MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU **1**

CHƯƠNG I: TỔNG QUAN VỀ CÔNG TY CỔ PHẦN VINALINES LOGISTICS – VIỆT NAM **2**

1.1. Quá trình hình thành phát triển Công ty Cổ phần VINALINES LOGISTICS – VIỆT NAM **2**

1.1.1. Thông tin chung 2

1.1.2. Lịch sử hình thành phát triển 2

1.1.3. Ngành nghề lĩnh vực kinh doanh 4

1.2. Cơ cấu bộ máy tổ chức **5**

1.2.1. Sơ đồ cơ cấu bộ máy tổ chức 5

1.2.2. Chức năng nhiệm vụ của các phòng ban 5

1.3. Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh **9**

1.4. Những thuận lợi và khó khăn của công ty **13**

1.4.1 Thuận lợi 13

1.4.2 Khó khăn 13

CHƯƠNG II: THỰC TRẠNG KINH DOANH LOGISTICS CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN VINALINES LOGISTICS – VIỆT NAM **14**

2.1. Các yếu tố ảnh hưởng đến kinh doanh dịch vụ logistics của Công ty **14**

2.1.1. Điều kiện địa lý 14

2.1.2. Cơ sở hạ tầng 14

2.1.2.1. Hệ thống kho vận *14*

2.1.2.2. Hệ thống cảng hàng không *15*

2.1.2.3. Hệ thống đường bộ (sắt - ô tô) *18*

2.1.2.4. Hệ thống đường sông *19*

2.1.3. Môi trường pháp lý 20

2.1.4. Sự phát triển của công nghệ thông tin 21
2.1.5. Nguồn nhân lực thực hiện kinh doanh 22
2.1.6. Hội nhập kinh tế quốc tế 23
2.2.Thực trạng kinh doanh của Công ty Cổ phần VINALINES LOGISTICS – VIỆT NAM 24
2.2.1 Kết quả hoạt động kinh doanh dịch vụ logistics 24
2.2.1.1. Kết quả hoạt động kinh doanh dịch vụ logistics hình thức giao nhận: 24
2.2.1.2 Kết quả kinh doanh dịch vụ giao nhận hàng hóa đại lý *25*
2.2.1.3 Kết quả kinh doanh dịch vụ giao nhận hàng hóa quốc tế 26
2.2.2. Thực trạng phát triển kinh doanh dịch vụ logistics 27
2.3. Đánh giá thực trạng kinh doanh logistics 28
2.3.1. Ưu điểm 28
2.3.2. Nhược điểm và nguyên nhân 29
CHƯƠNG III: GIẢI PHÁP KIẾN NGHỊ PHÁT TRIỂN NĂNG LỰC CUNG CẤP DỊCH VỤ LOGISTICS TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN VINALINES LOGISTICS – VIỆT NAM 30
3.1.Cơ hội và thách thức với kinh doanh dịch vụ logistic ở VN 30
3.2. GIẢI PHÁP ĐỐI VỚI CÔNG TY CỔ PHẦN VINALINES LOGISTICS – VIỆT NAM 38
3.2.1. Phát triển các dịch vụ logistics mũi nhọn của Công ty 38
3.2.1.1. Đầu tư phát triển dịch vụ cho thuê kho bãi *38*
3.2.1.2 Phát triển dịch vụ vận tải đa phương thức (VTĐPT) *39*
3.2.2. Ứng dụng công nghệ hiện đại trong quản lý và khai thác 40
3.2.3. Tăng cường hoạt động Marketing nhằm thu hút khách hàng 40
KẾT LUẬN 42
THAM KHẢO 42

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO **43**

DANH MỤC BẢNG VÀ HÌNH

BẢNG

Bảng 1.1: Sơ đồ cơ cấu bộ máy tổ chức Công ty Cổ phần VINALINES LOGISTICS – VIỆT NAM 5

Bảng 1.2: Đánh giá kết quả kinh doanh của công ty 9

Bảng 1.3: Kết quả sản xuất kinh doanh của Công ty Cổ phần VINALINES LOGISTICS – VIỆT NAM năm 2008 10

Bảng 1.4: Kết quả sản xuất kinh doanh của Công ty Cổ phần VINALINES LOGISTICS – VIỆT NAM năm 2009 11

Bảng 1.5: Tình hình sản xuất kinh doanh năm 2010 của Công ty Cổ phần VINALINES LOGISTICS – VIỆT NAM 12

Bảng 2.1: Khối lượng hàng hóa giao nhận theo phương thức vận tải 24

Bảng 2.3: Số lượng hãng giao nhận quốc tế kí hợp đồng đại lý với Công ty Cổ phần VINALINES LOGISTICS – VIỆT NAM 25

Bảng 2.4: Kết quả kinh doanh dịch vụ giao nhận hàng hóa quốc tế 26

HÌNH:

Hình 2.1: Khối lượng hàng hóa giao nhận của phương thức đường biển 27

Hình 2.2: Khối lượng hàng hóa giao nhận của phương thức hàng không 28

LỜI MỞ ĐẦU

Trong giai đoạn mở cửa hiện nay, kinh tế Việt Nam đang đứng trước nhiều cơ hội phát triển, ngành kinh doanh dịch vụ Logistics là một trong những triển vọng phát triển kinh tế mang lại kết quả tích cực cho đất nước.

Với nền kinh tế phát triển, dịch vụ vận tải đa phương thức (logistics) đã trở thành một ngành dịch vụ tích hợp nhiều hoạt động có giá trị gia tăng cao, đem lại lợi ích kinh tế lớn, Việt Nam với môi trường kinh doanh thuận lợi, cơ hội phát triển cao hứa hẹn phát triển mạnh thị trường dịch vụ trong thời gian tới.

Phát triển logistics ở các nước có thu nhập thấp và trung bình có thể thúc đẩy thương mại tăng trưởng và đem lại lợi ích cho cả doanh nghiệp và người tiêu dùng với giá rẻ hơn và chất lượng dịch vụ đảm bảo.

Tuy nhiên, ngành dịch vụ logistics của nước ta hiện còn nhiều hạn chế, để có thể phát triển mạnh cần xem xét đến nhiều yếu tố và phương hướng phát triển.

Vinalines Logistics là một trong những thành viên của Tổng công ty Hàng hải Việt Nam ra đời nhằm đáp ứng một cách toàn diện các chiến lược phát triển dịch vụ logistics của Công ty mẹ trên phạm vi trong và ngoài nước. Vinalines Logistics đang tiến hành đầu tư vào ngành công nghiệp logistics để mở rộng dịch vụ vận tải đa phương thức với tiềm năng phát triển cao.

Bởi vậy em chọn đề tài "***Phát triển dịch vụ logistics của Công ty Cổ phần VINALINES LOGISTICS – VIỆT NAM trong điều kiện hội nhập***" mong đem lại cái nhìn cụ thể về thị trường Logistics nói chung và logistics trong Công ty Cổ phần VINALINES LOGISTICS – VIỆT NAM nói riêng.

CHƯƠNG I: TỔNG QUAN VỀ CÔNG TY CỔ PHẦN VINALINES LOGISTICS – VIỆT NAM

1.1. Quá trình hình thành phát triển Công ty Cổ phần VINALINES LOGISTICS – VIỆT NAM

1.1.1. Thông tin chung

Công ty Vinalines Logistics – Việt Nam là một công ty cổ phần, có tư cách pháp nhân phù hợp với pháp luật Việt Nam. Công ty được hoạt động theo quy định của pháp Luật doanh nghiệp và các quy định có liên quan của pháp luật và Điều lệ của công ty. Công ty cổ phần Vinalines Logistics – Việt Nam là công ty con của Tổng công ty Hàng Hải Việt Nam thực hiện quyền và nghĩa vụ của công ty con theo quy định tại Điều lệ tổ chức và hoạt động của Tổng công ty Hàng hải Việt Nam.

Tên công ty

Tên viết bằng tiếng Việt: CÔNG TY CỔ PHẦN VINALINES LOGISTICS – VIỆT NAM

Tên viết bằng tiếng Anh: VINALINES LOGISTICS – VIETNAM JOINT STOCK COMPANY

Tên viết tắt : VINALINES LOGISTICS

Trụ sở Công ty : Phòng 405 Tầng 4, tòa nhà Ocean Park, Số 1 Đào Duy Anh, Phường Phương Mai , Quận Đống Đa, Hà Nội

Điện thoại : 04.35772036

Fax : 04.35772046

Email : info@vinalineslogistics.com.vn

Website : http://www.vinalineslogistics.com.vn

1.1.2. Lịch sử hình thành phát triển

Dịch vụ logistics là một lĩnh vực có nhiều ý nghĩa hết sức quan trọng trong sản xuất và lưu thông hàng hóa, mang lại rất nhiều việc làm cho người

lao động, lượng vốn đầu tư đòi hỏi không nhiều nhưng lại thu được lợi nhuận cao. Hàng năm chi phí cho dịch vụ này chiếm 15% GDP, đạt khoảng 8 đến 12 tỷ USD tại thị trường Việt Nam. Tuy nhiên, một điều đáng tiếc hiện nay là phần lớn lợi nhuận trên đã và đang rơi vào tay các công ty, tập đoàn lớn của nước ngoài.

Hiện cả nước có khoảng 800 doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực Logistics là một con số khá lớn nhưng thực tế đa phần là những doanh nghiệp nhỏ và rất nhỏ. Điều này dẫn đến những hạn chế về nguồn vốn, nhân lực, công nghệ…. Việt Nam chưa có bất cứ doanh nghiệp nào đủ sức đứng ra tổ chức, điều hành toàn bộ quy trình trong lĩnh vực này.

Với điều kiện đặc điểm và thực trạng như trên, và dựa trên các cơ sở pháp lý hiện hành như:

- Luật đầu tư số 59/2005/QH11, được Quốc Hội khóa XI kì họp thứ 8 thông qua ngày 29/11/2005.

- Luật thương mại số 36/2005/QH 11 được Quốc Hội khóa XI kì họp thứ 7 thông qua ngày 14/6/2005.

- Luật Doanh nghiệp số 60/2005/QH 11 được Quốc Hội khóa Xi kì họp thứ 8 thông qua ngày 29/11/2005.

- Các văn bản khác quy định về điều kiện kinh doanh cảng nội địa (ICD), kho ngoại quan, vận tải đa phương thức…Ngày 03/08/2007 tại Tổng công ty Hàng Hải Việt Nam đã có cuộc họp đại hội đồng cổ đông về việc thành lập ***Công ty cổ phần Vinalines Logistics Việt Nam***, trên cơ sở đó Công ty cổ phần Vianlines Logistics Việt Nam được thành lập theo giấy chứng nhận đăng kí kinh doanh số 0103018983 do Sở kế hoạch và đầu tư Hà Nội cấp ngày 10 tháng 8 năm 2007, với số vốn điều lệ là 158.000.000.000 đồng (Một trăm năm mươi tám tỷ đồng).

Công ty thành lập với một số nhiệm vụ sau:

- Thứ nhất, Vinalines Logistics sẽ là đầu mối tập hợp, liên kết các công ty thành viên trong hoạt động Logistics thành một mạng lưới Logistics của

Tổng công ty Hàng hải Việt Nam đủ sức mạnh để cạnh tranh trong điều kiện hội nhập toàn cầu, hỗ trợ tích cực chủ trương chiếm lĩnh, làm chủ thị trường, vận chuyển khai thác container nội địa; đồng thời liên kết với các đối tác nước ngoài để thiết lập mạng lưới hoạt động tại các nước trong khu vực như Hồng Kông, Singapore, Đài Loan, Thái Lan, Trung Quốc và thâm nhập vào thị trường các nước phát triển như Nhật Bản, Châu Âu, Mỹ...

- Thứ hai, Công ty chủ trương không cạnh tranh với các công ty thành viên mà hoạt động chính là đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng tại các đầu mối trọng điểm.

1.1.3. Ngành nghề lĩnh vực kinh doanh

- Dịch vụ Logistics;
- Bốc xếp hàng hóa;
- Lưu giữ hàng hóa trong kho ngoại quan, kho đông lạnh và kho khác;
- Giao nhận hàng hóa nội địa, hàng hóa xuất nhập khẩu;
- Dịch vụ khai thuê hải quan;
- Dịch vụ đại lý tàu biển;
- Dịch vụ đại lý vận tải đường biển, đường bộ, đường sắt, đường hàng không;
- Dịch vụ đại lý container;
- Dịch vụ môi giới hàng hải ;
- Dịch vụ kiểm đếm hàng hóa ;
- Vận tải hàng hóa, container, hàng hóa siêu trường siêu trọng bằng đường bộ, đường sắt, đường biển ;
- Vận tải đa phương thức ;
- Cho thuê phương tiện, thiết bị chuyên dùng để bốc xếp, bảo quản và vận chuyển hàng hóa ;
- Kinh doanh xuất nhập khẩu hàng hóa, môi giới thương mại, đại lý mua bán, ký gửi hàng hóa ;
- Dịch vụ tư vấn cho khách hàng về việc vận chuyển, giao nhận, lưu kho

và các dịch vụ khác liên quan đến hàng hóa ;

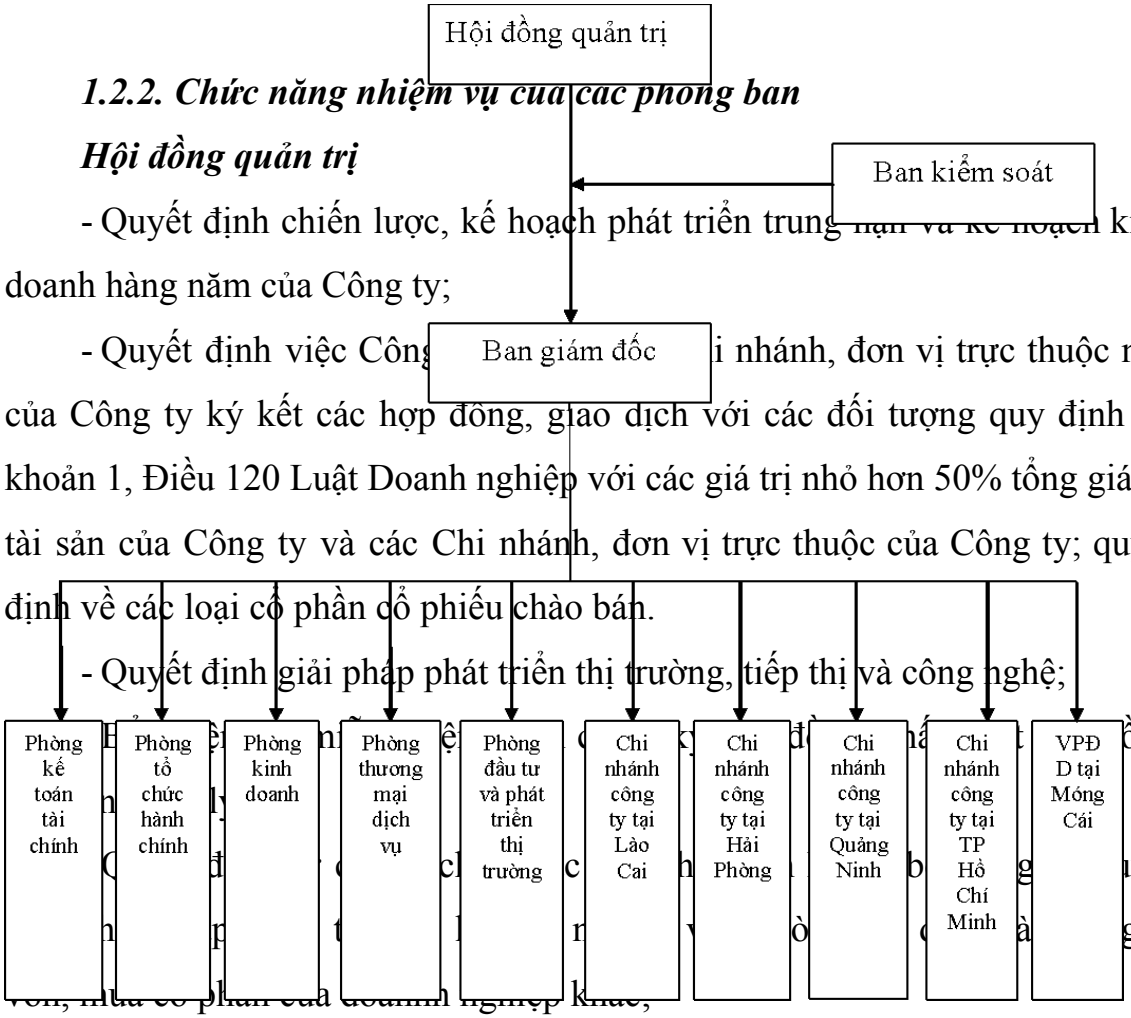
- Dịch vụ ủy thác và nhận ủy thác đầu tư.

Vinalines Logistics đang tiến hành đầu tư vào ngành công nghiệp logistics để mở rộng dịch vụ vận tải đa phương thức.

1.2. Cơ cấu bộ máy tổ chức

1.2.1. Sơ đồ cơ cấu bộ máy tổ chức

Bảng 1.1: Sơ đồ cơ cấu bộ máy tổ chức Công ty Cổ phần VINALINES LOGISTICS – VIỆT NAM



1.2.2. Chức năng nhiệm vụ của các phòng ban

Hội đồng quản trị

- Quyết định chiến lược, kế hoạch phát triển trung hạn và kế hoạch kinh doanh hàng năm của Công ty;

- Quyết định việc Công ty thành lập chi nhánh, đơn vị trực thuộc nào của Công ty ký kết các hợp đồng, giao dịch với các đối tượng quy định tại khoản 1, Điều 120 Luật Doanh nghiệp với các giá trị nhỏ hơn 50% tổng giá trị tài sản của Công ty và các Chi nhánh, đơn vị trực thuộc của Công ty; quyết định về các loại cổ phần cổ phiếu chào bán.

- Quyết định giải pháp phát triển thị trường, tiếp thị và công nghệ;

- Quyết định [illegible] góp vốn, mua cổ phần của doanh nghiệp khác;

Ban giám đốc

Ban giám đốc trong công ty là Tổng giám đốc và Phó Tổng giám đốc

- Tổng giám đốc do Hội đồng quản trị bổ nhiệm là người điều hành công việc kinh doanh hàng ngày của Công ty trên cơ sở quyền hạn và nhiệm vụ

được quy định như sau:

+ Quyết định các vấn đề liên quan đến công việc hàng ngày của Công ty mà không phải có quyết định của Hội đồng quản trị, bổ nhiệm, miễn nhiệm cách chức các chức danh quản lý

+Quyết định lương và phụ cấp (nếu có) đối với người lao động trong Công ty, kể cả cán bộ quản lý thuộc thẩm quyền bổ nhiệm của Hội đồng quản trị

+ Quyết định hợp đồng kinh doanh;

+ Tuyển dụng, thuê mướn và bố trí sử dụng lao động;

+ Quản lý toàn bộ tài sản của Công ty.

+ Tìm kiếm việc làm cho Công ty.

+ Chịu trách nhiệm trước Hội đồng quản trị, Đại hội đồng cổ đông và pháp luật về những sai phạm gây tổn thất cho Công ty.

Ban kiểm soát

Là tổ chức thay mặt cổ đông để giám sát Hội đồng quản trị, Tổng giám đốc trong việc quản lý và điều hành Công ty.

Gồm 3 thành viên do Đại hội đồng cổ đông bầu và bãi miễn bằng thể thức bỏ phiếu kín trực tiếp.

Quyền hạn nhiệm vụ của Ban kiểm soát:

- Thực hiện giám sát Hội đồng quản trị, Tổng giám đốc trong việc quản lý và điều hành Công ty; chịu trách nhiệm trước Đại hội đồng cổ đông trong thực hiện các nhiệm vụ được giao;

- Kiểm tra tính hợp lý, hợp pháp trung thực và mức độ khẩn trọng trong công tác kế toán, thống kê và lập báo cáo tài chính của Công ty và kiến nghị khắc phục sai phạm;

- Thẩm định báo cáo tình hình kinh doanh, báo cáo tài chính hằng năm và sáu tháng của Công ty, báo cáo đánh giá công tác quản lý của Hội đồng

quản trị và trình Đại hội đồng cổ đông báo cáo thẩm định tại các cuộc họp thường niên.

Phòng tài chính kế toán

Phòng tài chính kế toán là phòng có chức năng nhiệm vụ tham mưu cho Tổng giám đốc công tác điều hành công việc quản lý tài sản, tiền vốn đáp ứng yêu cầu sản xuất kinh doanh cho đúng Pháp luật. Tham mưu kịp thời việc bảo toàn và phát triển vốn của Công ty.

Phòng đầu tư & phát triển thị trường

Là phòng có chức năng trong lĩnh vực đầu tư, triển khai, điều hành công tác đầu tư, lập hồ sơ và hoàn thiện các thủ tục đầu tư phát triển thị trường.

Nghiên cứu và phát triển thị trường trong và ngoài nước để mở rộng hoạt động sản xuất kinh doanh của Công ty và các Chi nhánh trực thuộc.

Làm đầu mối xây dựng dự thảo chiến lược đầu tư phát triển trung hạn và dài hạn của Công ty.

Phòng kinh doanh

Chức năng, nhiệm vụ của phòng kinh doanh gồm:

- Tham mưu cho Tổng giám đốc trong việc ký kết các hợp đồng vận tải hàng hóa trong và ngoài nước.

- Làm dịch vụ vận tải, dịch vụ kiểm đếm hàng hóa, dịch vụ đại lý container, dịch vụ môi giới hàng hải.

- Làm dịch vụ tư vấn cho khách hàng về việc vận chuyển; Trực tiếp phụ trách công tác cho thuê phương tiện, thiết bị chuyên dùng để bốc xếp, bảo quản, và vận chuyển hàng hóa.

Phòng thương mại & dịch vụ

Nghiên cứu tìm hiểu thị trường trong và ngoài nước, giao dịch nắm bắt yêu cầu xuất khẩu, tạm nhập tái xuất, chuyển khẩu v.v…

Xây dựng các chiến lược về xuất nhập khẩu, chiến lược kinh doanh và

chiến lược thị trường, chính sách khách hàng với Công ty.

Phòng tổ chức hành chính

Phòng tổ chức hành chính là phòng tham mưu cho Tổng giám đốc Công ty về công tác tổ chức bộ máy sản xuất kinh doanh, thực hiện công tác lao động và tiền lương, quyền lợi, chế độ chính sách của Nhà nước, phòng chống cháy nổ, quân sự, tự vệ, thi đua khen thưởng kỷ luật và công tác hành chính quản trị, đào tạo bồi dưỡng đội ngũ CBCNV

Chi nhánh tại Lào Cai, chi nhánh tại Hải Phòng, chi nhánh tại Quảng Ninh, chi nhánh tại T.p Hồ Chí Minh

Trực tiếp quản lý, điều hành, khai thác đội xe container của Công ty, khai thác kinh doanh.

- Tham mưu cho tổng giám đốc về cách quản lý, sử dụng đội xe container có hiệu quả.

- Tham mưu cho Tổng giám đốc về cách trả thù lao cho lái xe container.

- Lập kế hoạch và triển khai theo dõi, giám sát công tác cải tạo, nâng cấp, sửa chữa định kỳ đội xe container.

- Kho ngoại quan: Phục vụ hàng XNK, hàng tạm nhập tái xuất, hàng tạm xuất tái nhập, hàng quá cảnh.

- Quản lý và triển khai trực tiếp dịch vụ đóng gói hàng hóa;

- Thực hiện công tác thống kê, báo cáo định kỳ tải trọng khai thác, quản lý kho CFS theo quy định của Công ty;

- Quản lý và khai thác trực tiếp bãi đóng/ rút hàng container;

- Lập kế hoạch khai thác/ bốc xếp bãi container có hàng; bãi container rỗng và bãi container hàng lạnh;

Lập kế hoạch điều độ hiện trường sản xuất; tổ chức, quản lý và sử dụng hiệu quả các phương tiện nâng hạ, xếp đỡ và vận tải phục vụ khai thác.

Văn phòng đại diện tại Móng Cái

Là đầu mối khai thác nguồn hàng kinh doanh xuất nhập khẩu của Công ty sang thị trường nước ngoài. Hoạt động trong kinh doanh xuất nhập khẩu

1.3. Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh

Bảng 1.2: Đánh giá kết quả kinh doanh của công ty

Chỉ tiêu	Kế hoạch 2008	Thực hiện 2008	Kế hoạch 2009	Thực hiện 2009	Tỉ lệ thực hiện %	
					2008	2009
1. Doanh số bán hàng, cung cấp dịch vụ	670.000.000	952,369,574	805.000.000	1,011.471.242	142.14	125.65
4. Lợi nhuận trước thuế	7.000.000	13.667.914	5.000.000	8.905.172	195,26	179.82

Trong năm 2008, mặc dù tình hình sản xuất kinh doanh gặp nhiều khó khăn do diễn ra cuộc khủng hoảng tài chính trên thế giới, hoạt động xuất nhập khẩu bị ảnh hưởng nặng nề, đơn giá dịch vụ liên tục thay đổi theo hướng bất lợi, nhưng Công ty đã tập trung nắm bắt tốt các cơ hội kinh doanh, xác định thời điểm đầu tư hợp lý, kiểm soát rủi ro để hạn chế phần nào tác động tiêu cực trên. Vì vậy, kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty cả năm đã vượt kế hoạch do Hội đồng quản trị đề ra, cụ thể như sau:

Bảng 1.3: Kết quả sản xuất kinh doanh của Công ty Cổ phần VINALINES LOGISTICS – VIỆT NAM năm 2008

Đơn vị tính: nghìn đồng

Chỉ tiêu	Kế hoạch 2008	Thực hiện 2008	Tỉ lệ thực hiện %
1. Doanh số bán hàng, cung cấp dịch vụ	670.000.000	952,369,574	142.14
2. Chi phí quản lý doanh nghiệp	3000.000	3.786.044	126.20
2. Chi phí thuế TNDN hiện hành	1.800.000	3.447.382	191.53
3. Lợi nhuận sau thuế TNDN	5.200.000	10.220.532	196.55
4. Lợi nhuận trước thuế	7.000.000	13.667.914	195,26

Nguồn: Báo cáo kiểm toán tài chính năm 2008

Năm 2009 đã được Hội đồng quản trị Công ty xác định là một năm rất nhiều khó khăn do ảnh hưởng của cuộc khủng hoảng tài chính trên thế giới. Tốc độ tăng trưởng kinh tế, kim ngạch xuất nhập khẩu giảm mạnh, hoạt động kinh doanh, thương mại, dịch vụ Logistics… gặp ảnh hưởng không nhỏ. Tình hình xuất nhập khẩu tháng 9/2009 đã có những dấu hiệu tích cực so với dự đoán từ đầu năm, tuy nhiên vẫn giảm so với cùng kì năm 2008. Tổng kim ngạch xuất nhập khẩu 9 tháng năm 2009 ước đạt 90 tỷ USD, giảm 20,5% so với cùng kỳ năm 2008, trong đó xuất khẩu ước đạt 41,7 tỷ USD, giảm 14,3% và nhập khẩu ước là 48,3 tỷ USD, giảm 25,2%. Việc thực hiện các gói giải

pháp kích cầu và các giải pháp tích cực về quản lý vĩ mô nền kinh tế của Chính phủ tuy đã hạn chế phần nào ảnh hưởng của các tác động tiêu cực nhưng những khó khăn chung của nền kinh tế vĩ mô trong thời kì khủng hoảng kinh tế, những khó khăn cụ thể của các Doanh nghiệp vận tải đa phương thức đã làm cho các chỉ tiêu sản lượng, doanh thu của Công ty đạt được kết quả chưa cao như kế hoạch đề ra. Các chỉ tiêu đạt được năm 2009 được tổng hợp theo bảng sau:

Bảng 1.4: Kết quả sản xuất kinh doanh của Công ty Cổ phần VINALINES LOGISTICS – VIỆT NAM năm 2009

Đơn vị tính: nghìn đồng

Chỉ tiêu	Kế hoạch 2009	Thực hiện 2009	Tỉ lệ thực hiện %
1. Doanh số bán hàng, cung cấp dịch vụ	805.000.000	1,011.471.242	125.65
2. Doanh thu tính lương (lãi gộp)	30.000.000	34.646.797	115.49
2. Lợi nhuận trước thuế	5.000.000	8.905.172	179.82
3. Thuế TNDN	1.250.000	1.514.506	179.82

Nguồn : Báo cáo kiểm toán tài chính năm 2009

Về hoạt động vận tải: sức cầu giảm của nhu cầu vận chuyển hàng hoá khiến cho doanh thu từ hoạt động vận tải năm 2009 đạt chưa cao, tuy nhiên với sự chỉ đạo quyết liệt của ban lãnh đạo, tìm các giải pháp, tiếp cận các khách hàng để đạt được sản lượng khai thác. Đội xe vận chuyển Container tại Hải Phòng khai thác đạt 1776 TUES, lãi gộp ước đạt 3 tỉ. Chi nhánh thành phố Hồ Chí Minh tuy mới được thành lập và khai thác đội xe vào tháng 10/2009 nhưng đã có những cố gắng nỗ lực ban đầu, trong 2 tháng tháng 11 và tháng 12 năm 2009 đã khai thác được 400TUES, lãi gộp ước đạt 700 triệu đồng. Đây là cơ sở tạo tiền đề để hoạt động vận tải chung của Công ty đạt kết quả trong những năm sau.

Về hoạt động thương mại dịch vụ của Công ty trong năm 2009 vẫn là hoạt động mang lại doanh thu chủ yếu cho Công ty. Năm 2009 là năm có

nhiều biến động ảnh hưởng trực triếp đến dịch vụ tạm nhập tái xuất mà Công ty đang triển khai đặc biệt là giai đoạn từ tháng 4 năm 2009 đến tháng 9 năm 2009. Đây là khoảng thời gian mà tất cả các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực này đều rất khó khăn, hàng không giải phóng được hoặc lúc giải phóng được thì các hãng tàu đều hạn chế cho hàng về. Đi theo đó là rất nhiều vấn đề phát sinh khác không thể lường hết. Nguyên nhân chủ yếu việc giao nhận hàng hóa bị ảnh hưởng do lượng hàng trên thị trường bị ảnh hưởng nặng nề do khủng hoảng kinh tế. Ngoài ra do chi phí vận chuyển tăng, các phát sinh do lưu kho, bãi lớn do ách tách hàng hóa tại các cửa khẩu. Tuy nhiên, đến tháng 10 trở đi đã có những chuyển biến rất khả quan, lượng hàng được khai thác trở lại đạt hiệu quả, thời gian làm hàng nhanh, đáp ứng được yêu cầu của khách hàng. Mặc dù có nhiều lúc khách hàng chưa được hài lòng hoàn toàn nhưng năm 2009 được đánh giá là năm Công ty đã giữ và phát huy hơn nữa những gì đã làm được của năm 2008 như: giữ và tìm kiếm được khách hàng mới, mở rộng thêm một số mặt hàng, quan hệ với các hãng tầu, với các cơ quan quản lý nhà nước được khẳng định, các nghiệp vụ chuyên môn của cán bộ công nhân viên đã dần đi vào ổn định...

Về hoạt động tài chính: lãi suất huy động 9 tháng đầu năm giảm làm cho doanh thu từ hoạt động tài chính của Công ty cũng giảm đáng kể. Đó cũng chính là một trong những nguyên nhân dẫn đến doanh thu cả Công ty 9 tháng đầu năm đạt chưa cao so với kế hoạch đề ra.

Bảng 1.5: Tình hình sản xuất kinh doanh năm 2010 của Công ty Cổ phần VINALINES LOGISTICS – VIỆT NAM

Đơn vị tính: nghìn đồng

Chỉ tiêu	Kế hoạch 2010	Thực hiện 2010	Tỉ lệ thực hiện %
1. Doanh số bán hàng, cung cấp dịch vụ	900.000.000	1670400000	185,6
2. Doanh thu tính lương (lãi gộp)	32.000.000	40102400	125,32
2. Lợi nhuận trước thuế	5.500.000	8426000	153,2

Báo cáo 2010 Công ty Cổ phần VINALINES LOGISTICS – VIỆT NAM

Trong năm 2010 vừa qua, Công ty Cổ phần VINALINES LOGISTICS – VIỆT NAM đã đạt được thành tích đáng kể. Doanh thu năm 2010 vượt so với kế hoạch là 1670400 triệu đồng tăng 185,6% đạt mức cao nhất so với 2 năm trước và nâng lợi nhuận đạt mức 8426 triệu đồng tăng 153,2% so với kế hoạch. Do trong năm qua công ty mở rộng sang các hoạt động kinh doanh, đầu tư phát triển cảng ICD Lào Cai, củng cố thêm năng lực vận tải để cạnh tranh và tăng trưởng đạt mức cao trong các quý.

Trong chiến lược dài hạn Công ty Cổ phần VINALINES LOGISTICS – VIỆT NAM đang phấn đấu đạt mức lợi nhuận cao, chiếm thị phần lớn trên thị trường quốc tế.

1.4. Những thuận lợi và khó khăn của công ty

1.4.1 Thuận lợi

Tình hình kinh doanh tại Công ty Cổ phần VINALINES LOGISTICS – VIỆT NAM đang trên đà phát triển do có được sự đầu tư về hệ thống cơ sở vật chất hợp lý, phối hợp phòng ban cùng với sự phát triển của xu hướng logistics Việt Nam và quốc tế. Cảng Lào Cai là một trong những hoạt động đi đầu mũi nhọn đang từng bước hoàn thiện đi vào hoạt động đem lại kết quả khởi sắc cho công ty.

1.4.2 Khó khăn

Trước mắt doanh nghiệp còn gặp một số trở ngại hạn chế về đội ngũ lao động. Là một doanh nghiệp mới còn trẻ trên thị trường logistics nên Công ty Cổ phần VINALINES LOGISTICS – VIỆT NAM còn có nhiều hạn chế về chuyên môn và hợp đồng kinh doanh khác.

CHƯƠNG II: THỰC TRẠNG KINH DOANH LOGISTICS CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN VINALINES LOGISTICS – VIỆT NAM

2.1. Các yếu tố ảnh hưởng đến kinh doanh dịch vụ logistics của Công ty

2.1.1. Điều kiện địa lý

Điều kiện địa lý thuận lợi là một trong những yếu tố để phát triển logistics. Nước ta là một quốc gia có biển, với chiều dài bờ biển hơn 3200 km, hệ thống cảng biển đa dạng trải đều từ Bắc vào Nam lại nằm trên tuyến đường hàng hải quốc tế,phải nói rằng thiên nhiên ưu đãi cho Việt Nam một điều kiện địa lý rất lý tưởng để phát triển vận tải đường biển. Với sự ưu đãi này không những tạo điều kiện thuận lợi cho Việt Nam phát triển buôn bán với các quốc gia, các khu vực trên thế giới mà còn có thể đưa Việt Nam trở thành nơi trung chuyển hàng hóa trong khu vực. Ngoài lợi thế về đường biển, hệ thống sông ngòi Việt Nam cũng đa dạng và phong phú đặc biệt là đồng bằng Nam bộ, tạo điều kiện phát triển giao thông nội thủy. Hàng hóa được dỡ khỏi cảng biển, tiếp tục lên các phương tiện vận tải nội thủy theo các đường sông đi sâu vào đất liền để giao hàng.Với hai vùng châu thổ (đồng bằng Bắc bộ và Nam bộ) bằng phẳng, rộng lớn được nối với nhau bởi dẻo đất Trung bộ đã tạo điều kiện thuận lợi cho việc phát triển giao thông đường sắt và ô tô – một mắt xích không thể thiếu được trong vận tải đa phương thức.

Với điều kiện địa lý như đã đề cập trên đây, Công ty có đầy đủ các điều kiện để áp dụng và phát triển hoạt động logistics.

2.1.2. Cơ sở hạ tầng

2.1.2.1. Hệ thống kho vận

Cho đến nay Việt Nam hiện có 266 cảng biển lớn nhỏ tại 24 tỉnh, thành

vùng duyên hải. Trong đó, 9 cảng có khả năng cải tạo, nâng cấp để tiếp nhận tàu 50.000 DWT (loại tàu trung bình của thế giới) hoặc tàu chở container đến 3.000 TEU.

Ở khu vực miền Bắc, hàng hoá chủ yếu được vận chuyển qua cảng Hải Phòng và Cái Lân (được khai thác từ năm 2005). Trong 5 năm qua, mức tăng trưởng vận tải hàng hoá tại cảng Hải Phòng là 25%. Đây là tốc độ cao nhất tại Việt Nam và sẽ còn tiếp tục tăng trưởng cao hơn trong thời gian tới. Cảng Hải Phòng hiện có quy mô lớn gấp 8 lần cảng Cái Lân, có thuận lợi là gần thủ đô Hà Nội. Một chuyên gia nước ngoài cho rằng Chính phủ Việt Nam cần tập trung đầu tư hơn nữa cho cảng Hải Phòng, nhất là nâng mức mớn nước lên trên 20m để các tàu có trọng tải lớn có thể cập cảng.

Tại miền Nam, hệ thống cảng gồm: Cát Lái, VICT, Sài Gòn, Bến Nghé, ICP Phước Long, New Port ICP, Cái Mép - Thị Vải, Vũng Tàu, Hiệp Phước... hiện đang bị quá tải. Trong năm 2008, cảng biển khu vực miền Nam chiếm tới 72% lượng hàng hoá vận chuyển của cả nước. Từ đầu năm 2009 đến nay, toàn hệ thống cảng biển miền Nam vận tải hàng hoá đạt 2,7 triệu TEU (đơn vị tính khả năng chở hàng của tàu container); phấn đấu đến hết năm 2009 đạt 3 triệu TEU.

Tại miền Trung, hai cảng lớn Đà Nẵng và Quy Nhơn chỉ đáp ứng 2% lượng hàng hoá vận chuyển của cả nước. Tính trung bình, hàng hoá vận chuyển thông qua cảng Đà Nẵng chỉ đạt 40.000 TEUs/năm và cảng Quy Nhơn 50.000 TEUs/năm. Con số này chứng tỏ lượng hàng hoá vận chuyển qua hệ thống cảng miền Trung là không nhiều.

2.1.2.2. Hệ thống cảng hàng không

Cụm cảng hàng không miền Bắc được thành lập ngày 28/02/1977. Trải qua 30 năm xây dựng và phát triển, đã từng bước trưởng thành, vươn lên mạnh mẽ, ngày càng đổi mới, đạt được nhiều thành tích trong hoạt động sản

xuất kinh doanh, đảm bảo an ninh an toàn hàng không; xây dựng và phát triển cơ sở hạ tầng, trang thiết bị kỹ thuật của Cảng hàng không, đáp ứng yêu cầu tăng trưởng nhanh của thị trường hàng không trong nước và quốc tế. Là một doanh nghiệp Nhà nước được giao nhiệm vụ khai thác Cảng hàng không quốc tế Nội Bài và các cảng hàng không khu vực miền Bắc gồm Cảng hàng không Cát Bi – thành phố Hải Phòng, Cảng hàng không Vinh - tỉnh Nghệ An, Cảng hàng không Nà Sản - tỉnh Sơn La, Cảng hàng không Điện Biên - tỉnh Điện Biên. Trong hệ thống các cảng hàng không khu vực miền Bắc, Cảng hàng không quốc tế Nội Bài là một cảng hàng không lớn của thủ đô Hà Nội, có vị trí kinh tế, chính trị, địa lý hết sức quan trọng và thuận lợi, là điểm đến hấp dẫn của hành khách, là trung tâm trung chuyển hàng hoá đầy tiềm năng. Hiện tại có 22 hãng hàng không đang khai thác tại Cảng hàng không quốc tế Nội Bài, với 06 đường bay nội địa và 18 đường bay quốc tế. Được quan tâm đầu tư về cơ sở hạ tầng như: xây dựng ga hàng hoá với công suất 126.000 tấn/năm, hệ thống trang thiết bị dẫn đường, điều hành cất hạ cánh, giám sát an ninh, an toàn hàng không và công trình đường cât hạ cánh thứ hai (11R/29L) đạt tiêu chuẩn CAT2 đã được đưa vào khai thác từ tháng 7/2006. Công tác chuẩn bị đầu tư Dự án Nhà ga hành khách T2 của sân bay quốc tế Nội Bài với công suất 8 – 10 triệu hành khách/năm đang được triển khai theo phê duyệt của Thủ tướng Chính phủ. Lúc đó sân bay Nội Bài sẽ có công suất phục vụ 14-16 triệu khách năm. Cụm cảng hàng không miền Bắc đặc biệt quan tâm tới việc phát triển mạng lưới cảng hàng không dân dụng trong khu vực. Dự kiến năm 2008 sẽ đưa vào khải thác Cảng hàng không Đồng Hới - tỉnh Quảng Bình. Khi hoàn thành đưa vào khai thác, cảng hàng không Đồng Hới sẽ góp phần mở rộng giao lưu thương mại, đầu tư và du lịch, thúc đẩy sự phát triển kinh tế, xã hội của tỉnh Quảng Bình và khu vực Bắc Trung Bộ. Cụm cảng đang triển khai thủ tục để trình các cấp có thẩm quyền phê duyệt các dự án quy hoạch, đầu tư xây dựng cảng hàng không Gia Lâm - thành phố Hà Nội, Móng Cái - tỉnh Quảng Ninh, Lào Cai - tỉnh Lào Cai… Trong những năm

qua, Cảng hàng không Cát Bi - thành phố Hải Phòng đã khai thác hiệu quả các đường bay trong nước. Từ tháng 5/2006 đường bay quốc tế Cát Bi - Macau với tần suất 01 chuyến/ngày đã được đưa vào khai thác với sản lượng hành khách ngày càng tăng. Cụm cảng Hàng không miền Bắc luôn quan tâm phát triển, mở rộng các loại hình dịch vụ nhằm đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu của hành khách và các hãng hàng không như: cung ứng dịch vụ phục vụ mặt đất, kinh doanh hàng miễn thuế, dịch vụ ăn uống giải khát, sách báo, thông tin liên lạc, bách hoá, hàng lưu niệm…

Cụm cảng Hàng không miền Trung được thành lập theo quyết định số 113/1988/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ, trong đó quy định là doanh nghiệp nhà nước hoạt động công ích, cung ứng các dịch vụ hàng không và phi hàng không. Cụm cảng hàng không miền Trung được Cục hàng không dân dụng Việt Nam uỷ quyền một số chức năng quản lý nhà nước về lĩnh vực hàng không dân dụng của các cảng hàng không trong khu vực miền Trung Việt Nam. Cụm cảng hàng không miền Trung là một cơ quan trực thuộc Cục hàng không Dân dụng Việt Nam, Bộ Giao thông Vận tải. Cụm cảng Hàng không miền Trung có trụ sở tại Sân bay Quốc tế Đà Nẵng và quản lý các sân bay sau: Sân bay Quốc tế Đà Nẵng, sân bay Quốc tế Phú Bài, sân bay Quốc tế Cam Ranh, sân bay Phù Cát, sân bay Pleiku, sân bay Đông Tác, sân bay Chu Lai.

Cụm cảng Hàng Không miền Nam là cơ quan trực thuôc Cục hàng không Việt Nam, được hình thành sau tháng 4-1975 trên cơ sở tiếp quản, quản lý và khai thác các cảng hàng không khu vực miền Nam do chế độ cũ thất bại để lại.. Hơn 30 năm xây dựng và phấn đấu Cụm cảng Hàng không Miền Nam đã có những bước tiến dài trên con đường phát triển và hội nhập, đáp ứng nhu cầu ngày một cao của sự nghiệp công nghiệp hoá hiện đại hoá đất nước,sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc Việt Nam Xã hội Chủ nghĩa.Trụ sở chính của Cụm cảng Hàng Không miền Nam đặt tại sân bay Tân Sơn Nhất số 1 đường Trường Sơn, Quận Tân Bình, Thành phố Hồ Chí Minh. Cụm cảng

Hàng Không miền Nam quản lý tất cả các sân bay ở miền Nam Việt Nam (bao gồm Sân bay Tân Sơn Nhất, Sân bay Liên Khương, Sân bay Trà Nóc, Sân bay Buôn Ma Thuật, Sân bay Cà Mau, Sân bay Cỏ ông, Sân bay Rạch Giá, Sân bay Dương Đông...) Các công ty trực thuộc Cụm cảng Hàng Không miền Nam gồm có Sacco, Sags...Năm 2006, các sân bay của Cụm cảng hàng không miền Nam đã phục vụ hơn 9 triệu lượt khách, trong đó, riêng Sân bay quốc tế Tân Sơn Nhất phục vụ 8,5 triệu khách.

2.1.2.3. Hệ thống đường bộ (sắt - ô tô)

Đường sắt Việt Nam được xây dựng và phát triển đến nay đã trên 120 năm. Với tổng chiều dài 2.632 km, đường sắt Việt Nam nối liền các khu dân cư, trung tâm văn hoá nông nghiệp và công nghiệp trên cả nước trừ khu vực đồng bằng sông Cửu Long. Ngoài mạng lưới đường ray,đường sắt Việt Nam còn có một hệ thống cầu cống, hầm, đầu tầu và toa xe chuyên chở hàng và hành khách.

Hiện tại, mạng lưới đường sắt có 2.632km đường chính tuyến, 403km đường ga và 108km đường nhánh. Trong đó 85% là đường khổ 1.000mm, 6% là đường khổ 1.435mm và 9% là đường lồng (lồng chung 2 khổ 1.000mm và 1.435mm).

Chiều dài của các loại đường

Đường chính và đường nhánh	2.632 km
Trong đó:	
- Đường khổ 1.000 mm	2.237 km
- Đường khổ 1.435 mm	158 km
- Đường lồng	237 km
Đường tránh và đường nhánh	511 km
Tổng cộng	3.143 km

Một số cơ sở hạ tầng khác của ngành

Hệ thống đường sắt có tất cả 1.790 cầu đường sắt với chiều dài 45.368 mét và 31 cầu chung đường sắt - đường bộ dài 11.753 mét, trong đó tổng chiều dài cầu trên tuyến Hà Nội - TP Hồ Chí Minh là 36.056 mét, chiếm tỷ lệ 63% tổng chiều dài cầu trên đường sắt. Có 180 cầu dầm thép tạm thời dài 18.084 mét, chiếm 31% tổng chiều dài cầu Đường sắt. Tổng chiều dài các cầu bê tông là 13.274 mét trong đó 9.179 mét trên tuyến Hà Nội - TP Hồ Chí Minh. Ngành có 5.128 cống với chiều dài 80.850 mét trên Đường sắt, 39 hầm với chiều dài 11.512 mét trong đó tuyến Hà Nội - TP Hồ Chí Minh có 27 hầm với chiều dài 8.335 mét.

Về hệ thống thông tin, đường sắt Việt Nam sử dụng hầu hết máy tải ba 1 kênh, 3 kênh, 12 kênh được sản xuất tại Hungary giữa những năm 1972 và 1979. Hệ thống radio tần số cao được dùng cho hệ thống dự trữ khẩn cấp ở một số khu vực của mạng lưới đường sắt. Hệ thống dây trần được sử dụng nhiều trong việc truyền tải thông tin đường dài. Loại cáp đôi đồng được sử dụng cho thông tin tín hiệu địa phương. Từ năm 1998, Tổng Công ty đường sắt Việt Nam sử dụng hệ thống nhân kênh trên kênh truyền số liệu tốc độ 64 kbps thuê của Tổng công ty Bưu chính viễn thông Việt Nam trên hướng Hà Nội - TP Hồ Chí Minh và Hà Nội - Đà Nẵng để truyền số liệu và điện thoại băng công nghệ Microband ATM (chế độ truyền dẫn không đồng bộ vi băng).

2.1.2.4. Hệ thống đường sông

Đường sông cũng là một lợi thế tạo thêm sự đa dạng và phong phú trong hệ thống giao thông vận tải ở Việt Nam. Cơ sở vật chất kỹ thuật của vận tải đường sông những năm qua cũng được chú trọng đầu tư phát triển.Các tuyến vận tải đường sông chính được hình thành ở phía Bắc như Hải Phòng - Hà Nội, Nam Định, Việt Trì. Phía Nam như Sài Gòn - Rạch Giá, Hà Tiên hay Sài Gòn - Cần Thơ - Cà Mau là những tuyến đường tiếp nối vận tải hàng hóa

bằng đường biển vào sâu trong đất liền hay vận chuyển hàng hóa từ sâu trong nội địa gom hàng cung cấp cho vận tải biển để tạo thành hành trình đi suốt cho hàng hóa. Cũng như vận tải đường biển, vận tải đường sông năng lực chuyên chở cũng khá lớn và chi phí tương đối thấp so với một số phương thức vận tải khác cho nên góp phần giảm chi phí trong vận chuyển. Vận tải đường sông sẽ hỗ trợ đắc lực cho việc chuyên chở hàng hóa bằng tàu LASh (Light Aboard Ship).

Qua phân tích trên về cơ sở hạ tầng của Việt Nam có thể nhận thấy rằng đây là những yếu tố rất thuận lợi cho việc áp dụng và phát triển mô hình logistics trong vận tải giao nhận ở Việt Nam. Cho dù về cơ sở hạ tầng hiện trạng cũng còn nhiều vấn đề bất cập song cùng với sự phát triển đi lên của đất nước chắc chắn hạ tầng cơ sở phục vụ cho ngành giao thông vận tải sẽ được phát triển và hoàn thiện đáp ứng những yêu cầu mới của ngành đặt ra.

2.1.3. ***Môi trường pháp lý***

Điều kiện địa lý thuận lợi, cơ sở hạ tầng đảm bảo là những nhân tố tạo khả năng áp dụng và phát triển công nghệ logistics ở quốc gia hay khu vực.Song hoạt động logistics có mang lại hiệu quả hay không còn phụ thuộc vào môi trường pháp lý có đầy đủ và đảm bảo sự thông thoáng hay không. Ngày nay hoạt động của các doanh nghiệp hiện đại đòi hỏi phải có một hệ thống pháp luật đầy đủ và chặt chẽ để đảm bảo quyền lợi cho họ trên các lĩnh vực sản xuất kinh doanh. Các quy định về thương mại, giao nhận, vận tải, hải quan… đều phải được hệ thống hóa bằng pháp luật.Nếu không có hoặc không rõ ràng trong hệ thống luật, các hoạt động của doanh nghiệp khó có thể đạt được hiệu quả như mong muốn.

Nhìn lại quá trình phát triển của pháp luật Việt Nam thời gian qua chúng ta thấy hệ thống luật phục vụ các lĩnh vực sản xuất kinh doanh, quan hệ kinh tế quốc tế, giao thông vận tải… luôn được Nhà nước và Quốc hội quan

tâm.Chỉ trong một thời gian ngắn, một loạt các hoạt động trong xã hội đã được thể chế hóa bằng luật như: Luật Hàng hài, Luật Dân sự, Luật Thương mại, Luật Đầu tư, Luật Bảo hiểm… Bên cạnh các bộ luật chuyên ngành còn có các văn bản dưới luật như pháp lệnh, quy định, quy chế… liên quan bổ sung, hướng dẫn trong quá trình thực thi pháp luật hiện hành. Một số bộ luật khác đang được xây dựng hoặc sửa đổi bổ sung cho hoàn thiện và sẽ được ban hành trong thời gian không xa. Ngoài sự cố gắng xây dựng và hoàn thiện hệ thống luật pháp trong nước, Chính phủ Việt Nam còn tham gia ký hoặc phê chuẩn các công ước, điều ước, hiệp định song biên hoặc đa biên mang tính quốc tế hay khu vực liên quan tới các hoạt động buôn bán, vận tải giao nhận, sản xuất kinh doanh… nhằm tạo điều kiện cho quá trình phát triển kinh tế đất nước, đáp ứng yêu cầu hội nhập nền kinh tế khu vực và thế giới.

Qua phân tích trên đây có thể thấy hệ thống pháp luật Việt Nam tuy chưa đầy đủ và còn nhiều bất cập, song cùng với sự đổi mới của nền kinh tế xã hội, hệ thống pháp luật Việt Nam sẽ được điều chỉnh, phát triển và hoàn thiện, nhằm tạo ra môi trường pháp lý thông thoáng, thuận lợi cho các hoạt động kinh tế xã hội trong đó có hoạt động của logistics.

2.1.4. ***Sự phát triển của công nghệ thông tin***

Đối với Việt Nam, công nghệ thông tin và thương mại điện tử còn mới mẻ, song lại có tốc độ phát triển rất nhanh so với các nước trong khu vực và trên thế giới. Số người dân sử dụng máy vi tính và kết nối mạng internet ngày càng gia tăng. Các chương trình đào tạo từ tiểu học đến đại học đều có đề cập tới kiến thức tin học với các cấp độ khác nhau. Các đơn vị hành chính sự nghiệp, đơn vị sản xuất kinh doanh đều ứng dụng thành tựu của công nghệ thông tin trong việc duy trì và quản lý mọi hoạt động của đơn vị mình. Ở Việt Nam hiện nay, số doanh nghiệp sử dụng và khai thác mạng internet để phục vụ hoạt động sản xuất kinh doanh ngày càng phổ biến, bước đầu đã mang lại

hiệu quả kinh tế cao. Một số đã áp dụng thương mại điện tử trong các lĩnh vực marketing, ký kết hợp đồng mua bán, giao nhận vận tải hàng hóa, bào hiểm, thanh toán…

Với hiện trạng và xu hướng phát triển công nghệ thông tin cũng như thương mại điện tử của Việt Nam sẽ tạo ra nhiều cơ hội và khả năng áp dụng công nghệ logistics trong hoạt động sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp đặc biệt là các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận tải giao nhận. Vị trí của logistics trong toàn bộ quá trình phân phối vật chất, thực chất là sử dụng và xử lý thông tin để tổ chức và quản lý chu trình di chuyển hàng hóa qua nhiều cung đoạn, chặng đường, phương tiện, địa điểm khác nhau đáp ứng yêu cầu kịp thời, đúng lúc.

2.1.5. ***Nguồn nhân lực thực hiện kinh doanh***

Logistics còn là lĩnh vực mới mẻ đối với Việt Nam, do vậy kiến thức toàn diện về logistics cũng như quản trị logistics chưa được đào tạo và trang bị đầy đủ. Song cho dù chưa được phát triển ở Việt Nam, nhưng đứng về nguồn nhân lực cung cấp phục vụ hoạt động logistics thì hiện tại ở Việt Nam khá dồi dào. Qua khảo sát thực tế số doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận tải và giao nhận trong cả nước thuộc các loại hình cũng phải lên tới con số gần 800. Theo VIFFAS (Hiệp hội giao nhận-kho vận Việt Nam) nếu chỉ tính riêng nhân viên trong những công ty là hội viên của Hiệp hội con số này cũng phải lên tới gần 3000 người, ngoài ra ước tính còn có khoảng 5000 đến 6000 người thực hiện giao nhận vận tải bán chuyên nghiệp. Nguồn nhân lực trên đây được đào tạo từ nhiều nguồn khác nhau. Ở cấp trình độ đại học, được đào tạo chủ yếu từ trường đại học Ngoại thương, Kinh tế quốc dân, Hàng hải, Giao thông vận tải, Thương mại…Những năm qua do nhận thức được vai trò và vị trí của logistics đối với hoạt động vận tải giao nhận, VIFFAS đã phối hợp với các tổ chức quốc tế khác như FIATA, ESCAP… thường xuyên tổ chức hội thảo, mở

các khóa đào tạo chuyên về giao nhận và vận tải quốc tế, vận tải đa phương thức, logistics nhằm trang bị kiến thức mới cho các hội viên để có thể áp dụng và phát triển nghiệp vụ của mình đáp ứng yêu cầu phát triển chung của đất nước. Ở lĩnh vực này phải nói rằng nguồn nhân lực của Việt Nam khá dồi dào có thể đáp ứng mọi yêu cầu cho việc áp dụng và phát triển mô hình logistics trong sản xuất kinh doanh cũng như trong hoạt động vận tải giao nhận ở Việt Nam.

2.1.6. ***Hội nhập kinh tế quốc tế***

Sau gần 10 năm Việt Nam hội nhập, các doanh nghiệp nước ngoài góp phần thúc đẩy ngành logistics của Việt Nam nhưng đồng thời cũng là những đối thủ cạnh tranh trực tiếp gây sức ép rất nhiều đối với doanh nghiệp nội. Các doanh nghiệp ngoại có khả năng quản trị, nguồn vốn dồi dào, nhờ vậy đã có nhiều lợi thế hơn trên đất Việt Nam.

Theo Bộ Công Thương VN, dịch vụ logistics ngày nay đã trở thành ngành dịch vụ xương sống của hoạt động thương mại quốc tế và mặc dù mới được hội nhập trong vòng 2 năm, nhưng logistics đã là sự quan tâm đặc biệt của cộng đồng kinh tế ASEAN. Theo Thứ trưởng Bộ Công thương VN, Nguyễn Cẩm Tú, mục tiêu của lộ trình hội nhập nhanh dịch vụ logistics là đẩy nhanh tự do hóa và thuận lợi hóa các phân ngành, với thời hạn là năm 2013 và trong dài hạn sẽ biến ASEAN thành trung tâm dịch vụ logistics của Châu Á Thái Bình Dương. Theo các quan chức kinh tế ASEAN, cần 4 bước để dịch vụ logistics hội nhập nhanh, gồm: Tự do hóa thương mại, dỡ bỏ rào cản thuế và phi thuế cho hàng hóa lưu chuyển thuận lợi; tạo cơ hội cho DN trong lĩnh vực logistics; nâng cao năng lực quản lý logistics và phát triển nguồn nhân lực. Được biết, đến năm 2010, khu vực thương mại tự do ASEAN đã hoàn thành 99,1% số dòng thuế của 6 nước ASEAN cũ là 0%và 97% số dòng thuế đạt 0 -5% đối với 3 nước Lào, Mianmar và Campuchia. Theo lộ trình, đến

năm 2015, dòng thuế nội bộ ASEAN sẽ đạt 0%.

2.2. **Thực trạng kinh doanh của Công ty Cổ phần VINALINES LOGISTICS – VIỆT NAM**

2.2.1 ***Kết quả hoạt động kinh doanh dịch vụ logistics***

2.2.1.1. Kết quả hoạt động kinh doanh dịch vụ logistics hình thức giao nhận:

Khối lượng hàng hóa giao nhận bằng đường biển luôn chiếm tỉ trọng cao trong tổng khối lượng hàng hóa giao nhận của Công ty, trung bình khoảng 60-70% khối lượng hàng hóa được giao nhận. Điều này cũng phù hợp với thực tế giao nhận hàng hóa ở Việt Nam, bởi vì trong chuyên chở hàng hóa quốc tế thì vận tải biển đóng vai trò quan trọng nhất. Vận tải đường biển có năng lực vận chuyển lớn vì phương tiện trong vận tải biển là các tàu có sức chở rất lớn, lại có thể chạy nhiều tàu trong cùng một thời gian trên cùng một tuyến đường. Vận tải biển thích hợp cho hầu hết các loại hàng hóa, đặc biệt thích hợp và hiệu quả trong việc chuyên chở các loại hàng hóa rời, có khối lượng lớn và giá trị thấp. Mặt khác, trong phương thức vận tải biển thì giá thành rất thấp, vào loại thấp nhất trong các phương thức vận tải.

Bảng 2.1: Khối lượng hàng hóa giao nhận theo phương thức vận tải

ĐVT: Tấn

Chỉ tiêu		**Năm**		
		2008	**2009**	**2010**
GNĐB	Số tuyệt đối	126.167	122.670	130.654
	Tốc độ tăng(%)	4,8	-2,9	6,1
GNHK	Số tuyệt đối	12.921	14.996	23.108
	Tốc độ tăng(%)	20	13,8	35,1

(Nguồn: Báo cáo kế toán của Công ty Cổ phần VINALINES LOGISTICS

– VIỆT NAM)

Khối lượng hàng hóa giao nhận bằng đường biển khá ổn định, tốc độ tăng không đáng kể, đạt cao nhất là năm 2010 là 130.654 tấn. Năm 2009 khối lượng hàng hóa giao nhận bằng đường biển có giảm, đây là tình hình hoạt động chung của Công ty năm 2009. Những năm gần đây, tỉ trọng giao nhận bằng đường biển có phần giảm xuống. Nguyên nhân không phải do Công ty không khai thác tốt mảng hoạt động giao nhận vận tải biển mà do Công ty đã phát triển được hoạt động giao nhận bằng phương thức hàng không. Tỉ trọng hàng hóa giao nhận của phương thức này trong những năm gần đây tăng khá. Công ty đã mở rộng được phạm vi kinh doanh, đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu đa dạng trong giao nhận vận tải hàng hóa quốc tế.

2.2.1.2 *Kết quả kinh doanh dịch vụ giao nhận hàng hóa đại lý*

Bảng 2.3: Số lượng hãng giao nhận quốc tế kí hợp đồng đại lý với Công ty Cổ phần VINALINES LOGISTICS – VIỆT NAM

Loại hình đại lý	Năm		
	2008	2009	2010
Đại lý hàng hải	55	60	64
Đại lý hàng không	16	20	25
Tổng	71	80	89
Tốc độ tăng (%)	-	11,25	10,1

(Nguồn: Tài liệu lưu trữ về hợp đồng đại lý)

Theo số liệu ta thấy, tình hình mở rộng đại lý tăng dần theo các năm, năm 2009 tăng 11,25%, năm 2010 tăng 10,1%. Mức tăng khác nhau do năm 2009 bắt đầu đưa vào sử dụng hệ thống vận tải hàng không mở rộng nên tốc độ các đại lý gia tăng mạnh hơn trong năm 2010, cụ thể tăng thêm 9 đại lý hàng không so với năm 2008 và 5 đại lý hàng hải so với năm 2009.

Số lượng hãng giao nhận quốc tế có mối quan hệ với Công ty là gần 90

hãng. Đa số các hãng này có quan hệ với Công ty lâu đời và một số hãng do chính Công ty thiết lập mối quan hệ trong thời gian hoạt động. Trong hệ thống các đại lý của Công ty thì những đại lý như: IFB, SAIMA, SANKYU, ABX…là những hãng có mối quan hệ truyền thống, lượng hàng chỉ định của những hãng này thường chiếm tỉ trọng cao hơn so với các đại lý khác của Công ty. Các đại lý nay có mặt hầu hết ở các nước trên thế giới và mỗi đại lý lại có văn phòng đại diện và chi nhánh ở các nước khác nhau. Chính điều này đã tạo cho hoạt động của Công ty có thể diễn ra ở mọi nơi trên thế giới, đáp ứng được nhu cầu đa dạng của khách hàng.

2.2.1.3 *Kết quả kinh doanh dịch vụ giao nhận hàng hóa quốc tế*

Đại lý giao nhận vận tải hàng hóa quốc tế là hoạt động kinh doanh chính của Công ty Cổ phần VINALINES LOGISTICS – VIỆT NAM. Hoạt động này đem lại thu nhập chủ yếu cho Công ty, chiếm khoảng 70-75% doanh thu và lợi nhuận của Công ty. Kết quả kinh doanh dịch vụ giao nhận hàng hóa quốc tế tăng qua các năm hoạt động, đặc biệt là lợi nhuận có tốc độ tăng rất nhanh, nhanh hơn nhiều so với doanh thu.

Bảng 2.4: Kết quả kinh doanh dịch vụ giao nhận hàng hóa quốc tế

ĐVT : triệu đồng

Năm			**2008**	**2009**	**2010**
Doanh thu (T)	Thực hiện		5001	5271	7310
	So với năm trước	Mức tăng tuyệt đối	273	270	2039
		Tốc độ tăng (%)	5,45	5,12	27,89
Lợi nhuận (P)	Thực hiện		525	805	1341
	So với năm trước	Mức tăng tuyệt đối	138	280	536
		Tốc độ tăng (%)	26,28	34,78	39,97
Tỉ suất P/T (%)			10,49	15,27	18,34

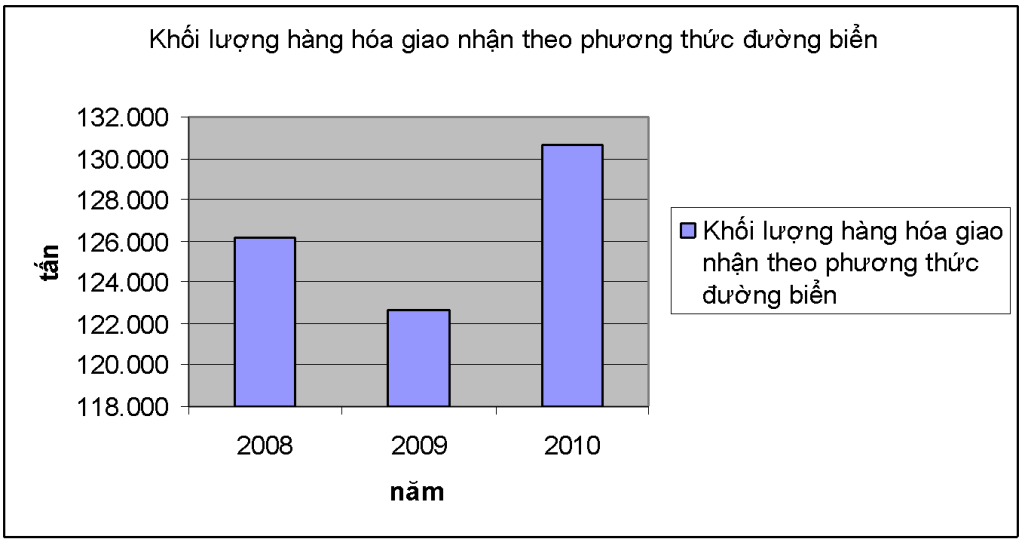
(Nguồn: Báo cáo kết quả kinh doanh của Công ty Cổ phần VINALINES

LOGISTICS – VIỆT NAM)

Theo số liệu thống kê có thể thấy mức độ tăng nhanh của hình thức giao nhận hàng hóa góp phần làm cho doanh thu lợi nhuận từ hàng hóa quốc tế gia tăng mạnh, nhất là trong năm 2010. Tình hình mở rộng hình thức kinh doanh và quan hệ quốc tế làm gia tăng lượng hàng lưu chuyển và đem lại tỷ suất lợi nhuận lên đến 18,34% cao nhất trong các năm qua.

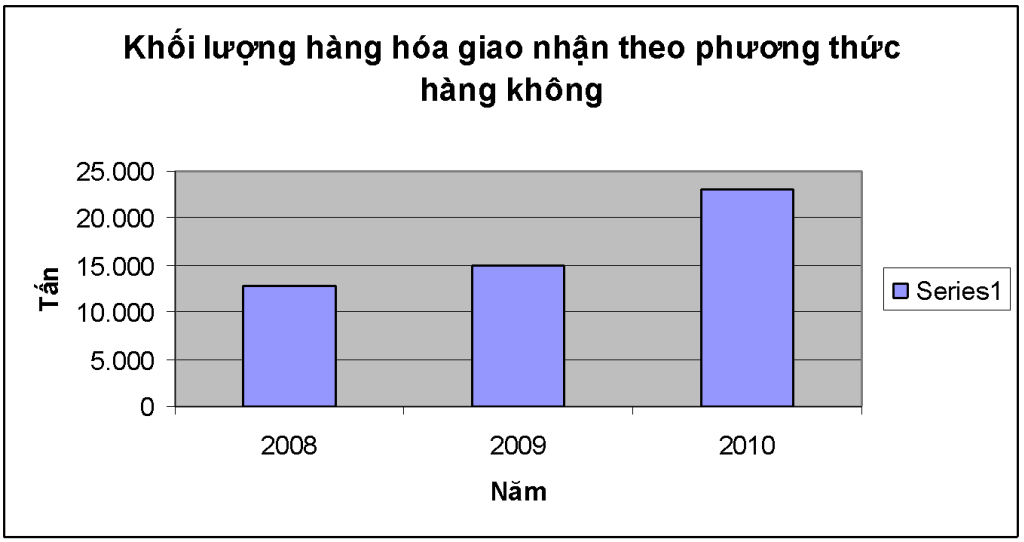
2.2.2. *Thực trạng phát triển kinh doanh dịch vụ logistics*

Hình 2.1: Khối lượng hàng hóa giao nhận của phương thức đường biển



Doanh thu từ hoạt động giao nhận đường biển cũng tăng đều qua các năm, đặc biệt năm 2009 mặc dù khối lượng giảm chỉ đạt 122.670 tấn hàng hoá, tốc độ tăng không bằng năm 2008 song doanh thu và lợi nhuận đều cao hơn, đặc biệt tỉ suất lợi nhuận/doanh thu cao hơn rất nhiều. Trong hoạt động giao nhận nói chung và giao nhận biển nói riêng, Công ty đã áp dụng rất nhiều biện pháp để giảm chi phí hoạt động, nhờ đó nâng cao được hiệu quả kinh doanh như: giảm chi phí làm hàng, thiết lập mối quan hệ chặt chẽ với các hãng tàu nhờ đó mà giành được giá ưu đãi trong thời điểm nhiều hàng…

Hình 2.2: Khối lượng hàng hóa giao nhận của phương thức hàng không



(Nguồn: Báo cáo kế toán của Công ty Cổ phần VINALINES LOGISTICS – VIỆT NAM)

Giao nhận hàng không cũng là mảng hoạt động chiếm tỉ trọng ngày càng cao trong hoạt động kinh doanh của Công ty cả về khối lượng hàng hóa giao nhận lẫn doanh thu và lợi nhuận. Năm 2008 Công ty bắt đầu đẩy mạnh kế hoạch mở rộng thị trường giao nhận hàng không và bước đầu có quan hệ với các hãng giao nhận hàng không trên thế giới như: Translink, Sinotransport Co, Piomeer Express…Đây đều là các hãng hàng không lớn, có uy tín trên thị trường giao nhận.

2.3. *Đánh giá thực trạng kinh doanh logistics*

2.3.1. Ưu điểm

Công ty Cổ phần VINALINES LOGISTICS – VIỆT NAM trong 3 năm kinh doanh vừa qua đã có mức tăng trưởng đáng kể, đặc biệt trong năm 2010. Có được kết quả đó là nhờ nắm bắt thời cơ, mở rộng thị trường, đa dạng hóa hình thức kinh doanh và các mối quan hệ trong nước và thế giới trong lĩnh vực logistics. Đáng kể là trong năm 2009 mặc dù có nhiều biến động nhưng Công ty đã liên tục mở rộng mạng lưới, góp phần củng cố thương hiệu và uy tín trên thị trường.

2.3.2. ***Nhược điểm và nguyên nhân***

Tuy nhiên, trong năm vừa qua, logistics đã có nhiều chuyển biến tích cực, mở rộng mạng lưới quốc tế và hình thức giao nhận góp phần đẩy mạnh cạnh tranh trong ngành. Một số công ty lớn có thâm niên lâu đời cạnh tranh mạnh trên thị trường trong khi Công ty Cổ phần VINALINES LOGISTICS – VIỆT NAM mới chỉ hoạt động trong vòng 3 năm nên có nhiều hạn chế.

Để cạnh tranh trên thị trường logistis đang bùng nổ hiện nay cả trong và ngoài nước, Công ty Cổ phần VINALINES LOGISTICS – VIỆT NAM cần phải xác định năng lực cạnh tranh mũi nhọn của mình, từ đó đầu tư xây dựng, phát triển xuyên tâm nhằm chiếm thị phần đang tăng trưởng. Trong năm qua tuy đã chú trọng phát triển hệ thống đại lý, các cảng biển, hàng không, tuy nhiên cần đầu tư mở rộng hơn nữa trong những năm tới ở một số cảng chủ chốt tập trung nhiều đầu mối quan trọng như Đà Nẵng, Cái Lân, ICD Lào Cai…

Mặt khác trong thời đại công nghệ thông tin bùng nổ hiện nay, thông tin là vàng có thể giúp cho doanh nghiệp tinh giảm thời gian vận chuyển, xác nhận loại hàng đơn hàng, và đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng, hạn chế rủi ro…, doanh nghiệp chưa nghiêm túc đầu tư vào hệ thống công nghệ thông tin cơ sở.

Trong giai đoạn trước mắt, khi có nhiều doanh nghiệp lớn nhỏ trong nước và nước ngoài đang cạnh tranh trong lĩnh vực logistics mà có nhiều chính sách ưu đãi của nhà nước, góp phần tăng cạnh tranh trên thị trường, càng đòi hỏi doanh nghiệp cần có mối quan hệ tốt với khách hàng, bởi vậy doanh nghiệp cần xem xét lại dịch vụ marketing nhằm đẩy mạnh tiêu thụ dịch vụ và quảng bá thương hiệu.

CHƯƠNG III: GIẢI PHÁP KIẾN NGHỊ PHÁT TRIỂN NĂNG LỰC CUNG CẤP DỊCH VỤ LOGISTICS TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN VINALINES LOGISTICS – VIỆT NAM

3.1. *Cơ hội và thách thức với kinh doanh dịch vụ logistic ở VN*

Những cơ hội

- Outsourcing – cơ hội giúp ngành logistics Việt Nam phát triển

Trong một bài báo gần đây trên tạp chí Global Logistics and Supply Chain Strategies, tác giả Robert J.Bowman đã nhận xét rất lý thú rằng, chưa bao giờ mà thị trường dịch vụ logistics lại sinh sôi, nảy nở mạnh mẽ như hiện nay bởi một yếu tố vo cùng quan trọng, đó chính là xu hướng outsourcing (thuê ngoài). Nếu quan sát thì phần lớn các tập đoàn lớn trên thế giới đều đã outsource các hoạt động logistics hoặc chuỗi cung ứng ra bên ngoài cho một nhà cung cấp dịch vụ thứ ba hoặc thứ tư. Những cái tên mà chúng ta có thể kể đến là Dell, Walmart, Nortel, Gap, Nike…Chính xu hướng ấy đã giúp thị trường logistics thế giới tăng trưởng ở mức hai con số. Điều này cũng đã rất phổ biến tại Việt Nam do sự hiện diện của nhiều tập đoàn đa quốc gia. Song nếu quan sát kỹ thì toàn bộ các hoạt động thuê ngoài của các tập đoàn đa quốc gia ở Việt Nam đều giành cho các nhà cung cấp dịch vụ logistics thứ ba của nước ngoài. Nike thì sử dụng APL Logistics và Maersk Logistics, Adidas sử dụng Maersk Logistics, Kmart sử dụng APL Logistics, Nortel sử dụng Kuehne – Nagel…Điều này cho thấy chưa có xu hướng này thể hiện ở các doanh nghiệp Việt Nam trong lĩnh vực logistics. Chúng ta có thể thấy việc các doanh nghiệp Việt Nam thuê các công ty quảng cáo nước ngoài xây dựng chiến lược và thực hiện các hoạt động quảng cáo và marketing ở Việt Nam nhưng chúng ta lại chưa thấy các doanh nghiệp Việt Nam thuê các công ty Việt Nam hay nước ngoài cung cấp dịch vụ logistics trọn gói ở Việt Nam. Điều này bắt nguồn từ nguyên nhân nhưng một nguyên nhân quan trọng có lẽ

chính là việc thiếu một cầu nối giữa nhà sử dụng dịch vụ và nhà cung cấp dịch vụ logistics mà ở đây vai trò của Nhà nước và Hiệp hội vô cùng quan trọng. Nếu coi VIFFAS (Hiệp hội giao nhận kho vận Việt Nam) là đại diện cho những nhà cung cấp dịch vụ logistics Việt Nam thì vai trò của VIFFAS là quá nhạt nhoà và thiếu sự năng động cần thiết. Điều này góp phần làm giảm tiếng nói và hình ảnh của chính cộng đồng các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ logistics. Một điểm sáng gần đây là việc tập đoàn VDA đã chính thức kí kết đối tác chiến lược với tập đoàn Vinalines trong hoạt động logistics và vận tải hỗ trợ cho sự phát triển của VDA. Đây là tín hiệu đáng mừng và là cơ hội để thị trường dịch vụ logistics của Việt Nam phát triển.

- Liên kết và cổ phần hoá - động lực cho sự phát triển

Thị trường logistics Việt Nam đang ở trong giai đoạn cực kì phân tán và manh mún. Các nhà cung cấp dịch vụ logistics của Việt Nam chỉ thuần tuý hoạt động trong một số phạm vi hẹp và truyền thống như vận tải, giao nhận, 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 lên 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 cả 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 cố hữu của mình và hơn hết họ cần một đội ngũ tư vấn chuyên nghiệp đảm bảo việc tích hợp thành công.

- Tiêu chuẩn hoá - nền tảng cho sự phát triển bền vững

Thiếu một quy chuẩn thống nhất là điều đang tồn tại rất rõ trong ngành dịch vụ logistics Việt Nam. Cho đến nay bản thân khái niệm logistics mới chỉ được đề cập đến trong bộ luật Thương mại như là một văn bản chính thức thừa nhận sự hiện diện của ngành này. Bản thân điều này cũng đòi hỏi một quá trình dài bởi logistics chỉ mới xuất hiện ở Việt Nam mấy năm gần đây. Nói thế không có nghĩa chúng ta không xây dựng được bộ tiêu chuẩn cho ngành logistics để giúp nâng cao sự minh bạch, cạnh tranh lành mạnh và đặc biệt khuyến khích cho sự phát triển của ngành.

Cơ hội cải tiến và đổi mới ngành logistics của Việt Nam là rất lớn và mạnh mẽ. Nếu như thập niên 90 chúng ta chứng kiến phong trào tin học hoá rộng rãi thì cũng đã đến lúc chúng ta cần một phong trào như thế cho logistics ở Việt Nam. Đặc biệt là sau khi Việt Nam gia nhập WTO thì càng có nhiều cơ hội để phát triển của logistics Việt Nam. Điều đó được thể hiện qua năm nội dung sau:

Thứ nhất, chính sách hội nhập. Việt Nam đang đẩy nhanh tiến trình hội nhập kinh tế thông qua những cải cách về cơ chế, chính sách, thủ tục hành chính, xây dựng hệ thống pháp luật kinh tế và tài chính phù hợp với thông lệ quốc tế. Việc trở thành thành viên chính thức của WTO sẽ đưa Việt Nam thành một quốc gia mở cửa về thương mại hàng hoá, dịch vụ và đầu tư.

Thứ hai, lợi thế về khu vực. Việt Nam có vị trí địa lý rất thuận lợi cho vận tải quốc tế, nằm ở khu vực chiến lược trong cùng Đông Nam Á. Bờ biển dài trên 2.000km, 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 khả quan để phát triển logistics.

Thứ ba, vốn đầu tư nước ngoài, cụ thể là nguồn vốn 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.

Thứ tư, lĩnh vực dịch vụ đang được quan tâm phát triển, hoạt động logistics đã bắt đầu thu hút sự chú ý của các cấp quản lý Nhà nước cũng như của các doanh ngiệp trong và ngoài nước

Thứ năm, sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ thông tin. Đây chính là một trong những điều kiện tiên quyết để ngành công nghiệp logistics Việt Nam phát triển, đáp ứng nhu cầu hội nhập kinh tế quốc tế.

Những thách thức

- Tại Việt Nam, thị trường logistics là một mảng thị trường khá mới mẻ, mặc dù logistics đã phổ biến trên thế giới hàng trăm năm nay. Theo tính toán cho thấy, chi tiêu hàng năm của một quốc gia cho mảng logistics là rất lớn. Các nước Châu Âu và Mỹ là những nước có nhiều kinh ngiệm về chuỗi quản lý logistics thì chi tiêu cho logistics cũng chiếm gần 10% GDP. Còn các nước đang phát triển như Trung Quốc, chi tiêu cho logistics cũng đã chiếm tới 19%.
- Phải nói thẳng thắn rằng ở Việt Nam, ngành logistics chưa được coi trọng tương xứng với sự phát triển của nền kinh tế. Các doanh nghiệp vận tải Việt Nam thì chỉ mới dừng lại ở một trong rất nhiều chuỗi logistics là hình thức giao nhận vận tải, cho thuê kho bãi và vận chuyển nội địa. Tầm cỡ của các công ty Việt Nam trong lĩnh vực này là rất yếu và thiếu chuyên nghiệp. Nguyên nhân sâu xa của những vấn đề này là:
- Các doanh nghiệp Việt Nam phần lớn là các doanh nghiệp sinh sau đẻ muộn so với rất nhiều công ty nước ngoài có lịch sử phát triển kinh doanh từ rất lâu đời như Strenker Logistics, Maersk Logistics…
- Tầm bao phủ hoạt động của các công ty Việt Nam chỉ trong phạm vi nội địa hoặc một vài nước trong khu vực, trong khi tầm bao phủ của các công ty nước ngoài là cấp độ toàn cầu. Đây là một cản trở rất lớn khi các

doanh nghiệp cung cấp các dịch vụ trọn gói cho khách hang, vì ngày nay trong xu thế toàn cầu hoá, các công ty lớn thường có xu hướng sourcing (khai thác nguồn hàng và dịch vụ) từ nhiều quốc gia và lãnh thổ trên thế giới như: Nike, Adidas, Nokia…Chúng ta có thể tính đến vai trò của các đại lý mà các công ty Việt Nam thiết lập ở các quốc gia khác, nhưng mối quan hệ này rất lỏng lẻo và không đồng nhất.

- Phần lớn các doanh nghiệp Việt Nam chỉ tập trung vào khai thác những mảng nhỏ trong toàn bộ chuỗi cung ứng mà chúng ta thấy phổ biến là hình thức giao nhận vận tải (Freight Fowarding). 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. Thông qua các hãng vận tải biển cũng như hàng không, hàng sau khi được gom thành những container đầy sẽ được vận chuyển đến quốc gia của người nhận. Tại đó các đại lý mà các công ty Việt Nam có đối tác sẽ làm thủ tục hải quan và giao hàng cho người nhận tại kho. Như vậy hình thức này chỉ là một phần nhỏ trong chuỗi giá trị gia tăng logistics. Trong chuỗi logistics hiện đại mà các công ty logistics lớn đang cung cấp cho khách hàng của mình thì nó bao gồm rất nhiều dịch vụ đa dạng với giá trị gia tăng cao mà chúng ta có thể liệt kê:
    - Dịch vụ giao tận nhà/Door to Door.
    - Gom hàng nhanh tại kho/Consolidation Docking.
    - Quản lý đơn hàng/PO Management.
    - Dịch vụ kho bãi giá trị gia tăng/Value Added Warehousing.
    - Gom hàng từ nhiều quốc gia đến một cảng trung chuyển thường là Singapore, Hong Kong, Kaosiung - Cao Hùng/Multi – Country Consolidation.
    - Dịch vụ kiểm soát chất lượng hàng hoá/QA - QI Program.
    - Dịch vụ container treo (dành cho hàng may mặc)/Hanger Pack Service.

- Quản lý dữ liệu và cung cấp dữ liệu đầu cuối cho khách hàng/Data Management/EDI clearing house.
- Dịch vụ quét và in mã vạch/Barcode scanning and Label Production.
- Dịch vụ xây dựng bộ tiêu chuẩn cho hoạt động logistics.
- Dịch vụ NVOOC/NVOOC Operation.
- Dịch vụ theo dõi kiểm hàng thông qua mạng Internet/System Track and Trace/Web base Visisbility.
- Dịch vụ nhà cung cấp logistics thứ tư (FPL). Đây là mô hình dịch vụ logistics rất mới giúp cho các hang logistics gia tăng dịch vụ trị giá gia tăng của mình.

- Trong quan hệ thương mại quốc tế, phần lớn các nhà xuất khẩu của Việt Nam chủ yếu là xuất khẩu hàng theo điều kiện FOB, FCA nghĩa là chỉ cần bán hàng qua lan can tàu tại cảng bốc hàng theo quy định là hết trách nhiệm. Như vậy quyền định đoạt về vận tải đều do người mua chỉ định và dĩ nhiên người mua sẽ chỉ định một công ty nước họ để thực hiện điều này. Và các công ty logistics Việt Nam sẽ là người ngoài cuộc. Bất cập này không phải dễ dàng giải quyết vì phần lớn các nhà xuất khẩu của Việt Nam đều gia công hoặc xuất hàng cho những khách hàng lớn - người mà đã có những hợp đồng dài hạn và toàn cầu với các công ty logistics. Ví dụ như công ty giày NIKE, đây là công ty có rất nhiều hợp đồng làm ăn với các doanh nghiệp Việt Nam nhưng riêng về khâu vận tải và logistics thì các doanh nghiệp Việt Nam không thể tham gia vào quá trình thương thảo. Rõ ràng một ông lớn như NIKE thì việc kí được hợp đồng gia công với họ đã là quá tốt đối với các doanh nghiệp giày da của Việt Nam rồi chứ đừng nói đến việc đàm phán về vận tải và logistics. Trên thực tế hai công ty đang cung cấp dịch vụ logistics cho NIKE là Maersk Logistics và APL Logistics.

Nhưng đối với các nhà nhập khẩu Việt Nam thì sao? Nếu nhìn vào cán cân thương mại quốc tế của Việt Nam thì chúng ta thấy rõ là Việt Nam luôn nhập siêu. Và đây chính là thị trường khá tốt cho các công ty logistics Việt Nam. Trên thực tế thì mảng nhập khẩu cũng là thế mạnh của các công ty Việt Nam. Nếu như trước đây các nhà nhập khẩu của Việt Nam chủ yếu mua hàng theo điều kiện CIF, CIP thì nay các doanh nghiệp nhập khẩu của Việt Nam đang dần chuyển sang hình thức mua FOB, điều này tạo ra cơ hội cho các công ty logistics Việt Nam khai thác. Tuy nhiên một phần khá lớn trong miếng bánh này vẫn nằm trong tay các hãng logistics nước ngoài do có nhiều công ty nước ngoài đầu tư trực tiếp tại Việt Nam mà cũng chính họ là người nhập khẩu hàng nhiều nhất. Hơn thế nữa phần lớn các doanh nghiệp Việt Nam vẫn còn chưa có nhiều ý thức trong việc đầu tư vào quản lý hiệu quả chuỗi cung ứng. Điều này cho thấy rõ ở chỗ hầu hết các doanh nghiệp Việt Nam không có phòng quản lý logistics hoặc chuỗi cung ứng mà phòng này thường được hiểu là phòng kinh doanh xuất nhập khẩu. Điều này tạo ra rào cản đối với các doanh nghiệp Việt Nam trong việc chào các dịch vụ logistics giá trị gia tăng.

- Chúng ta dang đối mặt với hệ thống hạ tầng giao thông vận tải còn rất thiếu và yếu. Điều này làm cho các chi phí logistics của Việt Nam cao hơn hẳn các nước khác. Bản thân các công ty logistics sẽ tốn nhiều chi phí đầu tư, làm giảm lợi nhuận của họ cũng như khả năng mở rộng dịch vụ.
- Về hạ tầng thông tin, đây chính là điểm yếu của các doanh nghiệp 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 nhưng những điều này vẫn còn kém xa so với trình độ quốc tế. Nếu chỉ xét về khía cạnh xây dựng website thì phần lớn website của Việt Nam chỉ đơn thuần giới thiệu về mình,về dịch vụ của mình mà thiếu hẳn các tiện ích mà khách hàng cần như

công cụ Track & Trace (theo dõi đơn hàng, theo dõi lịch trình tàu), booking, theo dõi chứng từ. Chúng ta nên biết khả năng nhìn thấy và kiểm soát đơn hàng là một yếu tố được các chủ hàng đánh giá rất cao khi họ lựa chọn nhà cung cấp dịch vụ logistics cho mình. Để làm được điều này đòi hỏi phải có giải pháp đầu tư tổng thể và chi tiết, có định hướng dài hạn. Hơn thế nữa việc đầu tư xây dựng hệ thống IT cũng giúp chính các doanh nghiệp hiệu quả và năng suất. Cụ thể trong lĩnh vực logistics các doanh nghiệp cần đầu tư xây dựng hệ thống phần mềm WMS (Warehouse Management System). Đây là hệ thống phần mềm quản lý kho giúp quản lý một cách hiệu quả, giảm chi phí, nâng cao năng suất hơn rất nhiều.

- Cho đến nay, tính liên kết của các doanh nghiệp Việt Nam còn rất yếu, các công ty hầu như hoạt động độc lập. Trong xu hướng outsourcing, mỗi doanh nghiệp cần tập trung vào thế mạnh của mình và sẽ thuê ngoài các dịch vụ không phải là thế mạnh, như vậy thì tính liên kết là cần thiết hơn bao giờ hết. Đã đến lúc chúng ta cần ngồi lại và hợp tác để có thể đưa ra thị trường một chuỗi các dịch vụ logistics tổng thể cho khách hàng. Một công ty giao nhận có thể liên kết với một công ty về kho bãi, về vận tải, môi giới, hàng không tạo thành một chuỗi liên kết chặt chẽ.
- Vấn đề thương hiệu: Hiện tại Việt Nam vẫn chưa có được thương hiệu mạnh tầm cỡ khu vực chứ chưa nói gì đến tầm cỡ thế giới. Về vấn đề này cần có sự hỗ trợ chặt chẽ và nhiệt tình từ phía nhà nước thì mới có thể làm được. Chúng ta cần có những thương hiệu đầu ngành làm đầu kéo cho ngành logistics phát triển đúng hướng.
- Nhân lực: Chúng ta đang thiếu một đội ngũ chuyên viên trong ngành logistics chuyên nghiệp và được đào tạo bài bản. Bản thân các trường đại học lớn cũng chưa hề có khoa dạy về nghề này. Hơn bao giờ hết sự thành công bắt đầu từ con người.

Được biết nhiều năm qua, ngành dịch vụ logistics đã được Chính phủ bảo hộ thông qua các biện pháp ngăn chặn các doanh nghiệp nước ngoài tiếp cận thị trường trong nước. Nhưng nay sau khi gia nhập WTO, các biện pháp bảo hộ buộc phải chấm dứt. Trong tình hình như vậy, các doanh nghiệp phải tự mình tạo ra khả năng cạnh tranh cao. Rõ ràng ngành logistics đang đứng trước viễn cảnh không mấy sáng sủa khi phải đối đầu trực tiếp với các tập đoàn hàng đầu thế giới.

Các doanh nghiệp dịch vụ logistics sẽ đối mặt với áp lực cạnh tranh căng thẳng, bởi chúng ta đã cam kết cho nước ngoài thiết lập ngay các doanh nghiệp liên doanh với tỷ lệ góp vốn từ 49% đến 51% để thực hiện kinh doanh các dịch vụ vận tải, giao nhận, kho bãi. Ba năm sau khi Việt Nam gia nhập WTO, tỷ lệ góp vốn của phía nước ngoài được tăng lên và họ có thể thành lập công ty 100% vốn sáu năm đến bảy năm. Hiện tại chúng ta chưa có doanh nghiệp nào tham gia cung ứng dịch vụ tại nước ngoài. Ngoài ra, doanh nghiệp logistics trong nước đa phần thuộc loại vừa và nhỏ, vì vậy cơ hội thắng thầu đều thuộc về các doanh nghiệp lớn chuyên ngành logistics có mạng lưới cung cấp dịch vụ toàn cầu. Cơ hội xuất khẩu dịch vụ là rất hạn chế xét về nhiều mặt. Cạnh tranh cung ứng dịch vụ logistics sẽ xảy ra ngay trên sân nhà mà cơ hội giành chiến thắng của chúng ta là rất thấp, nếu ngay từ bây giờ không có một chiến lược cho ngành này.

3.2. GIẢI PHÁP ĐỐI VỚI CÔNG TY CỔ PHẦN VINALINES LOGISTICS – VIỆT NAM

3.2.1. Phát triển các dịch vụ logistics mũi nhọn của Công ty

3.2.1.1. Đầu tư phát triển dịch vụ cho thuê kho bãi

Nhận thức được tầm quan trọng của hành lang kinh tế Côn Minh – Lào Cai - Hà Nội - Hải Phòng - Quảng Ninh, Dự án đầu tư xây dựng Cảng nội địa ICD Lào Cai do Công ty CP Vinalines Logistics Việt Nam làm chủ đầu tư vừa

được chính thức khởi công tại cụm công nghiệp Đông Phố Mới, thành phố Lào Cai, tỉnh Lào Cai.

Với chức năng là lưu giữ, bảo quản hàng hoá, kho ngoại quan phải có thiết kế, trang thiết bị phù hợp với dặc điểm bảo quản của từng loại hàng hoá nhằm bảo đảm giữ nguyên chất lượng, trạng thái ban đầu của hàng hoá hoặc hạn chế những thiệt hại do việc vận chuyển xếp dỡ hàng hoá gây ra.

Ngày nay, khối lượng trao đổi, buôn bán hàng hoá xuất nhập khẩu của Việt Nam với nước ngoài ngày càng tăng nhanh, đòi hỏi phải có sự mở rộng quy mô và nâng cao chất lượng phục vụ của kho ngoại quan là một yêu cầu cấp bách, nhằm nâng cao năng lực xếp dỡ lưu chuyển hàng hoá của các cảng.

3.2.1.2 Phát triển dịch vụ vận tải đa phương thức (VTĐPT)

Nâng cao chất lượng dịch vụ vận tải đa phương thức

Để nâng cao chất lượng dịch vụ VTĐPT ngoài các biện pháp nâng cao năng lực cạnh tranh nhằm đảm bảo cho Công ty cung cấp dịch vụ với chất lượng tốt nhất, giá thành dịch vụ thấp nhất, hoàn thành dịch vụ đúng thời hạn và độ tin cậy của dịch vụ được đảm bảo thì Công ty cần có sự nhận thức đầy đủ về VTĐPT và phải phát triển kết cầu hạ tầng đầy đủ, đồng bộ. Bên cạnh đó Công ty còn phải xem xét đến các yếu tố sau:

- Đơn giản hóa các thủ tục có liên quan tới vận tải và giao nhận hàng hóa.
- Phát triển nguồn nhân lực đáp ứng VTĐPT.
- Phối hợp chặt chẽ giữa các phương thức vận tải.

Tăng cường liên hiệp các vận tải đa phương thức

Kinh nghiệm nhiều nước trên thế giới cho thấy, không cần phải tất cả các phương thức vận tải tham gia phục vụ chuyên chở hàng hóa trong buôn bán quốc tế phải mạnh mới thực hiện quyền chuyên chở hàng hóa, mà trong quá trình mở rộng và phát triển kinh tế đối ngoại, phải coi trọng việc tăng cường liên kết các công ty vận tải trong nước và quốc tế để cho thị trường vận tải được thông suốt. Việc liên kết các công ty vận tải giúp cho việc khai thác phương tiện vận tải đi về nhiều chiều trên các đại dương theo những tuyến

đường phù hợp và ổn định thông qua các công ty vận tải hoặc trung tâm giao nhận – vận chuyển dặt ở một số nước. Việc liên kết VTĐPT giúp cho người kinh doanh VTĐPT thâu tóm được tất cả mọi khâu của quá trình đưa hàng xuất nhập khẩu từ nơi sản xuất đến cơ sở của người mua.

Đẩy mạnh đào tạo cán bộ công nhân viên

Giáo dục và rèn luyện con người luôn là biện pháp quan trọng hàng đầu trong mọi lĩnh vực. Nó xuất phát từ nguyên tắc coi trọng con người. Người làm VTĐPT vừa là nhà giao nhận vừa là nhà tổ chức, nhà kiến trúc sư vận tải. Họ phải lựa chọn phương tiện, người vận tải thích hợp…để có hiệu quả kinh tế nhất. Điều đó đòi hỏi người làm vận tải phải có kiến thức sâu rộng về địa lý, thông hiểu luật lệ trong nước và quốc tế, nắm vững nghiệp vụ ngoại thương và phải biết sử dụng thành thạo các phương tiện thông tin điện tử. Bên cạnh đó, sự hiểu biết các lĩnh vực liên quan cũng là một vấn đề cần thiết như: hàng hải, ngân hàng, bảo hiểm…Do đó một giải pháp Công ty cần hết sức quan tâm, chú trọng đó là bồi dưỡng, đào tạo cán bộ công nhân viên

3.2.2. Ứng dụng công nghệ hiện đại trong quản lý và khai thác

Tổ chức và cung cấp các dịch vụ cho khách hàng, ứng dụng các phần mềm tin học cho phép Công ty phát hiện ra các điểm yếu trong toàn bộ chu trình lưu chuyển của hàng hóa, kiểm soát chặt chẽ luồng lưu chuyển của hàng hóa, loại bỏ được thời gian lưu kho ở các điểm chuyển tải. Cho nên ứng dụng công nghệ hiện đại trong quản lý và khai thác dịch vụ vận tải giao nhận sẽ tạo điều kiện hết sức thuận lợi và nâng cao được hiệu quả cho việc điều hành hệ thống logistics của Công ty.

3.2.3. Tăng cường hoạt động Marketing nhằm thu hút khách hàng

Thời gian qua, hoạt động marketing trong các doanh nghiệp kinh doanh vận tải giao nhận Việt Nam chưa được các doanh nghiệp quan tâm và phát triển thích đáng. Vì vậy cũng phần nào hạn chế việc thu hút của doanh nghiệp. Để phát triển hoạt động kinh doanh của Công ty, thu hút được khách hàng thì việc tăng cường hoạt động marketing phải được xem là hoạt động ưu tiên hàng đầu đối với Công ty hiện nay. Do đó trước mắt Công ty cần tiến hành những công việc sau:

- Xác định khách hàng

- Thực hiện nghiên cứu thị trường, giá cả, xác định tuyến vận tải mạnh, yếu của Công ty.

- Khai thác và tập hợp thông tin về các nhà xuất nhập khẩu để thực hiện khai thác.

- Thường xuyên liên lạc, thăm hỏi khách hàng, khắc phục các điểm chưa phù hợp để phục vụ khách hàng tốt hơn.

- Gặp gỡ khách hàng để xác định những yêu cầu về dịch vụ

- Dàn xếp những cuộc tiếp xúc với khách hàng để tìm ra những yêu cầu của họ như cước phí, thời gian vận chuyển, cảng đến và những yêu cầu đặc biệt về dịch vụ khách hàng cũng như về chứng từ.

- Xem lại các yêu cầu của khách hàng có phù hợp với dịch vụ của Công ty hay không và chuẩn bị những đề xuất chào bán dịch vụ bao gồm các thông tin về nơi nhận hàng, cảng đích, điều khoản mua bán, cước phí, các phụ phí, ngày có hiệu lực, loại hình vận chuyển, tuyến đường, thời gian vận chuyển.

- Chào giá

Đàm phán với khách hàng khi có sự phản hồi. Xin ý kiến của chủ tàu khi chủ hàng có đề nghị giá thấp.

- Chính sách về dịch vụ của Công ty:

- Khách hàng là nhân tố quan trọng nhất, quyết định sự thành công trong kinh doanh của Công ty.

- Không ngừng thoả mãn yêu cầu của khách hàng, nâng cao chất lượng dịch vụ với giá cạnh tranh bằng cách:

▪ Thao tác nghiệp vụ nhanh chóng, chính xác và an toàn.

▪ Làm đúng ngay từ đầu.

▪ Giao hàng đúng hẹn.

- Đối với khách hàng là nhà sản xuất (chủ hàng): tiếp cận, theo dõi, khuyến khích dựa trên chính sách của các hãng tàu.

- Đối với khách hàng là các hãng tàu: bám sát từ khâu nước ngoài và

dành nhiều chính sách ưu đãi.

KẾT LUẬN

Logistics không chỉ là ngành đem lại nguồn lợi khổng lồ mà còn có vai trò to lớn, liên quan mật thiết tới sự cạnh tranh sống còn của doanh nghiệp.

Đối với nền kinh tế quốc dân, logistics đóng một vai trò quan trọng không thể thiếu trong sản xuất, lưu thông, phân phối. là dịch vụ cốt yếu đối với hiệu quả tăng trưởng kinh tế, bảo đảm sự ổn định vĩ mô của bất cứ quốc gia nào. Nâng cao hiệu quả dịch vụ gắn với sự tham gia tích cực và hiệu quả của các doanh nghiệp logistics là chìa khóa thành công của chiến lược phát triển kinh tế. Đối với doanh nghiệp, logistics đóng vai trò to lớn trong việc giải quyết bài tóan đầu vào và đầu ra một cách có hiệu quả. Logistics có thể thay đổi nguồn tài nguyên đầu vào hoặc tối ưu hóa quá trình chu chuyển nguyên vật liệu, hàng hóa, dịch vụ…logistics còn giúp giảm chi phí, tăng khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp.

Phân phối giống như mạch máu của nền kinh tế. Nắm được hệ thống phân phối chính là nắm được phần thắng trong tay. Và logistics là một mắt xích quan trọng trong hệ thống phân phối ấy.

Bởi vậy phát triển dịch vụ logistics của Công ty Cổ phần VINALINES LOGISTICS – VIỆT NAM trong điều kiện hội nhập là rất cần thiết để đẩy mạnh kinh doanh trong lĩnh vực này và mang lại một hướng đi vững vàng cho doanh nghiệp trẻ đầy triển vọng.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nội quy lao động của Công ty Cổ phần VINALINES

2. LOGISTICS VIỆT NAM (kèm theo Quyết định số:63 VNLL/QĐ-TCHC ngày 13 tháng 9 năm 2010 của Tổng giám đốc Công ty)

3. Quy chế tổ chức và hoạt động của cảng Nội địa (ICD) Lào Cai (ban hành kèm theo quyết định số 95/QĐ-HĐQT ngày 2/12/2009 của HĐQT Công ty Cổ phần Vinalines Logistics Việt Nam)

4. Quy chế tổ chức và hoạt động chi nhánh Công ty Cổ phần VINALINES LOGISTICS – VIỆT NAM Tại Quảng Ninh (ban hành kèm theo Quyết định số 12/QĐ-HĐQT ngày 18 tháng 6 năm 2008 của HĐQT Công ty Cổ phần VINALINES LOGISTICS – VIỆT NAM)

5. Quy chế tổ chức và hoạt động chi nhánh Công ty Cổ phần VINALINES LOGISTICS – VIỆT NAM Tại Hải Phòng (ban hành kèm theo Quyết định số 08/QĐ-HĐQT ngày 10 tháng 12 năm 2007 của HĐQT Công ty Cổ phần VINALINES LOGISTICS – VIỆT NAM)

6. Quy chế tổ chức và hoạt động chi nhánh Công ty Cổ phần VINALINES LOGISTICS – VIỆT NAM Tại TP Hồ Chí Minh (ban hành kèm theo Quyết định của HĐQT Công ty Cổ phần VINALINES LOGISTICS – VIỆT NAM)

7. Quyết định "Về việc Ban hành Quy định Chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn các phòng ban" năm 2010

8. Điều lệ tổ chức và hoạt động Công ty Cổ phần VINALINES LOGISTICS – VIỆT NAM (năm 2007)

9. Báo cáo kế hoạch thực hiện các dự án đầu tư và chất lượng, số lượng nguồn nhân lực (ngày 15 tháng 9 năm 2010)

10. Báo cáo tổng kết hoạt động, sản xuất kinh doanh năm 2009 phương hướng kế hoạch thực hiện năm 2010 Công ty Cổ phần VINALINES LOGISTICS – VIỆT NAM

11. Báo cáo Đại hội đồng cổ đông 2008