. Ngành hàng hải cần phối hợp với các cơ quan liên quan, trước hết là với hải quan, nhằm đơn giản hóa chứng từ và hài hòa thủ tục, qua đó tạo thêm thuận lợi cho hoạt động dịch vụ hàng hải.

Ngoài ra, Chính phủ cũng nên ban hành những chính sách xúc tiến thương mại, chính sách hỗ trợ lãi suất để giúp các doanh nghiệp hoạt động kinh doanh Logistics.

2. Về cơ sở hạ tầng

Đối với phát triển dịch vụ Logistics thì điều kiện về cơ sở hạ tầng và phương tiện kỹ thuật là điều kiện tiên quyết. Ở Việt Nam, dịch vụ vận tải và dịch vụ kho bãi là hai hình thức dịch vụ Logistics phổ biến và phát triển nhất. Vì thế hệ thống cơ sở hạ tầng có vai trò đặc biệt quan trọng và cần thật chú trọng phát triển cho hợp lý. Để phát triển dịch vụ Logistics thì cần làm tốt công tác quy hoạch và xây dựng cơ sở hạ tầng: hệ thống đường sá, cầu cống; nhà ga, bến cảng; kho tàng, bến bãi; phương tiện

vận chuyển cũng như các trang thiết bị phục vụ giao nhận vận chuyển... Đây là những yếu tố không thể thiếu được trong hoạt động dịch vụ Logistics. Tuy nhiên đầu tư phải đồng bộ, tiên tiến tránh tình trạng không tương thích giữa cơ sở hạ tầng với các phương tiện vận chuyển như một số bất cập trong chuyên chở container vừa qua (đường cầu không đáp ứng trọng tải và chiều cao của container). Ở Việt Nam hiện nay, phát triển dịch vụ Logistics cần tập trung vào hai vấn đề chính:

2.1. Phát triển cơ sở hạ tầng và phương tiện vật chất kỹ thuật của ngành giao thông vận tải đồng bộ và tiên tiến

Kết cấu hạ tầng và phương tiện vật chất kỹ thuật của giao thông vận tải đóng vai trò hết sức quan trọng trong việc phát triển dịch vụ Logistics. Không có cơ sở vật chất đồng bộ, tiên tiến khó có thể mang lại hiệu quả cho hoạt động Logistics. Nghị quyết Đại hội IX của Đảng đã đề ra nhiệm vụ “xây dựng đồng bộ và từng bước hiện đại hóa hệ thống kết cấu hạ tầng: giao thông, điện lực, thông tin...”. Vì vậy, phát triển hệ thống cơ sở vật chất cũng như phương tiện vật chất kỹ thuật của giao thông vận tải đồng bộ, hiện đại hóa là việc làm hết sức cần thiết để phục vụ yêu cầu của nền kinh tế xã hội nói chung và phát triển dịch vụ Logistics nói riêng.

Kết cấu hạ tầng giao thông vận tải phục vụ cho phát triển dịch vụ Logistics bao gồm: hệ thống đường sông, đường bộ, đường biển, các nhà ga, hệ thống cảng biển, sông, cảng hàng không, kho tàng bến bãi cũng như các trang thiết bị xếp dỡ hàng hóa, container ở các điểm vận tải giao nhận.

*** Đối với vận tải biển**

Việt Nam cần tập trung xây dựng và phát triển hệ thống cảng và nâng cấp đội tàu. Vận tải biển là lĩnh vực phát triển nhất trong lĩnh vực vận tải của nước ta bởi có đến 90% hàng hóa xuất nhập khẩu của Việt Nam là vận chuyển bằng đường biển. Cần đặc biệt chú trọng tạo ra các điều kiện thuận lợi nhất cho lĩnh vực này phát triển.

- Xây dựng và phát triển hệ thống cảng

Hiện tại, hệ thống cảng biển của Việt Nam còn nhiều bất cập như quy mô còn nhỏ, cơ sở vật chất kỹ thuật còn lạc hậu, quản lý và khai thác chưa đạt hiệu quả.

Vì vậy, cần phải tập trung xây dựng và phát triển hệ thống cảng biển cho hợp lý đồng thời đảm bảo tính hiện đại đáp ứng nhu cầu thực tế. Phát triển cảng biển bao gồm việc phát triển hệ thống cầu cảng, kho bãi, cảng thông quan nội địa (ICD), đầu tư các phương tiện xếp dỡ, phương tiện vận chuyển hàng hóa trong cảng cũng như phương tiện vận chuyển hàng hóa từ ICD đến cảng và ngược lại, áp dụng các công nghệ thông tin. Xây dựng hệ thống cảng biển cần tuân thủ theo các quy hoạch phát triển cảng đã được Chính phủ phê duyệt, tránh đầu tư dàn trải theo cơ chế “xin – cho” không mang lại hiệu quả kinh tế khi đưa vào sử dụng. Phát triển Logistics cũng gắn với quá trình phát triển hàng hải, với sự phát triển của phương thức vận chuyển bằng container, đáp ứng yêu cầu nhanh chóng, an toàn và hiệu quả do đó cần chú trọng đầu tư xây dựng cảng container, cảng trung chuyển để phục vụ nhu cầu vận chuyển container trong nước và khu vực nhằm nâng cao hiệu quả của chuỗi cung ứng cho doanh nghiệp sản xuất kinh doanh, từ đó nâng cao hiệu quả dịch vụ Logistics. Cần phải nâng cấp theo hướng hiện đại hóa, mở rộng quy mô, đón đầu cơ hội trong tương lai, tạo điều kiện thuận lợi cho sự phát triển dịch vụ Logistics. Ngoài ra cũng cần quan tâm xây dựng và phát triển hệ thống cảng cạn.

Hơn nữa, Việt Nam cần phối hợp quy hoạch và hợp tác phát triển với các ngành đường bộ, đường sắt và đường sông trong việc xây dựng các khu đầu mối giao thông, các cảng cạn, kho chứa hàng, nhằm tạo điều kiện cho quy trình khép kín vận tải đa phương thức và Logistics một cách hiệu quả.

Về vốn đầu tư, nhà nước cần bỏ vốn từ ngân sách, vốn viện trợ, vốn vay của các chính phủ, các tổ chức quốc tế... để xây dựng mới và cải tạo nâng cấp các cảng biển lớn, nạo vét luồng lạch, mua sắm các trang thiết bị, cải tạo và xây dựng mới các hệ thống kho cảng, để cảng biển đủ sức tiếp nhận các tàu container thế hệ mới phù hợp với xu hướng phát triển hàng hải của thế giới và trở thành trung tâm luân chuyển và phân phối hàng hóa cho các khu vực. Các địa phương bỏ vốn xây dựng cảng biển địa phương, kinh phí đầu tư xây dựng cảng phải sử dụng đúng mục đích, tập trung theo quy hoạch phát triển. Nhà nước cần có những biện pháp kêu gọi các nhà đầu tư nước ngoài đầu tư xây dựng và phát triển hệ thống cảng biển. Chúng ta

cần tích cực liên doanh, liên kết để tận dụng vốn và công nghệ hiện đại của nước ngoài.

- Phát triển các tuyến vận tải và xây dựng, phát triển đội tàu vận chuyển

Bên cạnh các tuyến vận tải hiện có, phải mở thêm các tuyến vận tải mới, đặc biệt các tuyến vận tải quốc tế. Những năm qua, nhà nước chủ yếu tập trung đầu tư vốn cho việc xây dựng và phát triển hệ thống cảng biển còn việc xây dựng và phát triển đội tàu là do ngành, doanh nghiệp tự bỏ vốn. Trên thực tế, đầu tư cho phát triển đội tàu là rất lớn nên cần có sự hỗ trợ từ phía nhà nước. Đội tàu phải được phát triển theo hướng hiện đại hóa, trẻ hóa và chuyên dụng hóa. Việc tập trung đầu tư phát triển đội tàu biển quốc gia là hết sức đúng đắn nhằm chiếm lĩnh thị trường vận tải biển (kế hoạch của Vinalines đến năm 2010, đội tàu đạt trọng tải 2,6 triệu DWT, tuổi bình quân là 16) bởi vậy nhà nước cần có các chính sách hỗ trợ đầu tư để các công ty vận tải biển có thể thuê, mua hay vay mua tàu mới bằng cách đứng ra bảo lãnh cho các doanh nghiệp vay vốn của các ngân hàng trong và ngoài nước với lãi suất ưu đãi. Trong quá trình thực hiện cần kiểm tra, giám sát để đảm bảo hiệu quả của vốn đầu tư, tránh những tiêu cực phát sinh. Ngoài ra, cần xem xét giảm thuế nhập khẩu tàu biển để tạo điều kiện phát triển đội tàu. Nhà nước cũng có thể gián tiếp đầu tư phát triển đội tàu bằng cách đầu tư cho ngành công nghiệp đóng tàu để nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành, khuyến khích đóng tàu viễn dương có trọng tải lớn, hiện đại như tàu bách hợp, tàu container. Đồng thời có chính sách khuyến khích các doanh nghiệp đóng tàu trong nước. Như vậy chúng ta có thể tự lực phát triển Logistics cho riêng mình.

* Đối với vận tải đường sông

Vận tải đường sông cũng là một lợi thế của Việt Nam. Vì vậy cần có các giải pháp phát triển dịch vụ vận tải đường sông. Xây dựng các tuyến đường vận tải đường sông phải liên thông với các tuyến đường biển, đường sắt, đường ô tô để tạo thành tuyến vận tải thông suốt. Ngoài ra cần xác định các tuyến đường chính trên đó xây dựng các cầu cảng và đầu tư phát triển phương tiện vận chuyển thích hợp.

* Đối với vận tải đường sắt

Cần tập trung cải tạo, nâng cấp và mở rộng các tuyến đường đặc biệt là tuyến đường Bắc Nam nhằm đảm bảo tốc độ chạy, mở rộng các tuyến đường nhánh tới các khu vực, các trung tâm công nghiệp, khu chế xuất, đặc biệt là các nhánh đến các cảng Hải Phòng, Cái Lân, Sài Gòn, Vũng Tàu... để đáp ứng nhu cầu vận chuyển. Đồng thời nên bổ sung phương tiện vận chuyển như đầu máy, toa xe, đặc biệt là các toa xe chuyên dụng để có thể vận chuyển nhanh hơn và tiết kiệm chi phí.

* Đối với vận tải hàng không

Theo xu hướng toàn cầu hóa tiết kiệm chi phí và thời gian thì nhu cầu vận chuyển bằng đường hàng không sẽ tăng trong những năm tới, do vậy để đáp ứng nhu cầu chuyên chở, phải đầu tư mua sắm máy bay chuyên chở hàng, các phương tiện xếp dỡ vận chuyển hàng đồng thời thiết lập các tuyến bay chở hàng tới các điểm có nhu cầu vận chuyển hàng hóa đi và đến Việt Nam.

2.2. Đầu tư phát triển hạ tầng công nghệ thông tin

Hiện nay công nghệ thông tin phát triển một cách nhanh chóng đã làm thay đổi rất nhiều hoạt động kinh doanh như hoạt động giao nhận vận tải khi ứng dụng công nghệ thông tin đã phát triển và mở rộng thành hoạt động logistics. Chính vì vậy muốn quản trị logistics thành công thì trước hết phải quản lý được hệ thống thông tin rất phức tạp trong quá trình này. Thúc đẩy và phát triển công nghệ thông tin, triển khai trao đổi dữ liệu điện tử trong thương mại/ khai quan điện tử (EDI) để tận dụng ưu thế của công nghệ thông tin nhằm mang lại năng suất lao động cao, tiết kiệm chi phí, giảm thiểu tình trạng tiêu cực, gian lận trong thương mại, xuất nhập khẩu và hải quan.

Việc nâng cấp hệ thống thông tin hiện tại trong các doanh nghiệp giao nhận Việt Nam nên chia làm hai giai đoạn:

- Giai đoạn 1: Hoàn thiện hệ thống thông tin nội bộ (Intranet), hệ thống thông tin trong từng bộ phận chức năng (logistics, kỹ thuật, kế toán, marketing,...), hệ thống thông tin ở từng khâu trong dây chuyền cung ứng (kho, bến bãi, vận tải,...) và sự kết nối thông tin giữa các tổ chức, bộ phận, công đoạn nêu trên. Áp dụng tin học hoá trong các hoạt động của công ty, lắp đặt các phần mềm phục vụ

cho hoạt động của doanh nghiệp, chuẩn hóa các cơ sở dữ liệu... tạo cơ sở nền tảng trong hệ thống thông tin Logistics.

- Giai đoạn 2: Kết nối hệ thống thông tin nội bộ với bên ngoài theo hai phương thức:

Phương thức 1: Sử dụng Internet. Phương thức này khá phù hợp trong giai đoạn hiện tại và với đa số khách hàng vừa và nhỏ của các công ty Logistics Việt Nam. Đây là một xu hướng mà các doanh nghiệp Logistics trên thế giới đang hướng tới như một công cụ không thể thiếu trong hoạt động Logistics.

Phương thức 2: Hệ thống trao đổi dữ liệu điện tử EDI. Hệ thống này cho phép trao đổi thông tin dữ liệu từ máy tính qua máy tính của các bộ phận trong hệ thống với nhau. EDI đầu tư khá tốn kém tuy nhiên rất tiện ích và đạt độ an toàn cao. EDI thực sự hữu ích cho những khách hàng lớn của công ty và trao đổi dữ liệu giữa các chi nhánh, đại lý trong hệ thống logistics toàn cầu.

Như vậy, việc đầu tư vào hệ thống công nghệ thông tin là hết sức cần thiết khi mà E- Logistics đang là xu thế phát triển trên toàn cầu. Nên nhớ rằng chính nhờ sự phát triển mạnh mẽ của hệ thống công nghệ thông tin mà Logistics mới phát triển như ngày hôm nay.

2.3. Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực cho ngành dịch vụ Logistics

Với một nguồn nhân lực yếu kém, Việt Nam sẽ không có cơ hội để cạnh tranh bình đẳng với các đối thủ đến từ những công ty Logistics lớn và danh tiếng của nước ngoài đang xuất hiện ngày càng nhiều ở Việt Nam. Có thể khẳng định tính cấp thiết của việc đào tạo, phát triển nguồn nhân lực cung cấp cho dịch vụ Logistics. Nhiệm vụ trọng tâm trước mắt là phải cập nhật những kiến thức luật pháp trong nước và quốc tế về vận tải đa phương thức, các hoạt động chính của Logistics và kỹ năng vận hành dịch vụ Logistics cho nguồn nhân lực hiện có. Song song với việc đào tạo nghiệp vụ chuyên môn là đào tạo nâng cao trình độ tiếng Anh, đảm bảo được việc giao dịch, thủ tục và lập chứng từ nghiệp vụ. Việc đào tạo cần được tiến hành ở cả ba cấp độ cán bộ hoạch định chính sách, quản lý và nghiệp vụ cụ thể. Một nguồn nhân lực được đào tạo bài bản sẽ là chìa khoá thành công cho các doanh

ngành kinh doanh Logistics của Việt Nam vốn còn đang rất nhỏ lẻ và thiếu kinh nghiệm.

Trong chiến lược dài hạn, đề nghị Chính phủ và các cơ quan chức năng hỗ trợ, tài trợ, quan tâm trong xây dựng và hoạch định chính sách có tính định hướng, liên quan đến ngành Logistics. Thực hiện các văn bản dưới luật nhằm thực hiện hoá Bộ luật Thương mại, chương về Logistics. Đề nghị mở các bộ môn và khoa Logistics trong các trường đại học, cao đẳng kinh tế quốc tế. Hình thức đào tạo có thể áp dụng nhiều hình thức như đào tạo trong nước hoặc hợp tác với nước ngoài trong đào tạo, tổ chức các hội thảo trao đổi kinh nghiệm và học tập kinh nghiệm của các nước ngoài hay khảo sát thực tế. Ngoài ra có thể thông qua hỗ trợ của các dự án đào tạo Logistics của ASEAN, FIATA hay ESCAP và sự hỗ trợ kỹ thuật của các tập đoàn Logistics quốc tế để phát triển nguồn nhân lực Logistics của Việt Nam.

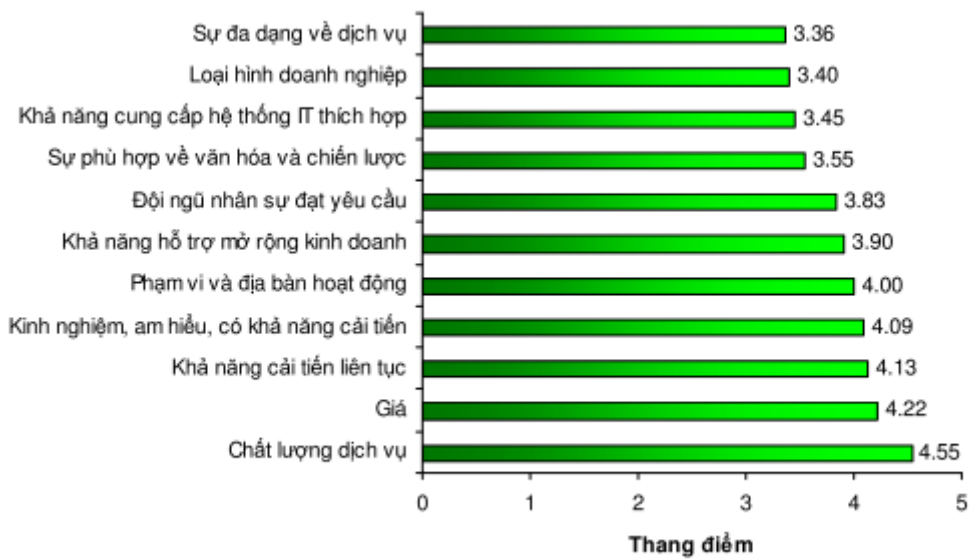
Tìm kiếm các nguồn tài trợ trong nước và quốc tế cho các chương trình đào tạo ngắn hạn trong và ngoài nước. Phối hợp và tranh thủ hợp tác với các tổ chức FIATA, IATA và các tổ chức phi chính phủ khác để có nguồn kinh phí đào tạo thường xuyên hơn. Mặt khác, các doanh nghiệp cũng cần phải kết hợp chặt chẽ với Hiệp hội, thông báo với hiệp hội nhu cầu đào tạo nhân lực của mình để hiệp hội có hướng giải quyết.

Nguồn nhân lực cho phát triển dịch vụ Logistics là rất quan trọng. Vì vậy, cần phát triển nguồn nhân lực này theo hướng chính quy, chuyên nghiệp. Đào tạo và tái đào tạo, chương trình đào tạo phải được cập nhật, đổi mới. Có được nguồn nhân lực phục vụ ngành dịch vụ Logistics chuyên nghiệp thì ngành dịch vụ này sẽ nhanh chóng phát triển và đạt hiệu quả cao.

II. Giải pháp vi mô

Chất lượng và giá dịch vụ quyết định khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp cung cấp dịch vụ Logistics. Nếu chất lượng dịch vụ tốt, giá cả hợp lý thì chắc chắn họ sẽ có nhiều lợi thế hơn so với các doanh nghiệp khác. Hai tiêu chí này là tiêu chí hàng đầu để người sử dụng lựa chọn nhà cung ứng dịch vụ Logistics cho mình.

Biểu đồ 3: các tiêu chí đánh giá khi lựa chọn nhà cung cấp dịch vụ Logistics



Nguồn: Bộ phận nghiên cứu-công ty SCM (2008), *Kết quả khảo sát về Logistics*.

Theo nghiên cứu này, doanh nghiệp cần có những chiến lược kinh doanh giành riêng cho mình, từng bước cải thiện từng tiêu chí để thu hút khách hàng. Doanh nghiệp phải nâng cao khả năng của mình trong việc đáp ứng yêu cầu của các chủ hàng về thời gian, chất lượng và giá dịch vụ. Như vậy, để có thể phát triển và tham gia vào sâu rộng hơn vào hệ thống Logistics toàn cầu, các doanh nghiệp phải dựa trên những gì mình đã có, tiếp tục đầu tư, từng bước cải thiện chất lượng dịch vụ của mình. Một số giải pháp được đặt ra như sau:

- Hiểu rõ và nhận thức đúng về quy trình cung cấp các dịch vụ Logistics, đặc biệt là trong quá trình vận tải.

- Đào tạo có hệ thống nguồn nhân lực có kinh nghiệm và được trang bị đầy đủ những kiến thức chuyên môn, am hiểu luật pháp trong nước và quốc tế. Ngoài ra cũng cần nâng cao trình độ tiếng Anh để đáp ứng với việc hội nhập.

- Đầu tư cơ sở vật chất, nâng cấp và mở rộng hệ thống kho bãi, các trang thiết bị bốc xếp, vận chuyển chuyên dùng và các dịch vụ hỗ trợ khác.

- Ứng dụng công nghệ thông tin trong quá trình hoạt động. Các doanh nghiệp cần làm quen với việc sử dụng những phần mềm hỗ trợ trong việc phát hành chứng

từ vận chuyển hàng hoá, theo dõi quá trình vận chuyển hàng hoá, quản lý container, tiến tới sử dụng vận đơn điện tử...

- Liên doanh, liên kết với các doanh nghiệp trong và ngoài nước để kết nối, mở rộng mạng lưới dịch vụ trong cả nước và trên thế giới để tạo đầu ra thị trường ngoài nước và nâng cao khả năng chuyên môn của cán bộ từ đó để nâng cao tính cạnh tranh trong hoạt động kinh doanh.

1. Ứng dụng công nghệ thông tin, đặc biệt là thương mại điện tử vào quá trình hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp

Doanh nghiệp cung ứng dịch vụ Logistics cần nhanh chóng thúc đẩy và áp dụng công nghệ thông tin và quá trình hoạt động kinh doanh của mình, trao đổi thông tin và các dữ liệu điện tử trong thương mại, khai quan điện tử để tận dụng ưu thế của công nghệ thông tin nhằm mang lại năng suất lao động cao, tiết kiệm chi phí, giảm thiểu tình trạng tiêu cực, gian lận trong thương mại, xuất nhập khẩu và hải quan. Nhiều trường hợp người ta cho rằng luồng thông tin là tài sản quan trọng nhất trong kinh doanh chứ không phải là luồng hàng hoá hay nguyên vật liệu. Khả năng ứng dụng công nghệ thông tin vào hoạt động kinh doanh dịch vụ Logistics là không giới hạn, từ việc tìm nguồn nguyên vật liệu, theo dõi luồng vận chuyển của hàng hoá, đến việc sử dụng các thiết bị vận hành tự động trong các kho hàng, trong vận chuyển và xếp dỡ hàng hoá. Áp dụng thành tựu của công nghệ thông tin, trao đổi dữ liệu bằng hệ thống máy tính với sự hỗ trợ của mạng lưới thông tin liên lạc và công nghệ xử lý thông tin đóng vai trò quan trọng sống còn đối với việc quản lý cả quá trình hoạt động Logistics, đặc biệt là quản lý sự di chuyển của hàng hoá và các chứng từ.

Ứng dụng công nghệ thông tin, đặc biệt là thương mại điện tử vào quá trình hoạt động Logistics sẽ tiết kiệm được các chi phí, thông tin thông suốt đảm bảo cho quá trình hoạt động thuận lợi, nhanh chóng, đạt hiệu quả cao.

2. Liên kết và cổ phần hóa

Thị trường Logistics Việt Nam đang ở trong giai đoạn cực kỳ phân tán và manh mún. Các nhà cung cấp dịch vụ Logistics của Việt Nam chỉ thuần túy hoạt động trong một số phạm vi hẹp và truyền thống như vận tải, giao nhận hoặc kho bãi mà thiếu một tư duy chiều sâu. Đã đến lúc các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ Logistics cần ngồi lại với nhau cùng hợp tác và chia sẻ nguồn lực xây dựng chuỗi dịch vụ trọn gói. Điều này giúp họ có khả năng cạnh tranh tốt hơn và đặc biệt là có thể đầu tư chiều sâu vào Logistics cả về con người và hệ thống thông tin – đây là hai thế mạnh rất nổi bật của các nhà cung cấp dịch vụ Logistics nước ngoài. Cùng với xu hướng cổ phần hoá mạnh mẽ các doanh nghiệp nhà nước đã tạo đà cho khả năng hợp tác liên kết chiến lược trở nên rất khả thi. Gần đây đã có nhiều công ty đi theo mô hình này mà cụ thể là giữa các công ty dịch vụ cảng, kho bãi và vận chuyển. Song việc liên kết hợp tác không chỉ là việc 1 + 1 mà là một quá trình tích hợp điểm mạnh và loại bỏ điểm yếu, quá trình ấy đòi hỏi doanh nghiệp thực hiện việc tái lập đến tận gốc rễ quy trình kinh doanh cốt lõi của mình và hơn hết, họ cần một đội ngũ tư vấn chuyên nghiệp đảm bảo việc tích hợp thành công.

Cụ thể hơn chúng ta có thể học hỏi từ mô hình của liên minh Thai Logisites Alliances (TLA), có nghĩa là các doanh nghiệp vừa và nhỏ trong lĩnh vực Logistics sẽ liên kết để trở thành một liên minh thống nhất. Trong mô hình này doanh nghiệp nào chuyên sâu về lĩnh vực nào thì vẫn sẽ tiếp tục hoạt động trên lĩnh vực đó, nhưng sẽ thành lập một nhóm hoạt động chung, nhóm này sẽ tiến hành bán các dịch vụ Logistics trọn gói (one stop service) rồi phân bổ cho các thành viên theo năng lực của họ. Sau đó nhóm này có nhiệm vụ phải kiểm toán tất cả dịch vụ mà từng thành viên cung cấp để xem các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ đã đảm bảo chưa. Và hơn nữa liên minh này sẽ giúp các doanh nghiệp vừa và nhỏ vẫn có thể cạnh tranh được với các đối thủ to lớn nước ngoài. Rõ ràng để làm được điều này đòi hỏi phải có một cơ chế thích hợp, và tất nhiên các thành viên phải chấp nhận việc chia sẻ thông tin và quyền lợi cho nhau. Và đằng sau liên minh ấy, sự ủng hộ và hỗ trợ của chính phủ là không thể thiếu để liên minh hoạt động.

Cho đến nay thì phần lớn vẫn là các công ty lớn mới tham gia liên doanh như kiểu Gemadept liên doanh với Schenker để lập một công ty 3PL, còn đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ thì điều này là rất khó. Bởi vậy doanh nghiệp cần cố gắng liên doanh với các đối tác nước ngoài để có thể học hỏi kinh nghiệm từ các đối tác, cung cấp dịch vụ Logistics hoàn chỉnh hơn, dần mở rộng thị trường và thâm nhập vào hệ thống Logistics toàn cầu.

Các công ty kinh doanh Logistics Việt Nam cũng có thể học hỏi kinh nghiệm của các doanh nghiệp Logistics Nhật Bản. Thị trường Logistics Nhật Bản phát triển mạnh mẽ một phần vì các doanh nghiệp Logistics nước này hợp tác với nhau, và với các doanh nghiệp trong ngành nghề liên quan, cụ thể là các doanh nghiệp xuất nhập khẩu. Các doanh nghiệp Logistics bán cổ phần cho chính các doanh nghiệp xuất nhập khẩu. Khi có hàng, các công ty xuất nhập khẩu tất nhiên sẽ liên hệ với doanh nghiệp Logistics mà mình có cổ phần. Lợi ích gắn kết các doanh nghiệp với nhau, và cùng phát triển. Rõ ràng đây là một kinh nghiệm đáng giá mà các doanh nghiệp kinh doanh Logistics Việt Nam nên học hỏi.

Giải pháp liên kết và cổ phần hóa của các doanh nghiệp Logistics đã được áp dụng và thành công ở các nước trên thế giới. Chính vì vậy, nó cũng hoàn toàn khả thi ở Việt Nam. Giải pháp này sẽ nhanh chóng góp phần phát triển ngành Logistics Việt Nam, giúp các doanh nghiệp tăng cường sự tham gia của mình vào hệ thống Logistics toàn cầu.

3. Tăng cường vai trò và sự cộng tác chặt chẽ giữa các hiệp hội ngành nghề liên quan

Các hiệp hội liên quan tới dịch vụ Logistics gồm có Hiệp hội Giao nhận kho vận Việt Nam (VIFFAS), Hiệp hội Chủ tàu Việt Nam (VSA), Hiệp hội Đại lý – Môi giới hàng hải Việt Nam (VISABA), Hiệp hội Cảng biển Việt Nam (VPA), Hiệp hội Vận tải ô tô trong quá trình phát triển dịch vụ Logistics hàng hải. Các hiệp hội ngành nghề này cần phát huy vai trò tạo dựng các liên kết, hợp tác chặt chẽ giữa các doanh nghiệp trong ngành nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ Logistics.

Thêm vào đó chúng ta cũng nên đẩy mạnh việc hợp tác giữa Hiệp hội cảng biển Việt Nam và Hiệp hội giao nhận kho vận Việt Nam. Từ đó chúng ta có thể:

- Chuẩn hóa các thủ tục kinh doanh cho hội viên trên cơ sở vẫn đảm bảo chất lượng dịch vụ logistics.

- Là cầu nối giữa doanh nghiệp với nhà nước trong việc đề ra các chính sách qui hoạch và phát triển ngành nghề.

- Tư vấn cho doanh nghiệp về mặt luật pháp quốc tế, thông tin thị trường và khách hàng, bảo vệ hội viên khi gặp rào cản và tranh chấp trong thương mại quốc tế.

- Giải quyết các tranh chấp không lành mạnh giữa các hội viên với nhau, hay giữa hội viên với các doanh nghiệp trong và ngoài nước.

- Cùng nhau xây dựng chiến lược đào tạo nhân lực cho logistics và đề ra các biện pháp xây dựng và cải thiện hạ tầng cơ sở cho logistics.

- Nghiên cứu và hoàn thiện thông lệ thương mại và pháp lý nhằm hoạt động hiệu quả kinh doanh dịch vụ logistics.

4. Xây dựng thương hiệu và chiến lược marketing nhằm khẳng định vị trí của mình

Nếu như trước tới giờ chiến lược marketing và xây dựng thương hiệu là điều khá mới mẻ với ngành dịch vụ Logistics, điều mà chúng ta thường cho rằng chỉ dành cho những sản xuất, thương mại hơn là cho Logistics nhưng bây giờ mọi thứ đã được nhìn nhận khác hơn. Cũng đã có nhiều doanh nghiệp Logistics Việt Nam mạnh dạn đầu tư cho quảng cáo, tiếp thị nhưng dường như điều đó chỉ mới mang tính chiến thuật hơn là một chiến lược dài hạn cho doanh nghiệp. Nói cho cùng ngành nào cũng thế, mỗi doanh nghiệp cũng cần khẳng định vị trí của mình một cách rõ ràng trong tâm tưởng người mua, người sử dụng để nhằm thu hút khách hàng trong thời buổi cạnh tranh là quy luật tất yếu. Hơn nữa có một thương hiệu tốt, marketing tốt sẽ tạo thuận lợi cho việc mở rộng hoạt động cho doanh nghiệp không

chỉ trong nước mà còn với thị trường nước ngoài. Để làm được điều này các doanh nghiệp Logistics cần phải:

- Phân khúc thị trường là một công việc rất quan trọng vì mỗi chủng loại mặt hàng khác nhau thì lại cần phải thiết kế một chuỗi cung ứng dịch vụ Logistics khác nhau. Có như vậy chúng ta mới tối ưu hoá được quy trình, tiết kiệm chi phí và thời gian.

- Đa dạng hoá dịch vụ cung cấp cũng là một trong những hoạt động marketing cần tiến hành chẳng hạn như việc thiết kế hệ thống ngược. Nhất là những mặt hàng triển lãm, hội chợ, tạm nhập tái xuất...đây là những mặt hàng mà nếu có hệ thống Logistics thì sẽ thuận lợi hơn rất nhiều.

- Mở rộng mối quan hệ với các văn phòng đại diện và tổ chức kinh tế nước ngoài tại Việt Nam để dễ dàng hơn trong việc quảng bá hình ảnh với các đối tác nước ngoài.

- Mở rộng địa bàn hoạt động từng bước một từ quốc gia cho đến quốc tế bằng việc nghiên cứu thị trường, khảo sát tìm tòi và học hỏi kinh nghiệm nhằm xây dựng mạng lưới đại lý của doanh nghiệp.

- Bất cứ chính sách marketing nào của doanh nghiệp cũng phải được đề củng cố và xây dựng thương hiệu của doanh nghiệp lớn mạnh hơn. Để gắn bó được với khách hàng, sản phẩm của doanh nghiệp phải thoả mãn hoặc vượt hơn sự mong đợi (chứ không chỉ là nhu cầu) của khách hàng trong lĩnh vực Logistics.

Như vậy để phát triển dịch vụ Logistics thì cần phải có sự hỗ trợ các điều kiện của Nhà nước, sự nỗ lực của mỗi doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ này, sự ủng hộ và sử dụng dịch vụ của các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh. Kết hợp được các yếu tố này thì ngành dịch vụ Logistics của Việt Nam sẽ nhanh chóng phát triển, không chỉ ở thị trường nội địa mà còn mở rộng ra thị trường khu vực và thế giới.

KẾT LUẬN

Trong thời gian qua, dịch vụ logistics của Việt Nam tuy còn khá mới mẻ nhưng các doanh nghiệp Logistics Việt Nam cũng đã đạt được những thành tựu đáng kể. Việt Nam hội tụ rất nhiều điều kiện để có thể ứng dụng và phát triển bền vững dịch vụ logistics và cũng có nhiều tiềm năng để có thể trở thành trung tâm logistics của khu vực. Nhưng bên cạnh đó, vẫn còn những hạn chế cần khắc phục ngay để nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ logistics của Việt Nam. Đó là đồng vốn và nhân lực của doanh nghiệp còn khá ít ỏi nên việc xây dựng bộ máy doanh nghiệp còn đơn giản, quy mô nhỏ, nguồn nhân lực vừa thiếu vừa yếu, chưa có đủ kinh nghiệm, nghiệp vụ chuyên sâu, các dịch vụ cung ứng thì mới nhỏ lẻ và chưa thực sự là cung ứng được chuỗi dịch vụ logistics theo đúng nghĩa của nó, điều kiện cơ sở hạ tầng còn nghèo nàn, tổ chức quản lý chông chéo.

Từ thực trạng trên cùng với tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế, không bao lâu nữa Việt Nam sẽ mở cửa cho các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ logistics 100% vốn nước ngoài vào kinh doanh tại thị trường Việt Nam. Điều này vừa là cơ hội nhưng cũng là thách thức lớn cho các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ logistics của Việt Nam, hứa hẹn một sự cạnh tranh gay gắt trong ngành cung ứng dịch vụ logistics trên thị trường Việt Nam trong thời gian tới.

Với những khó khăn và thách thức như trên đề ra nhu cầu cấp thiết cho các doanh nghiệp là phải có các giải pháp để nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh, nâng cao chất lượng dịch vụ cung ứng cho khách hàng, nâng cao năng lực cạnh tranh. Muốn làm được điều đó ngoài những nỗ lực từ phía doanh nghiệp như đầu tư và phát triển hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật, mở rộng loại hình dịch vụ cung ứng cho khách hàng, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực của doanh nghiệp thông qua đào tạo và đào tạo lại tại các trường, các trung tâm đào tạo dịch vụ logistics... cung ứng công nghệ thông tin, đặc biệt là thương mại điện tử vào hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp, liên doanh, liên kết với các doanh nghiệp logistics khác ưu tiên các doanh nghiệp nước ngoài, tăng cường hoạt động marketing... mà cần phải

có sự hỗ trợ từ phía Nhà nước trong việc đầu tư xây dựng và phát triển hệ thống cơ sở hạ tầng như hệ thống cảng biển, sân bay, đường xá... xây dựng và ban hành một khung pháp lý hoàn thiện hơn, có chiến lược đào tạo nguồn nhân lực cho ngành dịch vụ logistics chuyên nghiệp, tăng cường nhận thức cho các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh về dịch vụ logistics, vai trò và tác dụng của nó đối với hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

Tóm lại, tận dụng tốt các cơ hội và khắc phục nhanh chóng các tồn tại cũng như khó khăn và thách thức trong thời gian tới sẽ đưa các doanh nghiệp Logistics Việt Nam phát triển mạnh mẽ, hiệu quả, có năng lực cạnh tranh với các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ logistics trên thế giới, tham gia sâu rộng hơn vào hệ thống Logistics toàn cầu, từ đó góp phần đưa nền kinh tế xã hội nước ta ngày càng phát triển.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

I. Tiếng Việt

1. Nguyễn Như Tiến (2004), *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.
2. Đoàn Thị Hồng Vân (2006), *Quản trị Logistics*, NXB Thống kê.
3. Cục quản lý cạnh tranh – Bộ Công Thương và Tổng công ty hàng hải Việt Nam (2008), *Sổ tay kinh doanh Logistics*, NXB Tài chính.
4. Anh Thư (2008), Việt Nam trên bệ phóng, Tạp chí Vietnam Shipper, Số tháng 1.
5. Nguyễn Văn Chương (2007), *Phát triển dịch vụ Logistics khi Việt Nam tham nhập WTO*.
6. Quốc hội nước CHXHCN Việt Nam (2005), *Luật Thương mại 2005*.
7. Chính phủ nước CHXHCN Việt Nam (2007), *Nghị định 140/2007/NĐ-CP*.
8. Chính phủ nước CHXHCN Việt Nam (2009), *Nghị định 87/2009/NĐ-CP*.
9. Lê Văn Bảy (2007), *Những cam kết của Việt Nam khi gia nhập WTO và những tác động đến Logistics và dịch vụ Logistics*, Tạp chí Vietnam Shipper, Số tháng 1.

II. Tiếng Anh.

1. A. Nesathurai (2003), *Key players in the Logistics chain*.
2. Coyle, Bardi, Langley (2003), *The management of business Logistics – A supply chain perspective 7th edition*.
3. Douglas M.Lambert, James R.Stock, Lisa M.Ellran (1998), *Fundamentals of logistics management*, Mc Graw Hill.
4. Mashou (1999), *Logistics and supply chain management*, World Maritime University.
5. Michael Hugos (2003), *Essentials of supply chain management*, John Wiley & Sons, Inc.
6. ESCAP (2010), *Manual for Freight Forwarding*
7. Transport Intelligent (2010), *Vietnam's Logistics report 2010*

8. UNCTAD (2008,2009), *Reviews of transport services*.
9. World Bank (2010), *The Logistics performance index and its indicators*.

III. Website.

1. Nguyễn Thâm (2010), *Logistics Việt Nam hiện nay*, truy cập ngày 11/01/2010
http://vlr.vn/index.php?option=com_content&view=article&id=307%3A-logistics-vit-nam-hin-nay&catid=111%3Atng-hp&Itemid=147&lang=vi
2. Bùi Thanh Thủy (2010), *Bài toán Logistics Việt Nam*, truy cập ngày 15/01/2010
http://vlr.vn/index.php?option=com_content&view=article&id=292%3Abai-toan-logistics-ti-vit-nam&catid=111%3Atng-hp&Itemid=147&lang=vi#
3. Đoàn Thị Hồng Vân (2010), *Thực trạng Logistics và SCM tại Việt Nam*, truy cập ngày 10/01/2010
http://www.vla.info.vn/?frame=news_detail&id=353
4. Hiệp hội giao nhận kho vận Việt Nam (2010), *Logistics Việt Nam và bài toán năng lực cạnh tranh*, truy cập 11/01/2010
http://www.vlr.com.vn/index.php?option=com_content&view=article&id=131:logisticsvietnamvabaitoannanglucanhtranh&catid=102:diendan&Itemid=150&lang=vi
5. Cổng Thông tin Điện tử Chính Phủ, truy cập ngày 29/1/2010,
http://www.chinhphu.vn/cttdtcp/vi/nuocchxhcnvn/thongtintonghop/thongtintonghop_dialy.html
6. <http://www.fita.org>
7. <http://www.fiata.com>
8. <http://www.iata.com>
9. <http://www.supplychain.com>
10. <http://www.inboundlogistics.com>
11. <http://www.vietnamshipper.com>
12. <http://www.mot.gov.vn/tktm>