

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

NGOẠI □ □ □



KHOÁ LUẬN TỐT NGHIỆP

Đề tài:

THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN
DỊCH VỤ LOGISTICS CỦA VIỆT NAM ĐÁP
ỨNG YÊU CẦU HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ

<i>Họ và tên sinh viên</i>	: L ^a Th ^h Thanh H ^h ng
	: Anh 4
<i>Lớp</i>	: 44 A
<i>Khoá</i>	: TS. Tr ^h nh Th ^h Thu H ^h ng
<i>Giáo viên hướng dẫn</i>	

Hà Nội,

MỤC LỤC

DANH MỤC BẢNG BIỂU

LỜI MỞ ĐẦU	1
CHƯƠNG I: LÝ LUẬN CHUNG VỀ DỊCH VỤ LOGISTICS	3
I. KHÁI NIỆM DỊCH VỤ LOGISTICS	3
1. <i>Liên Hợp Quốc</i>	4
2. <i>Ủy ban Quản lý logistics của Hoa Kỳ</i>	4
3. <i>Hội đồng quản trị logistics Hoa Kỳ-1988:</i>	4
4. <i>Trong lĩnh vực quân sự</i>	5
5. <i>Luật Thương mại Việt Nam năm 2005 (Điều 233)</i>	5
II. ĐẶC ĐIỂM VÀ VAI TRÒ CỦA DỊCH VỤ LOGISTICS	7
1. <i>Đặc điểm của dịch vụ logistics</i>	7
2. <i>Vai trò của logistics:</i>	9
3. <i>Tác dụng của dịch vụ logistics:</i>	11
III. CÁC YẾU TỐ CƠ BẢN CỦA LOGISTICS	14
1. <i>Yếu tố vận tải</i>	14
2. <i>Yếu tố marketing</i>	18
3. <i>Yếu tố phân phối</i>	21
4. <i>Yếu tố quản trị</i>	23
IV. KINH NGHIỆM PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ LOGISTICS CỦA MỘT SỐ QUỐC GIA TRÊN THẾ GIỚI	28
1. <i>Singapore</i>	28
2. <i>Trung Quốc</i>	31
3. <i>Bài học kinh nghiệm đối với Việt Nam</i>	34

CHƯƠNG II: THỰC TRẠNG DỊCH VỤ LOGISTICS TẠI VN	37
I. CÁC LOẠI HÌNH DỊCH VỤ LOGISTICS TẠI VIỆT NAM	37

1. Dịch vụ vận tải giao nhận hàng hoá xuất nhập khẩu	37
2. Dịch vụ vận tải giao nhận nội địa và phân phối hàng	39
3. Dịch vụ phân loại và đóng gói bao bì hàng hóa	40
4. Dịch vụ kinh doanh kho bãi	40

II. THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG LOGISTICS TẠI VIỆT NAM

1. Khuôn khổ pháp lý cho hoạt động logistics	41
2. Cơ sở hạ tầng ở Việt Nam	44
2.1. Hệ thống cảng biển Việt Nam	44
2.2. Hệ thống đường sông	46
2.3. Hệ thống đường bộ (Hệ thống đường sắt và ô tô)	46
2.4. Hệ thống cảng hàng không	49
3. Người cung cấp và sử dụng dịch vụ logistics tại Việt Nam	51
3.1. Khái quát thực trạng hoạt động logistics của các doanh nghiệp VN	51
3.2. Nhu cầu về sử dụng dịch vụ logistics	58
3.3. Người cung cấp dịch vụ logistics	60

III. ĐÁNH GIÁ CHUNG VỀ DỊCH VỤ LOGISTICS TẠI VIỆT NAM

1. Những thuận lợi trong hoạt động logistics tại Việt Nam	63
1.1. Việt Nam đã và đang đưa ra các chính sách hội nhập	63
1.2. Vị trí địa lý thuận lợi	63
1.3. Vốn đầu tư nước ngoài vào Việt Nam ngày càng tăng	64
1.4. Sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ thông tin	65
2. Những mặt yếu kém trong hoạt động logistics tại Việt Nam	66
2.1. Cơ sở hạ tầng logistics tại Việt Nam còn nghèo nàn, quy mô nhỏ và chưa đồng bộ	66
2.2. Quy mô doanh nghiệp cung cấp dịch vụ logistics nhỏ, kinh doanh manh mún	68
2.3. Cơ chế, chính sách pháp luật liên quan đến hoạt động logistics còn	

bất cập và chưa đầy đủ 70

2.4. Nguồn nhân lực ngành dịch vụ logistics còn thiếu về số lượng và yếu về chất lượng	71
2.5. Khó khăn về nguồn vốn đầu tư để phát triển logistics	72

CHƯƠNG III: MỘT SỐ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ LOGISTICS TẠI VIỆT NAM ĐÁP ỨNG VỚI YÊU CẦU HỘI NHẬP

KINH TẾ QUỐC TẾ	74
I. YÊU CẦU HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ CŨNG NHƯ CÁC CAM KẾT CỦA VIỆT NAM TRONG LĨNH VỰC LOGISTICS	74
1. Xu hướng phát triển logistics trên thế giới	74
2. Yêu cầu hội nhập kinh tế quốc tế trong lĩnh vực logistics	76
3. Đánh giá chung các cam kết của Việt Nam trong lĩnh vực logistics ..	77
II. GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN CHO DỊCH VỤ LOGISTICS TẠI VIỆT NAM	81
1. Về khuôn khổ pháp lý cho hoạt động logistics.....	81
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	81
1.2. Cần có một cơ quan quản lý dịch vụ logistics	84
1.3. Thực hiện tự do hóa hoạt động logistics theo lộ trình vào tạo thuận lợi cho dịch vụ này phát triển	85
2. Về cơ sở hạ tầng	86
2.1. Phát triển cơ sở hạ tầng và phương tiện vật chất kĩ thuật của ngành giao thông vận tải đồng bộ và tiên tiến	86
2.2. Đầu tư phát triển hạ tầng công nghệ thông tin	90
2.3. Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực cho ngành dịch vụ logistics	91
3. Về phía người cung cấp và người sử dụng	92

3.1. Nâng cao năng lực và khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ logistics	92
3.2. Ứng dụng công nghệ thông tin, đặc biệt là thương mại điện tử vào quá trình hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp	94
3.3. Liên kết và cổ phần hoá-động lực cho sự phát triển	94
3.4. Tăng cường vai trò và sự cộng tác chặt chẽ giữa các hiệp hội ngành nghề liên quan	96
3.5. Xây dựng thương hiệu và chiến lược marketing nhằm khẳng định vị trí của mình	97
KẾT LUẬN	99
TÀI LIỆU THAM KHẢO	
PHỤ LỤC	

DANH MỤC BẢNG BIỂU

Hình 1: Chuỗi logistics	6
Hình 2: Đánh giá chung về chất lượng của các phương thức vận tải	15
Hình 3: Kênh phân phối truyền thống	22
Hình 4: Kết hợp các hoạt động trong quản trị logistics	24
Bảng 5: Các chỉ tiêu về logistics của Singapore năm 2002 – 2007	30
Bảng 6: Doanh thu từ hoạt động logistics tại Trung Quốc	32
Biểu đồ 7: Giá trị gia tăng của ngành logistics Trung Quốc và tốc độ tăng trưởng của nó	33
Hình 8: Mạng lưới đường sắt	47
Bảng 9: Chiều dài của các đường chính tuyến của mạng lưới đường sắt Việt Nam	48
Bảng 10: Chiều dài của các loại đường	49
Biểu đồ 11: Cơ cấu thành phần kinh tế kinh doanh dịch vụ logistics	52
Biểu đồ 12: Giá trị hợp đồng logistics 2005 – 2008	56
Bảng 13: Khối lượng hàng hóa vận chuyển phân theo ngành vận tải	57
Hình 14: Phần trăm thuê ngoài theo ngành và theo loại hình công ty	58
Hình 15: Nhóm năm hoạt động logistics được thuê ngoài	59

LỜI MỞ ĐẦU

Cách đây vài thế kỷ, thuật ngữ Logistics đã được sử dụng trong quân đội và được hoàng đế Napoleon nhắc đến trong câu nói nổi tiếng "Kẻ nghiệp dư bàn về chiến thuật, người chuyên nghiệp bàn về logistics". Câu nói này đã nói lên phần nào tính hấp dẫn của logistics. Ngày nay, thuật ngữ logistics được sử dụng trong lĩnh vực kinh tế như một ngành mang lại nhiều nguồn lợi to lớn không những cho các doanh nghiệp mà cho cả nền kinh tế quốc dân.

Dịch vụ logistics là ngành dịch vụ xuyên suốt quá trình sản xuất, phân phối lưu thông hàng hoá, dịch vụ trong nền kinh tế. Đây là một công cụ hữu hiệu hỗ trợ cho các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh có hiệu quả, nâng cao năng lực cạnh tranh trên thương trường. Với vai trò rất quan trọng và tác dụng to lớn của nó mà ngày nay trên thế giới dịch vụ logistics đã trở nên phổ biến và rất phát triển, được các doanh nghiệp coi là một thứ vũ khí cạnh tranh mới hỗ trợ tích cực cho hoạt động sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp đạt hiệu quả cao.

Trong vài thập niên trở lại đây, dịch vụ logistics đã phát triển nhanh chóng và mang lại những kết quả rất tốt ở nhiều nước trên thế giới, điển hình như: Hà Lan, Thụy Điển, Đan Mạch, Mỹ...

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 có bước phát triển mạnh mẽ 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 dịch vụ logistics sẽ có cơ hội phát triển nhanh. Tuy nhiên cũng sẽ có những khó khăn, thách thức bởi hiện nay quy mô của phần lớn các doanh nghiệp logistics Việt Nam 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, các công ty 100% vốn nước ngoài sẽ được phép hoạt động tại Việt Nam. Vì vậy, trong thời gian tới trong ngành dịch vụ logistics ở nước ta sẽ hứa hẹn sự cạnh tranh rất gay gắt.

Nhận thấy rằng logistics là một lĩnh vực còn khá mới mẻ ở Việt Nam và có tiềm năng phát triển lớn trong thời gian tới bởi vậy em đã quyết định chọn đề tài: ***"Thực trạng và giải pháp phát triển dịch vụ logistics của Việt Nam đáp ứng yêu cầu hội nhập kinh tế quốc tế"*** với mong muốn đóng góp những hiểu biết của mình về lĩnh vực logistics để nghiên cứu những vấn đề cơ bản về dịch vụ logistics cũng như thấy được sự phát triển của dịch vụ này ở Việt Nam như thế nào. Từ đó có thể đưa ra một số giải pháp nhằm phát triển dịch vụ logistics ở Việt Nam.

Kết cấu của khóa luận bao gồm 3 chương:

Chương I: Lý luận chung về dịch vụ logistics

Chương II: Thực trạng hoạt động dịch vụ logistics ở Việt Nam.

Chương III: Một số giải pháp phát triển dịch vụ logistics tại Việt Nam để đáp ứng với yêu cầu hội nhập kinh tế quốc tế.

Tuy nhiên do trình độ và điều kiện nghiên cứu có hạn chế nên chắc chắn khóa luận này không thể tránh khỏi nhiều thiếu 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 TS. Trịnh Thị Thu Hương, người đã theo dõi sát sao, hỗ trợ và tận tình hướng dẫn em trong suốt thời gian hoàn thành khoá luận tốt nghiệp này.

CHƯƠNG I: LÝ LUẬN CHUNG VỀ DỊCH VỤ LOGISTICS

I. KHÁI NIỆM DỊCH VỤ LOGISTICS

Cùng với 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, 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. Theo thống kê của công ty Armstrong

& Associates (Hoa Kỳ), tổng dung lượng thị trường logistics Bên thứ 3 (Third Party Logistics) của Hoa Kỳ tăng trưởng với tốc độ 18%/năm và đạt 77 tỷ USD trong năm 2003.

Tuy nhiên, một điều khá thú vị là logistics được phát minh và ứng dụng lần đầu tiên không phải trong hoạt động thương mại mà là trong lĩnh vực quân sự. Logistics được các quốc gia ứng dụng rất rộng rãi trong 2 cuộc Đại chiến thế giới để di chuyển lực lượng quân đội cùng với vũ khí có khối lượng lớn và đảm bảo hậu cần cho lực lượng tham chiến. Hiệu quả của hoạt động logistics, do đó là yếu tố có tác động rất lớn tới thành bại trên chiến trường. Cuộc đổ bộ thành công của quân đồng minh vào vùng Normandie tháng 6/1994 chính là nhờ vào sự nỗ lực của khâu chuẩn bị hậu cần và quy mô của các phương tiện hậu cần được triển khai. Sau khi chiến tranh thế giới kết thúc, các chuyên gia

logistics trong quân đội đã áp dụng các kỹ năng logistics của họ trong hoạt

động tái thiết kinh tế thời hậu chiến. Hoạt động logistics trong thương mại lần đầu tiên được ứng dụng và triển khai sau khi chiến tranh thế giới lần thứ 2 kết thúc. Trong lịch sử Việt Nam, 2 người đầu tiên ứng dụng thành công logistics trong hoạt động quân sự chính là vua Quang Trung-Nguyễn Huệ trong cuộc hành quân thần tốc ra miền Bắc đại phá quân Thanh (1789) và sau đó là Đại tướng Võ Nguyên Giáp trong chiến dịch Điện Biên Phủ (1954).

Trải qua dòng chảy lịch sử, 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:

1. ***Liên Hợp Quốc*** (Khóa đào tạo quốc tế về vận tải đa phương thức và quản lý logistics, Đại học Ngoại Thương, tháng 10/2002): Logistics là hoạt động quản lý quá trình lưu chuyển nguyên vật liệu qua các khâu lưu kho, sản xuất ra sản phẩm cho tới tay người tiêu dùng theo yêu cầu của khách hàng
2. ***Ủy ban Quản lý logistics của Hoa Kỳ***: Logistics là quá trình lập kế hoạch, chọn phương án tối ưu để thực hiện việc quản lý, kiểm soát việc di chuyển và bảo quản có hiệu quả về chi phí và ngắn nhất về thời gian đối với nguyên vật liệu, bán thành phẩm và thành phẩm, cũng như các thông tin tương ứng từ giai đoạn tiền sản xuất cho đến khi hàng hóa đến tay người tiêu dùng cuối cùng để đáp ứng yêu cầu của khách hàng
3. ***Hội đồng quản trị logistics Hoa Kỳ-1988***: Logistics là quá trình liên kế hoạch, thực hiện và kiểm soát hiệu quả, tiết kiệm chi phí của dòng lưu chuyển và lưu trữ nguyên vật liệu, hàng tồn, thành phẩm và các thông tin liên quan từ điểm xuất xứ đến điểm tiêu thụ, nhằm mục đích thỏa mãn những yêu cầu của khách hàng.

4. ***Trong lĩnh vực quân sự***, logistics được định nghĩa là khoa học của việc lập kế hoạch và tiến hành di chuyển và tập trung các lực lượng, ... các mặt trong chiến dịch quân sự liên quan tới việc thiết kế và phát triển, mua lại, lưu kho, di chuyển, phân phối, tập trung, sắp đặt và di chuyển khí tài, trang thiết bị.

5. ***Luật Thương mại Việt Nam năm 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 đoạn bao gồm nhận hàng, vận chuyển, lưu kho, lưu bãi, làm thủ tục hải quan, các thủ tục giấy tờ khác, tư vấn khách hàng, đóng gói bao bì, ghi ký mã hiệu, giao hàng hoặc các dịch vụ khác có liên quan tới hàng hóa theo thỏa thuận với khách hàng để hưởng thù lao”.

Mặc dù có nhiều quan điểm khác nhau nhưng các khái niệm về dịch vụ logistics có thể chia làm hai nhóm:

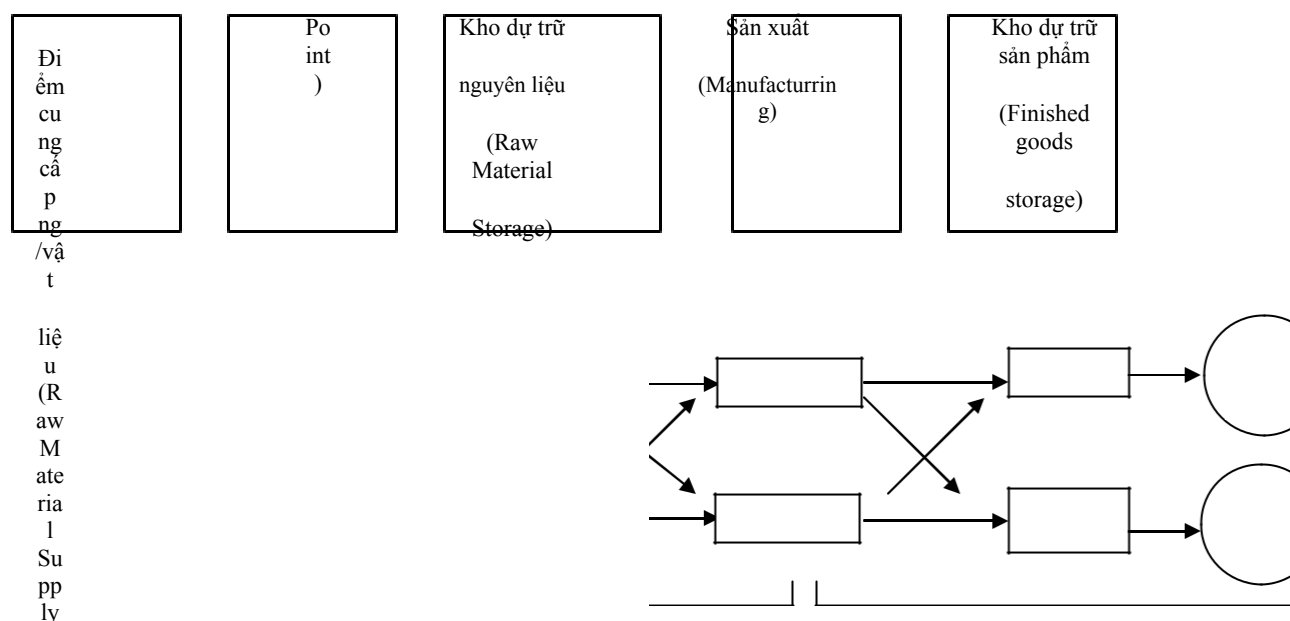
Nhóm định nghĩa hẹp mà tiêu biểu là định nghĩa của Luật Thương mại 2005 có nghĩa hẹp, coi logistics gần như tương tự với hoạt động giao nhận hàng hóa. Tuy nhiên cũng cần chú ý là định nghĩa trong Luật Thương mại có tính mở, thể hiện trong đoạn in nghiêng “hoặc các dịch vụ khác có liên quan tới hàng hóa”. Khái niệm logistics trong một số lĩnh vực chuyên ngành cũng được coi là có nghĩa hẹp, tức là chỉ bó hẹp trong phạm vi, đối tượng của ngành đó (như ví dụ ở trên là trong lĩnh vực quân sự). Theo trường phái này, bản chất của dịch vụ logistics là việc tập hợp các yếu tố hỗ trợ cho quá trình vận chuyển sản phẩm từ nơi sản xuất tới nơi tiêu thụ. Theo họ, dịch vụ logistics mang nhiều yếu tố vận tải, người cung cấp dịch vụ logistics theo khái niệm này không có nhiều khác biệt so với người cung cấp dịch vụ vận tải đa phương thức (MTO).

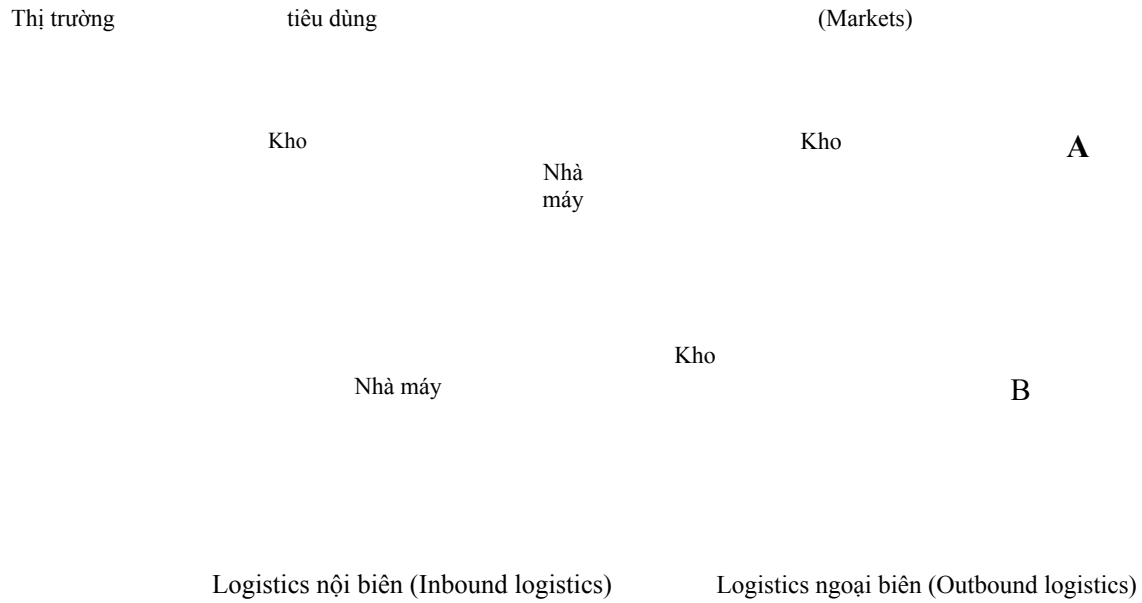
Nhóm định nghĩa thứ 2 về dịch vụ logistics có phạm vi rộng, có tác động từ giai đoạn tiền sản xuất cho tới khi hàng hóa tới tay của người tiêu

dùng cuối cùng. Theo nhóm định nghĩa này, 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. Nhóm định nghĩa này của 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. Ví dụ, khi một nhà cung cấp dịch vụ logistics cho một nhà sản xuất thép, anh ta sẽ chịu trách nhiệm cân đối sản lượng của nhà máy và lượng hàng tồn kho để nhập phôi thép, tư vấn cho doanh nghiệp về chu trình sản xuất, kỹ năng quản lý và lập các kênh phân phối, các chương trình marketing, xúc tiến bán hàng để đưa sản phẩm đến với người tiêu dùng.

Khái niệm logistics theo nghĩa rộng luôn gắn liền với khái niệm chuỗi logistics-khái niệm logistics xây dựng trên cơ sở chu trình thực hiện. Chuỗi logistics có thể được biểu diễn dưới dạng lưu đồ như sau:

Hình 1: Chuỗi logistics





II. ĐẶC ĐIỂM VÀ VAI TRÒ CỦA DỊCH VỤ LOGISTICS

1. Đặc điểm của dịch vụ logistics

Các chuyên gia nghiên cứu về dịch vụ logistics đã rút ra một số đặc điểm cơ bản của ngành dịch vụ này như sau:

+ *Logistics là tổng hợp các hoạt động của doanh nghiệp trên 3 khía cạnh chính, 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. Logistics sinh tồn đúng như tên gọi của nó xuất phát từ bản năng sinh tồn của con người, đáp ứng các nhu cầu thiết yếu của con người: cần gì, cần bao nhiêu, khi nào cần và cần ở đâu. Logistics sinh tồn là bản chất và nền tảng của hoạt động logistics nói chung;

- Logistics hoạt động là bước phát triển mới của logistics sinh tồn và gắn với toàn bộ quá trình và hệ thống sản xuất các sản phẩm của doanh nghiệp. Logistics hoạt động liên quan tới quá trình vận động và lưu kho của nguyên liệu đầu vào vào trong, đi qua và đi ra khỏi doanh nghiệp, thâm nhập vào các kênh phân phối trước khi đi đến tay người tiêu dùng cuối cùng;

- Logistics hệ thống giúp ích cho việc duy trì hệ thống hoạt động. Các yếu tố của logistics hệ thống bao gồm các máy móc thiết bị, nguồn nhân lực, công nghệ, cơ sở hạ tầng nhà xưởng, ...

Logistics sinh tồn, hoạt động và hệ thống có mối liên hệ chặt chẽ, tạo cơ sở hình thành hệ thống logistics hoàn chỉnh.

+ *Logistics hỗ trợ hoạt động của các doanh nghiệp*

Logistics hỗ trợ toàn bộ quá trình hoạt động của doanh nghiệp, ngay cả khi sản phẩm đã ra khỏi dây chuyền sản xuất của doanh nghiệp và đến tay người tiêu dùng. Một doanh nghiệp có thể kết hợp bất cứ yếu tố nào của logistics với nhau hay tất cả các yếu tố logistics tùy theo yêu cầu của doanh nghiệp mình. Logistics còn hỗ trợ hoạt động của doanh nghiệp thông qua

quản lý di chuyển và lưu trữ nguyên vật liệu đi vào doanh nghiệp và bán thành phẩm di chuyển trong doanh nghiệp.

+Logistics là sự phát triển cao, hoàn chỉnh của dịch vụ vận tải giao nhận, vận tải giao nhận gắn liền và nằm trong logistics

Cùng với quá trình phát triển của mình, logistics đã làm đa dạng hóa khái niệm vận tải giao nhận truyền thống. Từ chỗ chỉ thay mặt khách hàng để thực hiện các khâu rời rạc như thuê tàu, lưu cước, chuẩn bị hàng, đóng gói hàng, tái chế, làm thủ tục thông quan, ... cho tới cung cấp dịch vụ trọn gói từ kho đến kho (Door to Door). Từ chỗ đóng vai trò đại lý, người được ủy thác trở thành một chủ thể chính trong các hoạt động vận tải giao nhận với khách hàng, chịu trách nhiệm trước các nguồn luật điều chỉnh. Ngày nay, để có thể thực hiện nghiệp vụ của mình, người giao nhận phải quản lý một hệ thống đồng bộ từ giao nhận tới vận tải, cung ứng nguyên vật liệu phục vụ sản xuất kinh doanh, bảo quản hàng hóa trong kho, phân phối hàng hóa đúng nơi, đúng lúc, sử dụng thông tin điện tử để theo dõi, kiểm tra, ... Như vậy, người giao nhận vận tải trở thành người cung cấp dịch vụ logistics.

+ Logistics là sự phát triển hoàn thiện dịch vụ vận tải đa phương thức

Trước đây, hàng hóa đi theo hình thức hàng lẻ từ nước xuất khẩu sang nước nhập khẩu và trải qua nhiều phương tiện vận tải khác nhau, vì vậy xác suất rủi ro mất mát đối với hàng hóa là rất cao, và người gửi hàng phải ký nhiều hợp đồng với nhiều người vận tải khác nhau mà trách nhiệm của họ chỉ giới hạn trong chặng đường hay dịch vụ mà họ đảm nhiệm. Tới những năm 60-70 của thế kỷ XX, cách mạng container trong ngành vận tải đã đảm bảo an toàn và độ tin cậy trong vận chuyển hàng hóa, là tiền đề và cơ sở cho sự ra đời và phát triển vận tải đa phương thức. Khi vận tải đa phương thức ra đời, chủ hàng chỉ phải ký một hợp đồng duy nhất với người kinh doanh vận tải đa phương thức (MTO-Multimodal Transport Operator). MTO sẽ chịu trách nhiệm tổ chức thực hiện toàn bộ việc vận chuyển hàng hóa từ khi nhận hàng

cho tới khi giao hàng bằng một chứng từ vận tải duy nhất cho dù anh ta không phải là người chuyên chở thực tế. Như vậy, MTO ở đây chính là người cung cấp dịch vụ logistics.

2. Vai trò của logistics:

Cùng với sự phát triển mạnh mẽ của nền kinh tế thế giới theo hướng toàn cầu hóa, khu vực hóa, dịch vụ logistics ngày càng đóng vai trò hết sức quan trọng thể hiện ở những điểm sau:

+ *Là công cụ liên kết các hoạt động trong chuỗi giá trị toàn cầu (GVC- Global Value Chain) như cung cấp, sản xuất, lưu thông phân phối, mở rộng thị trường cho các hoạt động kinh tế*

Khi thị trường toàn cầu phát triển với các tiến bộ công nghệ, đặc biệt là việc mở cửa thị trường ở các nước đang và chậm phát triển, logistics được các nhà quản lý coi như là công cụ, một phương tiện liên kết các lĩnh vực khác nhau của chiến lược doanh nghiệp. Logistics tạo ra sự hữu dụng về thời gian và địa điểm cho các hoạt động của doanh nghiệp. Thế giới ngày nay được nhìn nhận như các nền kinh tế liên kết, trong đó các doanh nghiệp mở rộng biên giới quốc gia và khái niệm quốc gia về thương mại chỉ đứng hàng thứ 2 so với hoạt động của các doanh nghiệp, ví dụ như thị trường tam giác bao gồm 3 khu vực địa lý: Nhật, Mỹ-Canada và EU. Trong thị trường tam giác này, các công ty trở nên quan trọng hơn quốc gia vì quyền lực kinh tế của họ đã vượt quá biên giới quốc gia, quốc tịch của công ty đã trở nên mờ nhạt. Ví dụ như hoạt động của Toyota hiện nay, mặc dù phần lớn cổ đông của Toyota là người Nhật và thị trường quan trọng nhất của Toyota là Mỹ nhưng phần lớn xe Toyota bán tại Mỹ được sản xuất tại nhà máy của Mỹ thuộc sở hữu của Toyota. Như vậy, quốc tịch của Toyota đã bị mờ đi nhưng đối với thị trường Mỹ thì rõ ràng Toyota là nhà sản xuất một số loại xe ô tô và xe tải có chất lượng cao.

+Logistics 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 sử dụng.

Từ thập niên 70 của thế kỷ XX, liên tiếp các cuộc khủng hoảng năng lượng buộc các doanh nghiệp phải quan tâm tới chi phí, đặc biệt là chi phí vận chuyển. Trong nhiều giai đoạn, lãi suất ngân hàng cũng cao khiến các doanh nghiệp có nhận thức sâu sắc hơn về vốn, vì vốn bị đọng lại do việc duy trì quá nhiều hàng tồn kho. Chính trong giai đoạn này, cách thức tối ưu hóa quá trình sản xuất, lưu kho, vận chuyển hàng hóa được đặt lên hàng đầu. Và với sự trợ giúp của công nghệ thông tin, logistics chính là một công cụ đắc lực để thực hiện điều này.

+Logistics hỗ trợ nhà quản lý ra quyết định chính xác trong hoạt động sản xuất kinh doanh

Trong quá trình sản xuất kinh doanh, nhà quản lý phải giải quyết nhiều bài toán hóc búa về nguồn nguyên liệu cung ứng, số lượng và thời điểm hiệu quả để bổ sung nguồn nguyên liệu, phương tiện và hành trình vận tải, địa điểm, khi bãi chứa thành phẩm, bán thành phẩm, ... Để giải quyết những vấn đề này một cách có hiệu quả không thể thiếu vai trò của logistics vì logistics cho phép nhà quản lý kiểm soát và ra quyết định chính xác về các vấn đề nêu trên để giảm tối đa chi phí phát sinh đảm bảo hiệu quả trong hoạt động sản xuất kinh doanh.

+Logistics đóng vai trò quan trọng trong việc đảm bảo yếu tố đúng thời gian-địa điểm (just in time)

Quá trình toàn cầu hóa kinh tế đã làm cho hàng hóa và sự vận động của chúng phong phú và phức tạp hơn, đòi hỏi sự quản lý chặt chẽ, đặt ra yêu cầu mới đối với dịch vụ vận tải giao nhận. Đồng thời, để tránh hàng tồn kho, doanh nghiệp phải làm sao để lượng hàng tồn kho luôn là nhỏ nhất. Kết quả là hoạt động lưu thông nói chung và hoạt động logistics nói riêng phải đảm bảo yêu

cầu giao hàng đúng lúc, kịp thời, mặt khác phải đảm bảo mục tiêu khống chế lượng hàng tồn kho ở mức tối thiểu. Sự phát triển mạnh mẽ của tin học cho phép kết hợp chặt chẽ quá trình cung ứng, sản xuất, lưu kho hàng hóa, tiêu thụ với vận tải giao nhận, làm cho cả quá trình này trở nên hiệu quả hơn, nhanh chóng hơn, nhưng đồng thời cũng phức tạp hơn.

3. Tác dụng của dịch vụ logistics:

+ *Dịch vụ logistics góp phần nâng cao hiệu quả quản lý, giảm thiểu chi phí trong quá trình sản xuất, tăng cường sức cạnh tranh cho các doanh nghiệp*

Theo thống kê của một số tổ chức nghiên cứu về logistics cũng như Viện nghiên cứu logistics của Mỹ cho biết, chi phí cho hoạt động logistics chiếm tới khoảng 10-13% GDP ở các nước phát triển, con số này ở các nước đang phát triển thì cao hơn khoảng 15-20% [21]. Theo thống kê của một nghiên cứu, hoạt động logistics trên thị trường Trung Quốc tăng trưởng với tốc độ bình quân là 33%/1 năm và ở Brazil là 20%/1 năm. Điều này cho thấy

chi phí cho logistics là rất lớn. Vì vậy, với việc hình thành và phát triển dịch vụ logistics sẽ giúp các doanh nghiệp cũng như toàn bộ nền kinh tế quốc dân giảm được chi phí trong chuỗi logistics, làm cho quá trình sản xuất kinh doanh tinh giản hơn và đạt hiệu quả hơn. Giảm chi phí trong sản xuất, quá trình sản xuất kinh doanh tinh giản, hiệu quả sản xuất kinh doanh được nâng cao góp phần tăng sức cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường. Thực tế những năm qua tại các nước Châu Âu, chi phí logistics đã giảm xuống rất nhiều và còn có xu hướng giảm nữa trong các năm tới.

+ *Dịch vụ logistics có tác dụng tiết kiệm và giảm chi phí trong hoạt động lưu thông phân phối*

Giá cả hàng hóa trên thị trường chính bằng giá cả ở nơi sản xuất cộng với chi phí lưu thông. Chi phí lưu thông hàng hóa, chủ yếu là phí vận tải

chiếm một tỷ lệ không nhỏ và là bộ phận cấu thành giá cả hàng hóa trên thị trường, đặc biệt là hàng hóa trong buôn bán quốc tế. Vận tải là yếu tố quan

trọng của lưu thông. C. Mác đã từng nói “Lưu thông có ý nghĩa là hành trình thực tế của hàng hóa trong không gian được giải quyết bằng vận tải”. Vận tải có nhiệm vụ đưa hàng hóa đến nơi tiêu dùng và tạo khả năng để thực hiện giá trị và giá trị sử dụng của hàng hóa. Trong buôn bán quốc tế, chi phí vận tải chiếm tỷ trọng khá lớn, mà vận tải là yếu tố quan trọng nhất trong hệ thống logistics cho nên dịch vụ logistics ngày càng hoàn thiện và hiện đại sẽ tiết kiệm cho phí vận tải và các chi phí khác phát sinh trong quá trình lưu thông dẫn đến tiết kiệm và giảm chi phí lưu thông. Nếu tính cả chi phí vận tải, tổng chi phí logistics (bao gồm đóng gói, lưu kho, vận tải, quản lý, ...) ước tính chiếm tới 20% tổng chi phí sản xuất ở các nước phát triển, trong khi đó nếu chỉ tính riêng chi phí vận tải có thể chiếm tới 40% giá trị xuất khẩu của một số nước không có đường bờ biển.

+Dịch vụ logistics góp phần gia tăng giá trị kinh doanh của các doanh nghiệp vận tải giao nhận

Dịch vụ logistics là loại hình dịch vụ có quy mô mở rộng và phức tạp hơn nhiều so với hoạt động vận tải giao nhận thuần túy. Trước kia, người kinh doanh dịch vụ vận tải giao nhận chỉ cung cấp cho khách hàng những dịch vụ đơn giản, thuần túy và đơn lẻ. Ngày nay, do sự phát triển của sản xuất, lưu thông, các chi tiết của một sản phẩm có thể do nhiều quốc gia cung ứng và ngược lại một loại sản phẩm của doanh nghiệp có thể tiêu thụ tại nhiều quốc gia, nhiều thị trường khác nhau, vì vậy dịch vụ mà khách hàng yêu cầu từ người kinh doanh vận tải giao nhận phải đa dạng và phong phú. Người vận tải giao nhận ngày nay đã triển khai cung cấp các dịch vụ nhằm đáp ứng yêu cầu thực tế của khách hàng. Họ trở thành người cung cấp dịch vụ logistics (logistics service provider). Rõ ràng, dịch vụ logistics đã góp phần làm gia tăng giá trị kinh doanh của các doanh nghiệp vận tải giao nhận.

Theo kinh nghiệm ở những nước phát triển cho thấy, thông qua việc sử dụng dịch vụ logistics trọn gói, các doanh nghiệp sản xuất có thể rút ngắn thời gian

từ lúc nhận đơn hàng cho đến lúc giao sản phẩm cho khách hàng từ 5-6 tháng xuống còn 2 tháng. Kinh doanh dịch vụ này có tỷ suất lợi nhuận cao gấp 3-4 lần sản xuất và gấp từ 1-2 lần các dịch vụ ngoại thương khác.

+ Logistics phát triển góp phần mở rộng thị trường trong buôn bán quốc tế

Sản xuất có mục đích là phục vụ tiêu dùng, cho nên trong sản xuất kinh doanh, vấn đề thị trường luôn là vấn đề quan trọng và luôn được các nhà sản xuất và kinh doanh quan tâm. Các nhà sản xuất kinh doanh muốn chiếm lĩnh và mở rộng thị trường cho sản phẩm của mình phải cần sự hỗ trợ của dịch vụ logistics. Dịch vụ logistics có tác dụng như chiếc cầu nối trong việc chuyển dịch hàng hóa trên các tuyến đường mới đến các thị trường mới đúng yêu cầu về thời gian và địa điểm đặt ra. Dịch vụ logistics phát triển có tác dụng rất lớn trong việc khai thác và mở rộng thị trường kinh doanh cho các doanh nghiệp.

+ Dịch vụ logistics phát triển góp phần giảm chi phí, hoàn thiện và tiêu chuẩn hóa chứng từ trong kinh doanh quốc tế

Thực tiễn, một giao dịch trong buôn bán quốc tế thường phải tiêu tốn các loại giấy tờ, chứng từ. Theo ước tính của Liên Hợp Quốc, chi phí về giấy tờ để phục vụ mọi mặt giao dịch thương mại trên thế giới hàng năm đã vượt quá 420 tỷ USD. Theo tính toán của các chuyên gia, riêng các loại giấy tờ, chứng từ rườm rà hàng năm khoản chi phí tiêu tốn cho nó cũng chiếm tới hơn 10% kim ngạch mậu dịch quốc tế, ảnh hưởng rất lớn tới các hoạt động buôn bán quốc tế. Logistics đã cung cấp các dịch vụ đa dạng trọn gói đã có tác dụng giảm rất nhiều các chi phí cho giấy tờ, chứng từ trong buôn bán quốc tế. Dịch vụ vận tải đa phương thức do người kinh doanh dịch vụ logistics cung cấp đã loại bỏ đi rất nhiều chi phí cho giấy tờ thủ tục, nâng cấp và chuẩn hóa chứng từ cũng như giảm khối lượng công việc văn phòng trong lưu thông hàng hóa, từ đó nâng cao hiệu quả buôn bán quốc tế.

Ngoài ra, cùng với việc phát triển logistics điện tử (electronic logistics) sẽ tạo ra cuộc cách mạng trong dịch vụ vận tải và logistics, chi phí cho giấy tờ,

chúng từ trong lưu thông hàng hóa càng được giảm tới mức tối đa, chất lượng dịch vụ logistics ngày càng được nâng cao sẽ thu hẹp hơn nữa cản trở về mặt không gian và thời gian trong dòng lưu chuyển nguyên vật liệu và hàng hóa. Các quốc gia sẽ xích lại gần nhau hơn trong hoạt động sản xuất và lưu thông.

III. CÁC YẾU TỐ CƠ BẢN CỦA LOGISTICS

1. Yếu tố vận tải

Vận tải có vai trò đặc biệt quan trọng trong hoạt động logistics và vai trò này sẽ ngày càng tăng thêm, bởi chi phí cho vận chuyển chiếm tỉ trọng ngày càng lớn trong tổng chi phí logistics. Do đó, vận tải sẽ có ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả hoạt động kinh doanh và khả năng cạnh tranh của tổ chức trên thương trường. Vận tải là cầu nối giữa khách hàng của công ty, nhà cung cấp nguyên liệu thô, nhà xưởng, kho bãi và các bộ phận khác trong kênh phân phối - các mắt xích trong dây chuyền logistics. Việc lựa chọn hệ thống vận tải nào để nối các mắt xích này không chỉ tác động đến chi phí vận tải mà còn ảnh hưởng đến cả chi phí để vận hành hoạt động ở đây.

Nhờ có hoạt động vận tải, thời gian và địa điểm được tối ưu hoá, đem lại giá trị gia tăng cho doanh nghiệp. Giá trị tăng thêm đó chính là dòng di chuyển vật chất của hàng hoá đến địa điểm yêu cầu và vào đúng thời gian yêu cầu. Vì thế, lựa chọn phương thức vận tải là yếu tố then chốt trong xây dựng kênh logistics hay kênh phân phối.

Lựa chọn phương thức vận tải có tác động trực tiếp đến hiệu quả của kênh logistics hay hoạt động phân phối hàng hoá. Nếu như trước đây, người ta mới chỉ sử dụng các phương thức vận tải đơn lẻ để chuyên chở hàng hoá, thì ngày nay, sự phát triển của vận tải đa phương thức, của dịch vụ logistics đã đem lại nhiều thành công cho các doanh nghiệp sản xuất, đặc biệt là các doanh nghiệp xuất khẩu. Bởi mỗi phương thức vận tải đều có những đặc điểm riêng, có những điểm mạnh và điểm yếu. Việc kết hợp một cách hợp lý các

phương thức vận tải sẽ giúp tối ưu hoá quá trình phân phối hàng hoá, đem lại lợi ích cho cả nhà sản xuất lẫn người tiêu dùng.

Hình 2: Đánh giá chung về chất lượng của các phương thức vận tải

	Đường bộ	Đường sắt	Đường thủy, đường biển	Đường hàng không
Tốc độ	cao	thấp	thấp	rất cao
Khả năng vận chuyển door-to-door	rất cao	thấp	rất thấp	thấp
Độ tin cậy	rất cao	cao	cao	rất cao
An ninh	rất cao	cao	cao	rất cao
Độ an toàn của hàng hoá	cao	rất cao	rất cao	rất cao
Sự linh hoạt	rất cao	thấp	thấp	thấp
Độ sẵn có	rất cao	thấp	thấp	thấp
Hiệu quả sử dụng năng lượng	thấp	rất cao	rất cao	rất thấp

(Nguồn: Adjadjihoue [1995])

Ở mỗi quốc gia, mỗi khu vực, việc lựa chọn phương thức vận tải lại khác nhau, phụ thuộc vào một loạt yếu tố như diện tích, địa hình, mật độ phân bố dân cư, phân bố các ngành công nghiệp, mật độ của mạng lưới giao thông vận tải, cơ cấu nền kinh tế và các quy định của chính phủ điều chỉnh hoạt động vận tải, đầu tư, các chính sách thuế...

Để lựa chọn được quãng đường vận chuyển và phương thức vận chuyển tối ưu đòi hỏi bộ phận phân phối, vận tải phải nhận biết được các yếu tố ảnh hưởng chính. Có thể chia thành hai nhóm là các nhân tố bên ngoài và

các nhân tố bên trong tác động đến quá trình ra quyết định trên cơ sở những phương tiện vận tải sẵn có:

Các nhân tố bên ngoài:

- Từ phía chính phủ:
 - + Khung pháp lý, các quy định, luật, lệ điều chỉnh hoạt động vận tải
 - + Cơ sở hạ tầng của ngành giao thông vận tải
 - + Các hiệp định song phương, hiệp định khu vực về vận tải
- Từ phía khách hàng:
 - + Khối lượng hàng cần chuyên chở, tần suất gửi hàng
 - + Thời gian gửi hàng

Các nhân tố bên trong:

- Sản phẩm:
 - + Giá trị, trọng lượng của mỗi đơn vị hàng hoá
 - + Đặc điểm của hàng hoá (dễ vỡ, dễ hỏng, cồng kềnh...)
- Quy mô của doanh nghiệp
- Cơ cấu/ tổ chức của doanh nghiệp:
 - + Vị trí của hoạt động vận tải
 - + Chính sách phân phối sản phẩm

Trên cơ sở xác định các yếu tố tác động bên trong và bên ngoài nêu trên, dựa vào các phương tiện vận tải sẵn có hoặc đi thuê, doanh nghiệp quyết định các phương thức vận tải sẽ sử dụng và cách kết hợp các phương thức đó để việc chuyên chở hàng hoá đạt hiệu quả nhất.

Đối với các nhà xuất khẩu, yếu tố vận tải càng trở nên quan trọng hơn. Họ không chỉ muốn giảm thiểu chi phí và rủi ro trong quá trình phân phối hàng hoá quốc tế mà còn muốn đáp ứng đúng lúc nhu cầu đa dạng của khách

hàng quốc tế. Việc chuyên chở hàng hoá quốc tế tất yếu phải sử dụng nhiều hơn một phương thức vận tải, và nhà xuất khẩu đứng trước rất nhiều sự lựa chọn. So với vận chuyển nội địa, vận chuyển của họ sẽ phức tạp hơn vì có nhiều yếu tố ảnh hưởng đến việc ra quyết định hơn. Các yếu tố từ bên trong doanh nghiệp vẫn là những vấn đề thuộc sản phẩm, thuộc bản thân doanh

ngiệp, nhưng được mở rộng hơn trước. Ngoài giá trị, trọng lượng, đặc điểm của sản phẩm, nhà xuất khẩu còn quan tâm đến độ dài vòng đời quốc tế của sản phẩm, vị trí của sản phẩm so với sản phẩm cùng loại trên thị trường quốc tế, tỉ suất lợi nhuận của sản phẩm... Nhà xuất khẩu cũng phải tính đến vị trí của các nhà máy, chiến lược marketing xuất khẩu của doanh nghiệp... Vì khách hàng của doanh nghiệp là người nước ngoài, nên các yếu tố bên ngoài tác động đến việc ra quyết định sẽ không còn giới hạn ở phạm vi quốc gia, mà mở rộng ra phạm vi quốc tế. Đó là yếu tố liên quan đến thị trường quốc tế như số lượng nhà phân phối trung gian/ khách hàng, mức độ dịch vụ khách hàng, khối lượng bán, chất lượng các nhà phân phối, triển vọng tăng trưởng... và các yếu tố liên quan đến môi trường quốc tế như tiêu chuẩn cơ sở hạ tầng, sự ổn định về kinh tế/ chính trị, các qui định của quốc gia và quốc tế, các rào cản về hải quan, chi phí cho các nhà phân phối trung gian.

Trước đây, việc cân nhắc và lựa chọn phương thức vận tải, phân phối hàng hoá như trên do bộ phận phân phối của các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu đảm nhận. Nhưng ngày nay, để tập trung vào sản xuất và nâng cao chất lượng sản phẩm, các doanh nghiệp này có xu hướng thực hiện việc phân phối sản phẩm qua các nhà cung cấp dịch vụ logistics và vận tải. Bởi những người này hiểu rõ nhất ưu, nhược điểm của các loại phương thức vận tải, họ biết kết hợp các phương thức vận tải để phân phối sản phẩm một cách hiệu quả nhất. Đặc biệt, các nhà cung cấp dịch vụ logistics nắm rõ được các vấn đề liên quan đến sản phẩm vì họ thường chịu trách nhiệm đóng gói, bốc xếp và vận chuyển hàng hoá. Một số nhà cung cấp dịch vụ logistics tuy không chịu trách nhiệm đóng gói hay kí mã hiệu hàng hoá trực tiếp, nhưng họ có thể tư vấn những phương thức đóng gói và bốc xếp hàng thích hợp nhất cũng như cách kết hợp tối ưu giữa các phương thức vận tải.

Nói tóm lại, vận tải có ảnh hưởng lớn đến hoạt động của tổ chức, nên các nhà quản trị, phải luôn quan tâm đến việc cân nhắc, lựa chọn các điều kiện vận tải

vật tư hàng hóa, lựa chọn phương thức vận tải, người vận tải và lộ trình vận chuyển... để có được quyết định đúng đắn, góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động của tổ chức.

2. Yếu tố marketing

Khái niệm "marketing" cũng là một khái niệm khá mới mẻ như "logistics". Marketing là một quá trình cho phép một tổ chức tập trung các nguồn lực và phương tiện vào khai thác những cơ hội và nhu cầu thị trường. Ngày nay, thành công của nhiều doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực sản xuất cũng như dịch vụ chủ yếu và trước hết dựa vào việc hiểu biết và vận dụng đúng đắn các kiến thức về marketing. Mục tiêu của hoạt động marketing là thâm nhập được vào những thị trường nhất định và tạo ra được các giao dịch có khả năng sinh lời. Marketing tập trung vào việc xác định nhu cầu của khách hàng và đáp ứng những nhu cầu này bằng cách tập trung các nguồn lực sẵn có.

Mặt khác logistics là chuỗi hoạt động nhằm mục đích thoả mãn các nhu cầu của khách hàng. Do đó, để một nhà cung cấp dịch vụ logistics thành công, hoạt động marketing phải được coi là một công cụ quan trọng nhằm đạt được và duy trì thị phần. Những nhà cung cấp dịch vụ logistics hiện đại là những người biết cách điều chỉnh dịch vụ của mình liên tục để thoả mãn nhu cầu luôn luôn thay đổi của thị trường. Chính vì thế, trong các công ty cung cấp dịch vụ logistics ngày nay, dịch vụ khách hàng có vai trò đặc biệt quan trọng, nó là đầu ra của toàn bộ hệ thống logistics và là phần kết nối quan trọng giữa hoạt động marketing và hoạt động logistics, nó hỗ trợ đắc lực cho yếu tố "địa điểm" (place) trong marketing - mix.

Cũng như logistics, có rất nhiều định nghĩa khác nhau về dịch vụ khách hàng. Nhưng khái quát nhất, dịch vụ khách hàng được định nghĩa là các biện pháp được thực hiện trong hệ thống logistics nhằm tạo ra giá trị gia tăng cho sản phẩm ở mức cao nhất và với chi phí thấp nhất. Giá trị gia tăng ở đây chính

là sự hài lòng của khách hàng, nó là hiệu số giữa giá trị đầu ra và giá trị đầu vào, thông qua hàng loạt các hoạt động kinh tế có quan hệ và tác động tương hỗ với nhau. Do đó, dịch vụ khách hàng có ảnh hưởng rất lớn đến thị phần, đến tổng chi phí bỏ ra và cuối cùng là đến lợi nhuận của doanh nghiệp.

Các nghiên cứu đã cho thấy việc thu hút khách hàng mới tốn kém hơn rất nhiều so với việc giữ những khách hàng hiện tại. Do đó, vấn đề duy trì mối quan hệ bạn hàng tốt với khách hàng phải được đặt lên hàng đầu trong các doanh nghiệp. Việc xác định những nhu cầu của khách hàng và cung cấp các dịch vụ theo những nhu cầu đó với chi phí hiệu quả tối đa là trọng tâm của hoạt động logistics. Mục đích là phải "làm đúng ngay từ đầu" nhằm tránh xảy ra những phàn nàn có thể có. Một nghiên cứu mới đây cho thấy rằng đa số các khách hàng có thái độ không hài lòng đều chấm dứt làm ăn với tổ chức cũ và thường kể với đối tác mới những chuyện không hay đã xảy ra. Chính vì vậy, chất lượng của dịch vụ khách hàng, từ những giao dịch ban đầu với khách hàng đến việc giải quyết hợp lý các vấn đề phát sinh có ý nghĩa đặc biệt quan trọng để đạt được những mức độ cao trong dịch vụ khách hàng. Điều này sẽ góp phần nâng cao mức độ thoả mãn của khách hàng.

Chất lượng dịch vụ khách hàng phụ thuộc vào rất nhiều yếu tố. Có thể chia các yếu tố này thành ba nhóm chính:

Các yếu tố trước giao dịch: chủ yếu tập trung vào việc xây dựng

chính sách dịch vụ khách hàng và chuẩn bị các điều kiện thực hiện. Việc này có ảnh hưởng lớn đến nhận thức của khách hàng về tổ chức cũng như mức độ hài lòng của họ. Chính sách dịch vụ khách hàng phải được xây dựng trên cơ sở nhu cầu của khách hàng và khả năng của công ty, trong đó cần xác định rõ các dịch vụ khách hàng và tiêu chuẩn của chúng cũng như các chế độ kiểm tra, báo cáo thực hiện dịch vụ. Một công việc nữa cần tiến hành trước giao

dịch là giới thiệu và cung cấp các văn bản về chính sách dịch vụ khách hàng của công ty. Nội dung văn bản ngoài việc cung cấp cho khách hàng những

thông tin cần thiết về các loại dịch vụ, còn cho khách hàng biết cần phải làm gì trong trường hợp dịch vụ khách hàng không được công ty đáp ứng.

Các yếu tố trong giao dịch: đây là các yếu tố thường gắn liền với dịch

vụ hàng hoá như: tình hình dự trữ hàng hoá, thông tin về hàng hoá, tính ổn định của quá trình thực hiện đơn hàng, khả năng thực hiện giao hàng đặc biệt, khả năng điều chuyển hàng hoá, khả năng cung cấp sản phẩm thay thế... Lượng hàng hoá dự trữ cho thấy khả năng sẵn sàng cung cấp sản phẩm, đáp ứng yêu cầu khách hàng của công ty. Trong trường hợp hàng dự trữ không còn, công ty phải cố gắng duy trì thiện cảm của khách hàng bằng cách đưa ra các sản phẩm thay thế phù hợp, điều chuyển hàng hoá từ nơi khác đến cho khách hàng (nếu điều đó là cần thiết và có thể thực hiện được). Bên cạnh đó, do ngày càng có nhiều khách hàng muốn tiếp cận với mọi thông tin có liên quan đến việc thực hiện đơn hàng của họ, nên các công ty logistics phải đặc biệt quan tâm, cập nhật kịp thời các thông tin hàng hoá, theo dõi từng loại hàng, từng đối tượng khách hàng, tìm hiểu nguyên nhân các lô hàng bị trả về để thông báo cho khách hàng và khắc phục kịp thời. Ngoài ra, trong thực tế có những chuyển hàng đòi hỏi phải giao theo điều kiện đặc biệt, ví dụ: phải giao khẩn cấp, đòi hỏi phải có những điều kiện bao bì, đóng gói, bảo quản đặc biệt, phải có lực lượng áp tải, bảo vệ đặc biệt, giao ở những vị trí đặc biệt khó

khăn... Điều đó đòi hỏi các công ty phải luôn chuẩn bị sẵn sàng các điều kiện vật chất, kỹ thuật cũng như nhân lực để đáp ứng khi có nhu cầu đặc biệt từ phía khách hàng.

Các yếu tố sau giao dịch: là các yếu tố hỗ trợ cho sản phẩm hoặc dịch

vụ sau khi chúng đã đến tay khách hàng. Trước đây, do khách hàng ít quan tâm đến dịch vụ hậu mãi nên các yếu tố sau giao dịch có phần bị xem nhẹ. Giờ đây các công ty đều nhận thức được rằng việc duy trì và làm hài lòng

khách hàng hiện có có thể có lợi hơn việc tìm kiếm các khách hàng mới.
Chẳng hạn, tập đoàn Ford Motor đã tính toán và đưa ra con số "giá trị vòng

đòi của một khách hàng điển hình có thể lên tới 178.000 USD". Vì vậy cần tập trung vào các dịch vụ hậu mãi như: lắp đặt, bảo hành sửa chữa sản phẩm; giải quyết các than phiền, khiếu nại về sản phẩm thông qua hệ thống thông tin trực tuyến; tổ chức thu hồi sản phẩm bị trả lại một cách hiệu quả...

Tóm lại, dịch vụ khách hàng có tầm quan trọng đặc biệt trong việc tạo ra lợi thế cạnh tranh cho tổ chức, dịch vụ khách hàng chính là thước đo chất lượng của toàn bộ hệ thống logistics. Do đó, muốn phát triển logistics phải có sự quan tâm thích đáng đến dịch vụ khách hàng và xây dựng cho được chiến lược dịch vụ khách hàng khoa học và hợp lý, dựa trên yêu cầu của khách hàng và chú trọng đến tiêu chuẩn cạnh tranh.

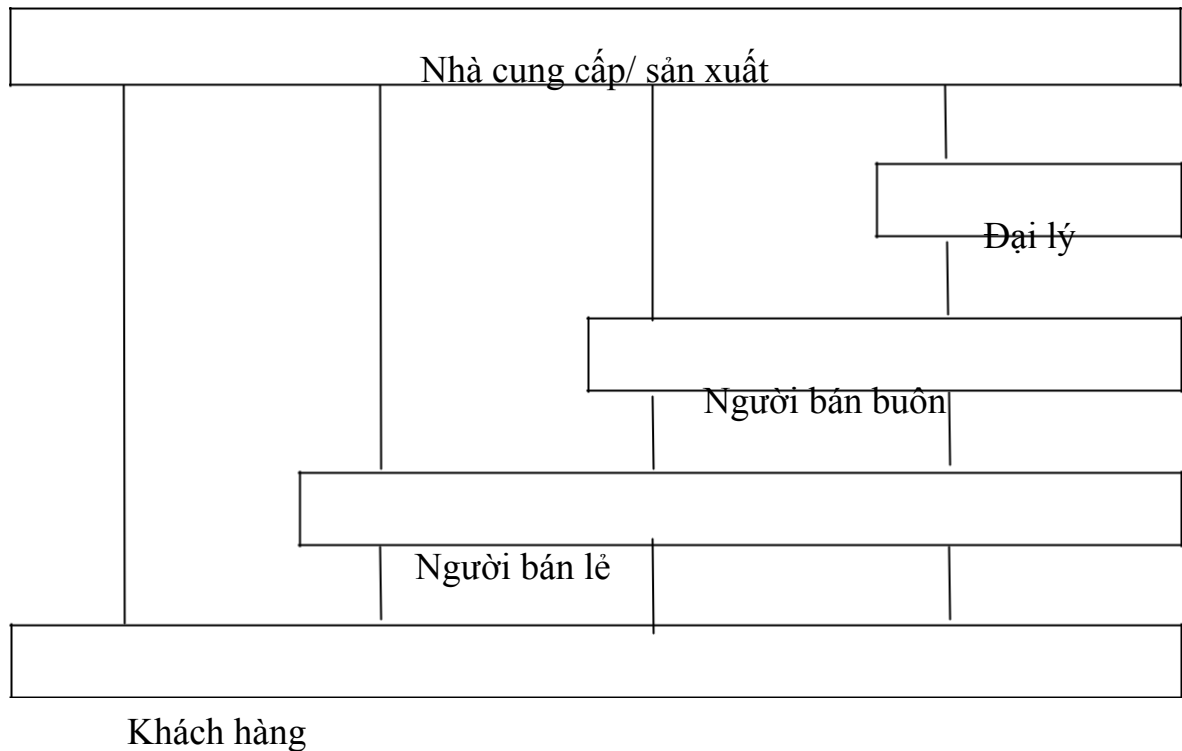
3. Yếu tố phân phối

Từ góc độ của logistics, người ta lại gọi là "kênh logistics" hay "kênh phân phối vật chất". Kênh logistics được định nghĩa là: *"Chặng đường di chuyển của hàng hoá từ nơi sản xuất đến nơi hàng hoá được tiêu thụ hay tiêu dùng"*.

"Kênh phân phối vật chất" được dùng để chỉ các cách thức và phương tiện di chuyển hay phân phối một sản phẩm hay một nhóm sản phẩm từ điểm sản xuất đến điểm hàng hoá được bán cho người tiêu dùng cuối cùng. Kênh phân phối vật chất hay kênh logistics là một tổ hợp gồm nhiều điểm trung chuyển như các nhà máy, cửa hàng, các nút trung gian như nhà kho, và các điểm đó được nối với nhau thông qua hoạt động vận tải.

Đối với một công ty, việc lựa chọn được một kênh logistics tối ưu để phân phối hàng hoá ra thị trường là hết sức quan trọng. Tuy nhiên, việc đó không hề đơn giản vì có rất nhiều yếu tố mà doanh nghiệp cần cân nhắc. Sơ đồ sau cho thấy mô hình của một kênh phân phối truyền thống:

Hình 3: Kênh phân phối truyền thống



(Nguồn: Fawcett et al [1992])

Hoạt động logistics trong phân phối và vận tải vô cùng phức tạp vì trong quá trình phân phối, các lô hàng thường bị chia nhỏ, gom lại rồi lại được chia ra trước khi tới điểm cuối cùng. Mặc dù mỗi lô hàng có những đặc điểm riêng biệt, nhưng nhiều lô hàng có thể có một số điểm chung. Những điểm chung này cho phép các nhà ra quyết định thực hiện theo một mô hình đã được xây dựng sẵn khi phải thực hiện việc vận chuyển hàng hoá "từ cửa đến cửa". Mô hình trong hình 4 là mô hình mẫu để xây dựng kênh phân phối hàng hoá. Mô hình này cho thấy một số khó khăn có thể phát sinh khi vận chuyển hàng hoá và quá trình suy luận thông thường của một nhà ra quyết định. Khi kênh logistics đã được thiết lập, nhiệm vụ chính tiếp theo của nhà ra quyết định là quản lý dòng hàng hoá trong môi trường luôn luôn thay đổi.

Trong thực tế, việc vận chuyển hàng hoá dọc theo kênh phân phối còn phức tạp hơn những gì thể hiện trong mô hình trên, nhưng dù sao mô hình xây dựng kênh logistics được đưa ra cũng phần nào trợ giúp cho việc nắm rõ những khu vực có thể phát sinh vấn đề và cách giải quyết chúng. Quản lý

kênh logistics trong chuỗi cung ứng toàn cầu là một quá trình luôn luôn tiếp diễn, đòi hỏi nhà cung cấp dịch vụ logistics phải thật năng động, nhanh nhạy với những biến đổi của thị trường toàn cầu.

4. Yếu tố quản trị

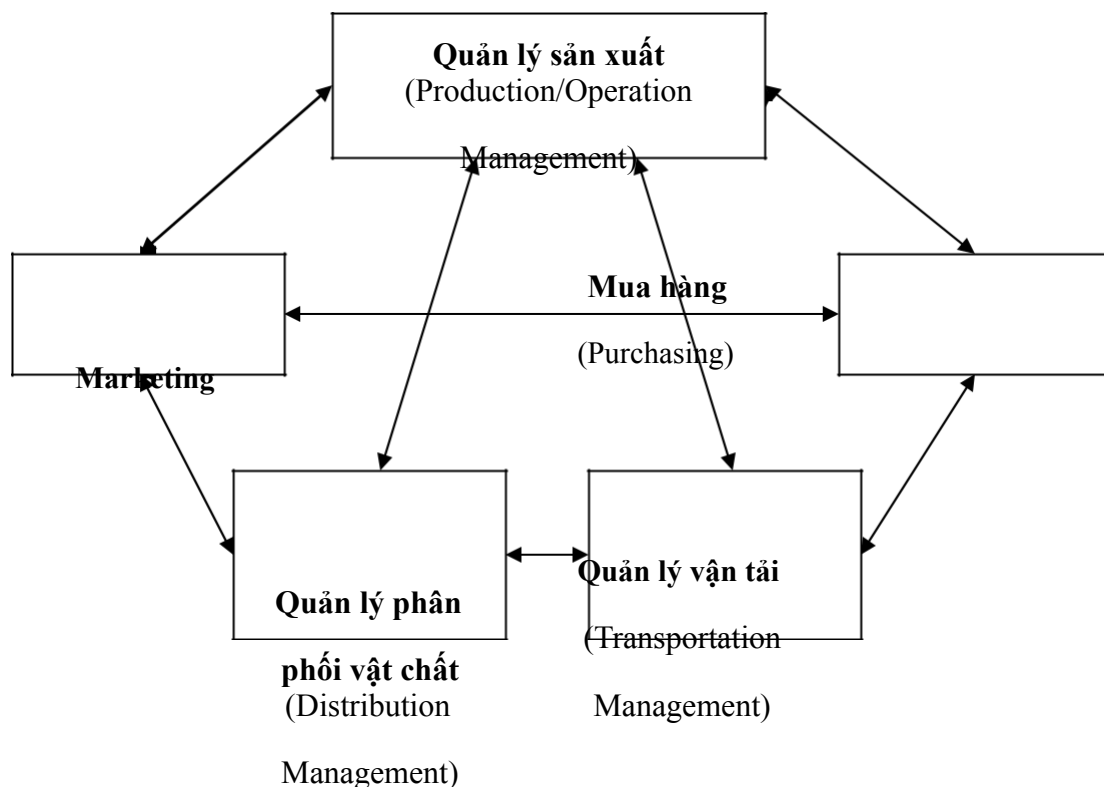
Bản thân "logistics" đã mang nghĩa quản trị khi nó được coi là nghệ thuật quản lý nhằm kiểm soát dòng di chuyển vật chất của hàng hoá và dòng thông tin một cách đồng bộ. Quản trị logistics chính là quá trình hoạch định, thực hiện và kiểm soát có hiệu lực, hiệu quả việc chu chuyển và dự trữ hàng hoá, dịch vụ... và những thông tin có liên quan từ điểm đầu đến điểm cuối nhằm mục đích thoả mãn nhu cầu của người tiêu dùng. Có quản trị logistics tốt thì hệ thống logistics mới hoạt động hiệu quả, mới đem lại lợi ích cho khách hàng và lợi nhuận cho doanh nghiệp. Vì vậy, hoạt động quản trị logistics phải được xác định là một hoạt động quan trọng trong chuỗi hoạt động logistics, là nhân tố quyết định thành công cho cả hệ thống.

Trước hết, nhà quản trị logistics phải có hiểu biết sâu rộng về mọi lĩnh vực hoạt động của logistics và nhận thức được rằng các hoạt động đơn lẻ như cung ứng, sản xuất và phân phối trong quá trình sản xuất đều thuộc hệ thống logistics. Cần loại bỏ sự ngăn cách giữa các hoạt động đó và liên kết chúng lại để nâng cao tính hiệu quả của sản xuất, tạo ra hàng hoá có chất lượng cao hơn mà giá thành lại thấp hơn. Trong logistics có 5 nhóm hoạt động chính là: mua hàng, quản lý sản xuất, marketing, phân phối vật chất và quản lý vận tải. Nhiệm vụ của nhà quản trị logistics là thiết lập được những mối liên hệ và quá trình chung giữa các nhóm hoạt động này.

Việc liên kết giữa các nhóm hoạt động trên phải được nhà quản trị logistics thực hiện ngay từ khâu hoạch định chiến lược logistics cho toàn bộ hệ thống. Trong quá trình thực hiện, bộ phận quản trị phải luôn kiểm tra, giám sát các hoạt động xem có thực hiện theo đúng kế hoạch hay không, hoặc trong trường hợp có những biến động lớn trên thị trường nguyên vật liệu hay thị

trường đầu ra của sản phẩm thì nhà quản trị nhanh chóng điều chỉnh lại kế hoạch cho phù hợp, để đạt tính tối ưu cho toàn hệ thống logistics.

Hình 4: Kết hợp các hoạt động trong quản trị logistics



Mặt khác, nhà quản trị logistics còn cần phải biết quản trị tốt chi phí logistics. Theo kết quả điều tra của các nhà nghiên cứu thì chi phí logistics có thể vượt quá 25% chi phí sản xuất. Do đó, nếu quản trị tốt chi phí logistics thì có thể tiết kiệm được một khoản chi phí đáng kể, góp phần tăng lợi nhuận của công ty, đồng thời góp phần tăng tốc độ lưu chuyển tiền tệ và thời gian thu hồi vốn. Chìa khoá để quản trị chi phí logistics là phân tích tổng chi phí. Điều này có nghĩa là với dịch vụ khách hàng định trước, nhà quản trị logistics phải tìm cách giảm tổng chi phí xuống mức thấp nhất. Vì các hoạt động logistics có liên quan mật thiết với nhau, nên nếu giảm chi phí tùy tiện ở từng hoạt động riêng lẻ trong chuỗi hoạt động logistics chưa chắc đã đạt được kết quả mong muốn. Việc giảm chi phí ở khâu này có thể làm tăng chi phí ở khâu khác và cuối cùng làm tổng chi phí không giảm mà còn có thể tăng. Do vậy,

nhà quản trị logistics cần nắm vững các loại chi phí và kỹ năng phân tích, cân đối chi phí (cost trade-off) giữa các hoạt động logistics.

Chi phí logistics được hình thành từ chi phí của các hoạt động logistics:
Tổng chi phí logistics = chi phí vận chuyển + chi phí quản lý kho + chi phí xử lý đơn đặt hàng và trao đổi thông tin + chi phí sản xuất, thu mua, chuẩn bị hàng + chi phí dịch vụ khách hàng + chi phí dự trữ

Dưới đây ta lần lượt xem xét từng khoản chi phí:

Chi phí dịch vụ khách hàng: bao gồm các chi phí để hoàn tất những

yêu cầu của đơn đặt hàng (chi phí phân loại, kiểm tra, bao bì đóng gói, dán nhãn...), chi phí để cung cấp dịch vụ, phụ tùng, chi phí để giải quyết tình huống hàng bị trả lại... Chi phí dịch vụ khách hàng liên quan mật thiết với các khoản chi phí vận tải, chi phí dự trữ và chi phí cho công nghệ thông tin. Nhà quản trị cần xác định rõ các loại dịch vụ khách hàng cần đáp ứng, mức độ của dịch vụ khách hàng, vì nếu dịch vụ khách hàng càng tốt, có nghĩa là nhu cầu của khách hàng được thoả mãn tốt hơn, khách hàng trung thành hơn và có thể lôi kéo thêm những khách hàng mới. Mặt khác, dịch vụ khách hàng tăng về số và chất sẽ kéo theo các khoản chi phí gia tăng. Vì thế, nhà quản trị logistics phải biết tính toán, cân đối các khoản chi phí, xác định tổng chi phí logistics nhỏ nhất cho từng dịch vụ khách hàng.

Chi phí giải quyết đơn hàng và trao đổi thông tin: đây là các chi phí

trao đổi thông tin với khách hàng và các bộ phận có liên quan để giải quyết đơn đặt hàng, thiết lập các kênh phân phối, dự báo nhu cầu thị trường...để hỗ trợ cho dịch vụ khách hàng và kiểm soát chi phí một cách hiệu quả.

Chi phí vận tải: đây là một trong những khoản lớn nhất trong chi phí

logistics (thường chiếm tới 30%). Chi phí vận tải chịu ảnh hưởng của nhiều yếu tố như: loại hàng hoá, quy mô sản xuất, tuyến đường vận tải... Chi phí vận tải một đơn vị hàng hoá tỷ lệ nghịch với khối lượng vận tải và tỷ lệ thuận với quãng đường vận chuyển. Bên cạnh đó, vận tải có ảnh hưởng lớn đến dịch

vụ khách hàng nhờ tính tin cậy, độ chính xác về thời gian, tính linh hoạt về vị trí, khả năng cung cấp dịch vụ từ cửa đến cửa... Vì vậy, nhà quản trị logistics cần phối hợp với bộ phận phân phối- vận tải để lựa chọn phương thức, quãng đường vận tải hàng hoá sao cho tối ưu nhất, vừa đáp ứng được nhu cầu của khách hàng, vừa có tổng chi phí logistics là thấp nhất.

Chi phí sản xuất, thu mua, chuẩn bị hàng: bao gồm rất nhiều khoản

chi phí như xây dựng cơ sở; lắp đặt máy móc, trang thiết bị; tìm nhà cung cấp nguyên vật liệu; mua và tiếp nhận nguyên vật liệu... Nếu mua nguyên vật liệu với số lượng lớn thì sẽ được giá rẻ, chi phí vận tải thấp nhưng chi phí dự trữ, chi phí quản lý kho lại tăng cao. Ngược lại muốn giảm chi phí dự trữ thì lại phải đặt những lô hàng nhỏ, khi đó chi phí vận tải, chi phí trao đổi thông tin sẽ tăng cao, và có thể gặp phải rủi ro khi nguyên vật liệu không về kịp, sản xuất bị gián đoạn... Vì vậy, phải phân tích và tính toán kỹ lưỡng chi phí sản xuất, thu mua trong tổng thể để xác định phương án tối ưu.

Chi phí dự trữ: đây là chi phí cho việc dự trữ hàng hoá, nguyên vật

liệu như chi phí cơ hội, chi phí bảo hiểm, chi phí mặt bằng kho bãi, chi phí phòng ngừa rủi ro khi hàng hoá bị lỗi thời... Chi phí này có quan hệ mật thiết với các loại chi phí logistics khác như chi phí vận tải, chi phí sản xuất, thu mua, chuẩn bị hàng, và đặc biệt là chi phí quản lý kho được trình bày cụ thể dưới đây.

Chi phí quản lý kho (chi phí kho bãi): là chi phí nhằm đảm bảo cho các nghiệp vụ kho được diễn ra suôn sẻ, bao gồm cả chi phí khảo sát, chọn địa điểm và xây dựng kho.

Tổng doanh thu tăng/ giảm chính xác là bao nhiêu và liên quan đến số lượng kho cụ thể như thế nào là một bài toán không dễ và không có đáp số chung cho mọi doanh nghiệp mà phải nghiên cứu với số liệu cụ thể, trong hoàn cảnh cụ thể của từng công ty. Nhưng tồn tại quy luật chung: số kho hàng

nhiều thì khả năng đáp ứng các dịch vụ khách hàng tốt, làm cho doanh thu tăng và ngược lại.

Chi phí dự trữ tăng tỷ lệ thuận với số lượng kho hàng. Khi số kho hàng tăng, mà mỗi kho đều dự trữ hàng hoá thì cần có thiết bị chuyên dùng để xếp đặt, bảo quản hàng hoá, tất yếu dẫn đến chi phí dự trữ tăng.

Chi phí quản lý kho cũng tăng khi tăng số kho vì cần có các chi phí thuê mặt bằng, xây dựng kho, trang thiết bị trong kho và nhân công quản lý kho.

Mối quan hệ giữa chi phí vận tải và số lượng kho khá phức tạp. Khi số lượng kho được giới hạn ở một mức độ nhất định thì khi số lượng kho tăng, chi phí vận tải sẽ giảm (tương quan nghịch), nhưng khi số kho quá nhiều (vượt quá ranh giới xác định) thì sẽ chuyển sang tương quan thuận (số kho tăng thì chi phí vận tải cũng tăng theo).

Với những phân tích nêu trên thì khi số lượng kho tăng sẽ dẫn đến tổng chi phí logistics tăng theo. Nhưng logistics là quá trình tối ưu hoá các hoạt động trong toàn bộ hệ thống nhằm thoả mãn nhu cầu của người tiêu dùng một cách tốt nhất, nên không thể giải quyết các vấn đề một cách đơn thuần, thiên cận là giảm số lượng kho để giảm tổng chi phí logistics. Chính vì vậy, cần phân tích, tính toán kỹ lưỡng để cân bằng giữa chi phí quản lý kho, chi phí dự trữ, chi phí vận tải với khoản doanh thu có thể bị tăng/ giảm tương ứng khi quyết định số lượng kho cần có trong hệ thống logistics.

Ngày nay, để tính toán lập kế hoạch logistics và giải quyết bài toán về chi phí logistics, nhiều công ty sử dụng phương pháp mô phỏng. Phương pháp này dựa vào kỹ thuật tính trên máy tính. Toàn bộ các thành phần và môi trường của hệ thống logistics, các loại chi phí logistics đều được mô tả trên máy tính và các quan hệ giữa chúng với nhau được mô tả qua các quan hệ toán học. Khi chúng ta đưa ra một yêu cầu nào đó, máy tính sẽ căn cứ vào các quan hệ, các quy tắc đã mô tả trong máy và tìm ra lời giải cho chúng ta.

Việc xây dựng các chương trình mô phỏng đòi hỏi phải có sự hợp tác giữa các chuyên gia máy tính và các nhà chuyên môn trong một thời gian dài. Lợi thế hàng đầu của phương pháp lập kế hoạch logistics và giải quyết bài toán về chi phí logistics, nhiều công ty sử dụng phương pháp mô phỏng. Phương pháp này dựa vào kỹ thuật tính trên máy tính. Toàn bộ các thành phần và môi trường của hệ thống logistics, các loại chi phí logistics đều được mô tả trên máy tính và các quan hệ giữa chúng với nhau được mô tả qua các quan hệ toán học. Khi chúng ta đưa ra một yêu cầu nào đó, máy tính sẽ căn cứ vào các quan hệ, các quy tắc đã mô tả trong máy và tìm ra lời giải cho chúng. Phương pháp mô phỏng là cho phép với chi phí thấp, thử các dự kiến thay đổi xem có hệ quả gì. Để có thể hiểu thêm về phương pháp này, chúng ta xem xét ví dụ: Công ty H.J. Heinz có 68 kho trên toàn nước Mỹ. Heinz khi đó nhận ra rằng các nhà bán lẻ lớn ngày càng kém quan trọng hơn các cửa hàng bán lẻ nhỏ. Một loạt câu hỏi được đặt ra: có bao nhiêu kho được dùng? đặt chúng ở đâu? khách hàng nào sẽ dùng kho nào? Phương pháp mô phỏng đã giúp tìm ra câu trả lời bằng cách tính toán vô số phương án. Để lựa chọn ra một phương án cần thực hiện tới 75 triệu phép tính. Khi tính toán hết mọi phương án, kết quả cho thấy 40 kho là số kho tối ưu với chi phí phân phối thấp nhất.

IV. KINH NGHIỆM PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ LOGISTICS CỦA MỘT SỐ QUỐC GIA TRÊN THẾ GIỚI

Trong vài thập niên gần đây, logistics đã phát triển mạnh mẽ không chỉ ở Bắc Mỹ và EU, mà còn ở các nước châu Á: Nhật Bản, Singapore, Trung Quốc... Chúng ta hãy cùng tìm hiểu logistics tại 2 trong số các nước này là Singapore và Trung Quốc

1. Singapore

Nằm tại một trong những giao lộ của thế giới, vị trí chiến lược của Singapore là một yếu tố thuận lợi góp phần giúp quốc gia này phát triển thành một trung tâm quan trọng trong lĩnh vực logistics. Singapore nổi lên

Malaysia bởi hai cây cầu vượt, và những hòn đảo nhỏ thuộc quần đảo Riau của Indonesia chỉ cách quốc gia này một chuyến phà tốc hành. Đối với Thái Lan và Philippine chỉ là một chuyến bay ngắn. Đảo quốc Singapore, với một phi trường phục vụ cho hơn 69 hãng hàng không, quả là một cửa ngõ vào Đông Nam Á.

Bên cạnh đó, Singapore được đánh giá là một trong những nước có cơ sở hạ tầng cảng container tốt nhất và lớn nhất trên thế giới. Điều này đã khiến Singapore là một đối tác ASEAN quan trọng với các nước trên thế giới. Đất nước này thậm chí còn là một địa điểm lý tưởng cho các công ty đa quốc gia thiết lập trung tâm phân phối khu vực. Với vị trí địa lý chiến lược, cơ sở hạ tầng tiêu chuẩn thế giới và là một nơi kết nối xuất sắc đã làm cho Singapore trở thành trục logistics toàn cầu và là trung tâm đầu não quản lý dây chuyền cung ứng (Supply Chain Management) thế giới. Nhận thức được tầm quan trọng của hoạt động logistics và thấy được ý nghĩa sống còn của hoạt động logistics đối với sự phát triển của ngành dịch vụ hàng hải vốn là thế mạnh đặc biệt của đất nước, chính phủ Singapore đã có nhiều chính sách thông thoáng, kịp thời nhằm tạo động lực cho sự phát triển của loại hình dịch vụ này.

Ngành công nghiệp logistics đã đóng góp 9,4% cho GDP ở cả vận chuyển là lưu trữ. Bên cạnh đó tổng khối lượng giao dịch cũng tăng từ 810 tỷ S\$(đô la Singapore) năm 2006 đến 847 tỷ S\$ năm 2007 với mức tăng trưởng 4,5% một năm. Hiện tại có khoảng 3000 công ty logistics và tổ chức quản lý dây chuyền cung ứng có mặt tại Singapore. Các công ty logistics hàng đầu thế giới hầu như đều đặt văn phòng tại Singapore: Schenker, Keppel logistics, APL Logistics, Maersk Logistics, Excel Logistics, UPS Logistics...

Cùng với việc không ngừng hoàn thiện hệ thống quản lý thông qua các quy định, chính sách như cải cách thủ tục hải quan theo hướng hiện đại, đơn giản và minh bạch, chính phủ Singapore rất chú trọng đến việc đầu tư vào cơ sở hạ tầng bao gồm cả hạ tầng công nghệ thông tin nhằm hỗ trợ mạnh mẽ cho

hoạt động logistics, đặc biệt là mô hình dịch vụ e-logistics. Cho đến nay hệ thống cảng của Singapore được đánh giá là cảng thu hút nhiều tàu thuyền qua lại nhất trong khu vực Châu Á, là nơi trung chuyển của hơn 400 hãng tàu lớn trên thế giới và liên kết hơn 700 cảng của trên 130 quốc gia; còn sân bay quốc gia Singapore – Changi Airport – nối với hơn 150 thành phố thuộc 50 quốc gia trên thế giới. Đây cũng là một trong những sân bay tốt nhất trên thế giới và là một trong những sân bay hàng hóa lớn nhất châu Á với 83 lịch bay và hơn 4000 chuyến bay một tuần. Bên cạnh đó, đầu tư vào hệ thống kho bãi cũng là ưu tiên hàng đầu của Singapore. Singapore có một hệ thống kho bãi được đầu tư và trang bị rất hiện đại, phần lớn đã được tin học hóa. Một trong những chiến lược được chính phủ Singapore đang quan tâm đến là đầu tư ứng dụng công nghệ thông tin vào hoạt động logistics nhằm biến Singapore trở thành một trục e-logistics hàng đầu thế giới.

Bảng 5: Các chỉ tiêu về logistics của Singapore năm 2002 – 2007

Chỉ tiêu/Năm	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Số công ty	6.215	6.215	6.341	6.147	6.237	6.370
Số công nhân	64.873	67.345	66.630	65.581	66.309	67.012
Giá trị đơn hàng (nghìn đô)	19.738	24.201	25.695	32.227	38.637	44.879
Giá trị gia tăng (nghìn đô)	5.119	5.216	5.874	6.613	7.352	7.449
Đóng góp vào GDP (%)	3,24	3,28	3,29	3,44	5,3	9,4

(Nguồn: Department of Statistics –
Deinternational)

Qua bảng số liệu trên cho ta thấy càng ngày Singapore càng thu hút được nhiều công ty logistics trên thế giới hơn và ngày càng có nhiều công ty logistics nội địa ra đời để khai thác triệt để tiềm năng mà Singapore sẵn có: Từ 6.215 công ty vào năm 2002 đến năm 2007 đã là 6.370 công ty. Cũng từ

đó mà giá trị đơn hàng cũng tăng một cách đáng kể từ 19.738 nghìn đô năm 2002 cho tới 44.879 nghìn đô năm 2007, tức là tăng khoảng 127% trong vòng 5 năm. Đây quả là một sự tăng trưởng đáng khâm phục. Giá trị gia tăng mà ngành công nghiệp logistics Singapore đem lại cũng tăng trưởng đều qua từng năm khoảng 12 %. Cuối cùng ngành công nghiệp này cũng không ngừng đóng góp cho GDP của đất nước: với phần trăm tăng vọt vào năm 2007 với 9,4% và dự kiến đến năm 2014 thì con số này sẽ lên 13%.

Cơ quan đóng vai trò quan trọng nhất đối với sự phát triển ngành dịch vụ logistics và có sứ mạng đưa Singapore trở thành trung tâm logistics tầm cỡ thế giới chính là Hiệp hội Logistics Singapore (SLA – Singapore Logistics Association). Hiệp hội này có tiền thân là Hiệp hội các nhà giao nhận Singapore (Singapore Freight Forwarders Association), được thành lập năm 1973. Song song với nhiệm vụ hỗ trợ và phát triển hoạt động logistics; SLA cũng đẩy mạnh chương trình đào tạo, huấn luyện nhằm phát triển theo hướng chuyên nghiệp đội ngũ lao động trong ngành logistics, coi đây là một trong những mục tiêu chính có ý nghĩa rất quan trọng trong chiến lược đẩy mạnh phát triển dịch vụ logistics ở Singapore.

2. Trung Quốc

Ngành dịch vụ logistics của Trung Quốc đã được hình thành vào những năm cuối thế kỷ XX. Tuy nhiên, chất lượng quản lý và hoạt động của logistics còn khá yếu. Tuy không nhanh nhạy bằng Singapore, nhưng gần đây Trung Quốc cũng đã có được những bước tiến mạnh mẽ trong quá trình phát triển hoạt động logistics. Các nhà sản xuất trong nước đã chú ý đến hoạt động outsourcing nhằm tận dụng tối đa hiệu quả hoạt động của bên thứ 3 và tập trung phát huy lợi thế cạnh tranh của mình. Ngành dịch vụ logistics của Trung Quốc đã có sự chuyển hướng rõ rệt từ hơn một thập niên trở lại đây. Cùng với việc gia nhập WTO và đăng cai tổ chức Olympic 2008, chính phủ Trung Quốc đã và đang có nhiều chính sách hỗ trợ phát triển ngành dịch vụ rất quan

trọng này. Trong những năm đầu thế kỷ 21 ngành logistics của Trung Quốc đã có những bước tiến vượt bậc. Chi phí cho logistics vào năm 2005 chiếm 21,3% GDP cả nước và Ngân hàng Thế giới ước tính rằng chỉ cần giảm 1% chi phí logistics thì Trung Quốc có thể tiết kiệm được 240 triệu nhân dân tệ. Tổng số công ty logistics của Trung Quốc đã lên tới con số 730 000 công ty chỉ từ một công ty vào năm 1999 là PG Logistics Group CO., LTD. Số lượng các công ty logistics bên thứ ba (3PL- Third party logistics) tăng lên rất nhanh, trong đó có không ít các doanh nghiệp có vốn Nhà nước tham gia. Người ta ước tính rằng tốc độ tăng trưởng của ngành công nghiệp logistics hàng năm vào khoảng 10% đến 15%, trong đó các công ty logistics bên thứ ba thì tăng từ 25% đến 30%.

Bảng 6: Doanh thu từ hoạt động logistics tại Trung Quốc

(Đơn vị: nghìn tỷ nhân dân tệ)

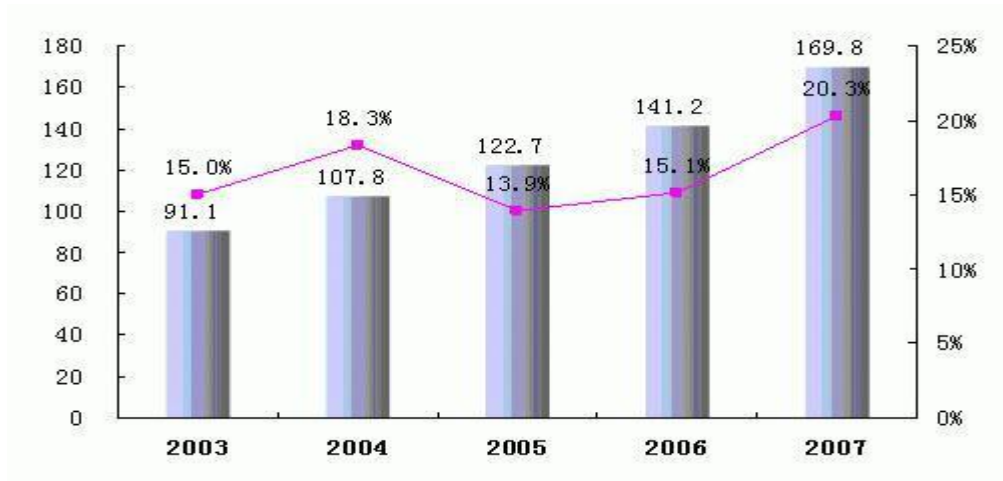
Năm	2004	2005	2006	2007
Doanh thu	38,2775	48	59,6103	75,2282

(Nguồn: ResearchInChina)

Theo tính toán của Hiệp hội Logistics Trung Quốc, doanh thu từ hoạt động logistics của Trung Quốc năm 2005 là 48 nghìn tỷ nhân dân tệ (khoảng 5,8 nghìn tỷ USD), tăng 25,4% so với năm 2004, với năm 2007 là 75,2282 nghìn tỷ nhân dân tệ, tăng 26,2% so với năm 2006. Mặc dù tốc độ tăng trưởng này thấp hơn so với năm trước nhưng nhìn chung, mức độ hoạt động của logistics hiện đại tiếp tục mở rộng và hiệu quả tăng trưởng được nâng cao. Vai trò của ngành logistics ngày càng được khẳng định vững chắc.

Biểu đồ 7: Giá trị gia tăng của ngành logistics Trung Quốc và tốc độ tăng trưởng của nó

(Đơn vị: 10 tỷ nhân dân tệ, %)



(Nguồn: ResearchInChina)

Trong năm 2007, giá trị tăng thêm mà ngành công nghiệp logistics Trung Quốc đem lại là vào khoảng 1,7 nghìn tỷ nhân dân tệ, tăng 20,3% so với năm 2006, và chiếm 17,6% trong tổng các ngành công nghiệp dịch vụ của Trung Quốc và chiếm 6,9% trong GDP của Trung Quốc.

Để đảm bảo cho ngành logistics phát triển, Trung Quốc tập trung xây dựng hệ thống cơ sở hạ tầng giao thông vận tải cho cả đường bộ, đường sắt, đường sông, đường hàng không và đường biển. Trung Quốc cũng rất chú trọng xây dựng hệ thống kho bãi và phát triển hệ thống thông tin liên lạc, áp dụng các chương trình EDI, ERP, MRP, và GPS cho quản lý dữ liệu qua mạng. Cùng với sự phát triển của hệ thống kho bãi và thông tin viễn thông, Trung Quốc đã xây dựng được những trung tâm logistics lớn, hiện đã có 45 trung tâm đi vào hoạt động, trong đó Thượng Hải và Bắc Kinh là những trung tâm hàng đầu. Theo ông Feng Gou, Phó Thị trường Thượng Hải: "Hệ thống phân phối hiện đại và trung tâm logistics có vai trò quyết định trong quá trình

phát triển của thành phố. Để có thể trở thành trung tâm kinh tế thế giới trong điều kiện hiện tại, Thượng Hải cần phải chuyển hướng từ một thành phố

thương mại truyền thống sang một thành phố có thể mạnh về dịch vụ logistics”. Hiện Thượng Hải đã trở thành trung tâm hoạt động của hàng loạt hãng logistics hàng đầu thế giới, như: UPS Supply Chain Solutions, Excel PLC, Kuehne & Nagel, DHL, Danzas, APL... Ngay tại trung tâm logistics Thượng Hải Danzas đã xây dựng xong trung tâm vận chuyển rộng trên 25.000 m² với đầy đủ các dịch vụ khu kinh tế mở, và APLL cũng vừa hoàn thành trung tâm trung chuyển hàng hóa tại đây. Chính sự hoạt động của các tập đoàn logistics mạnh trên thế giới đã giúp ngành logistics của Trung Quốc đạt được mức tăng trưởng bình quân 25%/ năm.

Trong vòng 10 năm tới Trung Quốc tiếp tục đẩy mạnh phát triển ngành logistics thông qua việc khuyến khích hợp tác giữa các công ty nước ngoài và các công ty trong nước. Chính quyền Trung Quốc cho rằng: các công ty logistics nước ngoài có rất nhiều kinh nghiệm, được sự trợ giúp của hệ thống công nghệ thông tin hiện đại và nền tài chính vững mạnh, còn các công ty nội địa có mối quan hệ tốt với các nhà sản xuất trong nước. Hai bên sẽ liên doanh, phối hợp hoạt động, tận dụng triệt để thế mạnh của mỗi bên làm cho ngành logistics của Trung Quốc tiếp tục phát triển mạnh mẽ và hiệu quả.

Không chỉ được sự quan tâm của chính quyền trung ương, phát triển logistics đang là ưu tiên hàng đầu của chính quyền địa phương ở các tỉnh Thiên Tân, Bắc Kinh, Quảng Đông... Các địa phương này đã và đang thông qua các chính sách ưu tiên hỗ trợ ngành logistics. Chẳng hạn, Thiên Tân đã xếp logistics vào một trong ba ngành mũi nhọn của tỉnh và đã ban hành các chính sách hỗ trợ phát triển. Bắc Kinh thực hiện các nghiên cứu có hệ thống và lên kế hoạch chi tiết để xây dựng cơ sở hạ tầng cho logistics...

3. Bài học kinh nghiệm đối với Việt Nam

Qua phân tích hoạt động logistics của 2 quốc gia láng giềng trên, chúng ta có thể học hỏi được một số bài học kinh nghiệm cho Việt Nam trong việc ứng dụng và phát triển logistics để đáp ứng với nhu cầu hội nhập kinh tế quốc

tế. Đây là những bài học rất quý giá cho các nhà hoạch định chính sách cũng như các nhà hoạt động thực tế của Việt Nam:

- Tăng cường nhận thức của nhà nước cũng như của doanh nghiệp về vai trò quan trọng cũng như lợi ích, tác dụng mà việc áp dụng và phát triển logistics đem lại.

- Chúng ta cần xem xét, đánh giá, phân tích kỹ càng trong việc xây dựng chiến lược phát triển logistics lâu dài và kế hoạch thực hiện chiến lược của nhà nước và doanh nghiệp.

- Một yếu tố quan trọng mà không thể thiếu đó là xây dựng cơ sở pháp lý cho hoạt động logistics. Hệ thống pháp luật của Việt Nam cần được điều chỉnh để ngày càng phù hợp hơn với yêu cầu phát triển nền kinh tế thị trường và phù hợp với cam kết trong gia nhập WTO. Chúng ta cần có những chính sách chế độ phù hợp để hấp dẫn các doanh nghiệp nước ngoài đầu tư vào kinh doanh logistics, tạo đà cho doanh nghiệp trong nước tìm hiểu phát triển hoạt động logistics. Các doanh nghiệp cũng cần nắm vững luật pháp quốc tế, luật pháp của các quốc gia mà dịch vụ logistics Việt Nam có thể liên quan tới để không bị thua thiệt trong kinh doanh.

- Đầu tư, 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. Đặc biệt cần chú trọng đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng cho công nghệ thông tin, tăng cường đầu tư trang thiết bị kỹ thuật hiện đại phục vụ cho hoạt động quản lý và kinh doanh của doanh nghiệp.

- Cần lựa chọn cho được đối tác “đủ tầm” – năng lực, uy tín, kinh nghiệm, ưu tiên chọn các công ty logistics nổi tiếng trên thế giới, liên kết với họ, tham khảo ý kiến của họ, học tập kinh nghiệm của họ để phát triển dịch vụ logistics của mình một cách bền vững và hiệu quả.

- 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 nâng cao

tính cạnh tranh trong hoạt động kinh doanh. Tùy vào tình hình cụ thể mà có thể phát triển logistics trong một bộ phận đang hoạt động trong ngành giao nhận hoặc thành lập một bộ phận mới hoạt động logistics. Công ty sẽ đầu tư phát triển, củng cố lại thế mạnh của mình để cung cấp một chuỗi logistics hoàn hảo. Ngoài ra, thực hiện chiến lược này với mục tiêu là dựa vào khách hàng logistics của công ty nước ngoài, cung cấp toàn bộ dịch vụ logistics nội địa ; Tiếp thu công nghệ kỹ thuật, trình độ quản lý logistics, kinh nghiệm,... khi đủ lớn mạnh về thế và lực có thể vươn ra cung cấp logistics toàn cầu.

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

CHƯƠNG II: THỰC TRẠNG DỊCH VỤ LOGISTICS TẠI VIỆT NAM

I. CÁC LOẠI HÌNH DỊCH VỤ LOGISTICS TẠI VIỆT NAM

Về các lĩnh vực dịch vụ logistics được thực hiện ở các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ logistics Việt Nam có thể thấy rằng: Ở Việt Nam dịch vụ logistics chưa được các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ logistics cung cấp đầy đủ như đúng bản chất của nó (một chuỗi các dịch vụ) mà chỉ mới cung cấp một số dịch vụ trong chuỗi dịch vụ logistics mà thôi. Các dịch vụ logistics chủ yếu mà các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ logistics Việt Nam cung ứng cho khách hàng là dịch vụ kho bãi, vận tải hàng hoá, giao nhận hàng hoá, bốc xếp, dịch vụ phân loại, đóng gói bao bì, lưu kho...còn các dịch vụ khác trong chuỗi dịch vụ logistics mặc dù cũng có một số doanh nghiệp cung ứng nhưng số lượng không nhiều và chưa thực sự được quan tâm phát triển.

Trong các dịch vụ logistics chủ yếu được cung ứng bởi các doanh nghiệp logistics của Việt Nam thì dịch vụ giao nhận vận tải và kinh doanh kho bãi là phát triển nhất.

1. Dịch vụ vận tải giao nhận hàng hoá xuất nhập khẩu

Kể từ khi đất nước mở cửa cùng với quá trình “container hoá” trong vận tải biển, hoạt động kinh doanh vận tải giao nhận xuất nhập khẩu thực sự phát triển mạnh. 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 vì hàng hoá xuất nhập khẩu chủ yếu đi bằng đường biển. Lượng hàng hoá 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. Tại các cảng hiện nay, ngoài dịch vụ vận tải giao nhận đơn thuần còn có các dịch vụ trợ giúp như: lưu kho bảo quản hàng

hoá, tái chế, đóng gói, kẻ ký mã hiệu, thu gom hàng hoá xuất khẩu...Cơ sở vật chất kĩ 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 những yếu tố cơ bản làm tăng chất lượng dịch vụ vận tải giao nhận hàng hoá xuất nhập khẩu tại cảng. Theo Cục Hàng hải Việt Nam, sáu tháng đầu năm 2008, lượng hàng thông qua cảng biển Việt Nam tăng 22% . Năm 2007 là năm hàng hoá thông qua các cảng biển tăng mạnh nhất trong 10 năm trở lại đây. Cả năm có 88.619 lượt tàu biển ra vào cảng với tổng dung tích là 320,176 triệu GT, tăng 18,02% so với năm 2006. Sản lượng hàng hoá thông qua các cảng biển Việt Nam đạt 181,116 triệu tấn, bằng 117,23% so với năm 2006, trong đó hàng container đạt 4.489.165 TEUs (twenty-foot equivalent units, tức đơn vị tương đương 20 foot) tăng 31,24%; hàng khô đạt 79,444 triệu tấn, tăng 17,24%; hàng qua cảnh đạt 17,113 triệu tấn, tăng 16,13%. Đội tàu biển Việt Nam đã chuyên chở được 61,350 triệu tấn, tăng gần 20%. Những khu vực kinh tế trọng điểm, khối lượng hàng hoá tăng rất nhanh như: Hải Phòng tăng 47,3%, TP. HCM tăng 17,4%...Giai đoạn 2001-2005, khối lượng hàng hoá thông qua cảng Việt Nam đạt 575.286.000 tấn, trong đó hàng container là 10.452.870 TEUs, hàng lỏng là 170.962.000 tấn, hàng khô là 244.481.000 tấn [17].

Dịch vụ vận tải hàng hoá bằng đường hàng không cũng tăng mạnh tại các cửa khẩu Nội Bài, Tân Sơn Nhất, Đà Nẵng...Các mặt hàng được vận 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 Zeland...

Hoạt động kinh doanh dịch vụ vận tải giao nhận hàng hoá 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.

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

Vận tải giao nhận nội địa ở Việt Nam thời gian qua chủ yếu là đường sắt và đường ô tô vì đường sắt và đường ô tô có cơ sở hạ tầng, hệ thống bến bãi tương đối hoàn chỉnh. Hàng hoá 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. Các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận tải đều có đội xe để tham gia vận tải nội địa, đồng thời để vận chuyển hàng hoá 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 hoá 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 hoá học tuyến Bắc Nam tạo sự liên kết chặt chẽ các địa phương, các vùng, các miền trong lưu thông hàng hoá và tích cực tham gia chuyên chở hàng hoá 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 hoá, các doanh nghiệp lớn có thế mạnh trong việc cung ứng dịch vụ vận chuyển hàng hoá 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 hoá, 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.

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

Dịch vụ phân loại và đóng gói bao bì hàng hoá 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 hoá, 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 hoá.

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 nước 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 hoá, 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. Theo tạp chí hàng hải Việt

Nam số 10/2007 thì đến hết năm 2006 cả nước đã có tổng diện tích đất dành cho kho bãi và hoạt động cảng lên tới 14 triệu m².

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 tập 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 hoá 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 hoá khi thủ tục cho hàng xuất nhập khẩu chưa hoàn tất, hoặc hàng hoá 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 hoá, 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 mới chỉ là các dịch vụ đi kèm những dịch vụ chính ở trên mà thôi.

II. THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG LOGISTICS TẠI VIỆT NAM

1. Khuôn khổ pháp lý cho hoạt động logistics

Trong kinh doanh hiện đại, các yếu tố chính trị, pháp luật ngày càng có ảnh hưởng lớn đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Nền kinh tế thị

trường có sự điều tiết của Nhà nước hiện nay là nền kinh tế phổ biến trên thế giới. Khi tham gia vào kinh doanh, để thành công trên thương trường thì các doanh nghiệp phải không những nắm vững pháp luật trong nước mà còn phải hiểu và nắm vững pháp luật quốc tế tại thị trường mà mình kinh doanh. Đồng thời với việc nắm vững luật pháp thì các doanh nghiệp cũng phải chú ý tới môi trường chính trị. Chính trị có ổn định thì sẽ giúp các doanh nghiệp chủ động hơn trong hoạt động kinh doanh của mình. Các yếu tố cơ bản thuộc môi trường chính trị, pháp luật là:

- Sự ổn định về chính trị và đường lối ngoại giao.
- Sự cân bằng của các chính sách của Nhà nước.
- Quan điểm, mục tiêu, định hướng phát triển kinh tế xã hội.
- Hệ thống pháp luật và mức độ hoàn thiện của hệ thống pháp luật...

Trước năm 2005, luật pháp Việt Nam chưa hề có quy định về việc kinh doanh dịch vụ logistics cũng như các hình thức dịch vụ logistics. Đến tận khi luật Thương mại được Quốc hội thông qua ngày 14/6/2005 và nghị định 140/2007/NĐ-CP của Chính phủ mới có quy định chi tiết về các dịch vụ logistics và điều kiện kinh doanh dịch vụ logistics.

Trong luật Thương mại 2005, dịch vụ logistics và vấn đề có liên quan được quy định trong các điều khoản sau:

Điều 233: Dịch vụ logistics

Điều 234: Điều kiện kinh doanh dịch vụ logistics

Điều 235: Quyền và nghĩa vụ của thương nhân kinh doanh dịch vụ logistics

Điều 236: Quyền và nghĩa vụ của khách hàng

Điều 237: Các trường hợp miễn trách đối với thương nhân kinh doanh dịch vụ logistics

Điều 238: Giới hạn trách nhiệm

Điều 239: Quyền cầm giữ và định đoạt hàng hóa

Điều 240: Nghĩa vụ của thương nhân kinh doanh dịch vụ logistics khi cầm giữ hàng hóa

Luật Thương mại năm 2005 đã đi vào cuộc sống được gần 2 năm sau đó nhưng thật sự vẫn chưa có Nghị định hướng dẫn hoạt động logistics. Tuy khái niệm logistics đã được đề cập đến nhưng chỉ gói gọn trong 8 điều từ điều 233 đến điều 240 thì thật sự chưa đủ để làm cơ sở phát triển dịch vụ logistics vốn đã rắc rối và phải biết phối hợp chặt chẽ với quốc tế thì mới đem lại hiệu quả cao. Bởi vậy Nghị định 140/2007/NĐ-CP của Chính phủ ngày 05 tháng 09 năm 2007 được ban hành để 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.

Theo các cam kết khi Việt Nam gia nhập WTO, Việt Nam phải mở cửa thị trường dịch vụ theo lộ trình, vì thế các điều kiện kinh doanh dịch vụ logistics đối với các thương nhân kinh doanh dịch vụ tại Nghị định đã được chi tiết hoá để đáp ứng được đòi hỏi của thị trường. Chẳng hạn, thương nhân kinh doanh dịch vụ này phải là doanh nghiệp hoặc hợp tác xã có đăng ký kinh doanh hợp pháp theo pháp luật Việt Nam. Tuy nhiên, để có thể đảm bảo đủ điều kiện thì các thương nhân phải có phương tiện, thiết bị, công cụ đảm bảo tiêu chuẩn an toàn, kỹ thuật và có đội ngũ nhân viên đáp ứng yêu cầu đảm bảo thực hiện được các hoạt động kinh doanh.

Tại Nghị định, các quy định đối với các nhà đầu tư nước ngoài cũng được đưa ra. Các nhà đầu tư nước ngoài phải tuân thủ những quy định hạn chế mở cửa thị trường hoặc hạn chế đãi ngộ quốc gia theo các cam kết của Việt Nam trong các điều ước quốc tế. Cụ thể như, đối với kinh doanh dịch vụ bốc dỡ hàng hóa thì chỉ được thành lập công ty liên doanh, trong đó tỉ lệ góp vốn của nhà đầu tư nước ngoài không quá 50%; trường hợp kinh doanh dịch vụ kho bãi thì được thành lập công ty liên doanh, trong đó tỉ lệ góp vốn của

nhà đầu tư nước ngoài không quá 51%, quy định này đến năm 2014 mới được chấm dứt.

Đối với kinh doanh vận tải, ngoài việc đáp ứng các điều kiện quy định bắt buộc thì thương nhân nước ngoài chỉ được kinh doanh các dịch vụ logistics khi thương nhân đó thuộc các nước, vùng lãnh thổ mà Việt Nam có cam kết trong các điều ước quốc tế về mở cửa thị trường kinh doanh dịch vụ logistics. Ví như trường hợp kinh doanh dịch vụ vận tải hàng hải thì chỉ được thành lập công ty liên doanh vận hành đội tàu từ năm 2009, trong đó tỉ lệ góp vốn của nhà đầu tư nước ngoài không quá 49%; được thành lập liên doanh cung cấp dịch vụ vận tải biển quốc tế trong đó tỉ lệ góp vốn của nhà đầu tư nước ngoài không quá 51%, quy định này chấm dứt vào năm 2012; trường hợp kinh doanh dịch vụ vận tải thủy nội địa thì chỉ được thành lập công ty liên doanh, trong đó tỉ lệ góp vốn của nhà đầu tư nước ngoài không quá 49%.

2. Cơ sở hạ tầng ở Việt Nam

2.1. Hệ thống cảng biển Việt Nam

Với chiều dài bờ biển là 3.260 km, cùng với nhiều cảng biển sâu, rộng, Việt nam được thiên nhiên ưu đãi cho sự phát triển của ngành công nghiệp vận tải biển. Hiện nay, theo số liệu của Cục Hàng hải thì toàn quốc có 126 cảng được phân bố theo 3 cụm cảng tương ứng 3 miền, nhưng chỉ có 20 cảng quốc tế. Các cảng chính ở Việt Nam do Cục Hàng Hải quản lý và bây giờ được chuyển giao cho Tổng Công Ty Hàng Hải Việt Nam [35].

Tuy nhiên, đa số là cảng nhỏ, các cảng chính là cảng Hải Phòng, cảng Đà Nẵng và cảng Sài Gòn, nhưng đều là cảng ở cửa sông và cách cửa biển khoảng 30 đến 90 km. Điều này rất bất lợi cho tàu lớn cập cảng, không cảng nào có thể đón nhận tàu thuộc loại trung bình thế giới có trọng tải 50.000 tấn hoặc 2.000 TEU. Công suất bốc dỡ hàng năm gia tăng một cách đáng kể, cứ khoảng 5 năm lại gấp đôi, từ 56 triệu tấn năm 1998 lên 114 triệu tấn năm

2003. Các cảng gần vùng kinh tế trọng điểm phía Nam chiếm gần hai phần ba tổng sản lượng cả nước [5].

Đội tàu cũng phát triển từ 679 chiếc với công suất 1.6 triệu DWT (Deadweight tonnage, chỉ số năng lực vận chuyển của tàu bao gồm trọng lượng của đội tàu, hàng khách, hàng hóa, dầu, nước uống và kho hàng) năm 2003 đến 1.119 tàu với tổng dung tích gần 3 triệu GT và trọng tải toàn phần xấp xỉ 4,4 triệu DWT [38]. Tuy công suất khai thác vẫn thấp hơn so với các cảng hiện đại trong khu vực nhưng, các cảng biển Việt Nam làm ăn ngày càng hiệu quả với chi phí bến cảng, kho bãi thấp. So với chi phí kho bãi, bến cảng thì Việt Nam vẫn rẻ hơn so với Trung Quốc và các cảng trong khu vực

ASEAN.

Tại khu vực miền Bắc, có 9 cảng đang hoạt động trong đó lớn nhất là cảng Hải Phòng với khả năng đón tàu 40.000 DWT.

Các cảng chính ở Thành phố Hồ Chí Minh gồm có:

- Tân Cảng Sài Gòn (Saigon New Port), Cảng Cát Lái, Cảng Thị Vải, Cảng Cái Mép, Cảng Khánh Hội
- Cảng VICT (Vietnam International Container Terminal) gần khu chế xuất Tân Thuận

Đây là cảng container lớn nhất Việt Nam và có thể sánh cùng với các cảng tầm cỡ của các nước trong khu vực. Vị trí cảng rất thuận lợi cho việc chuyên chở hàng hóa từ thành phố Hồ Chí Minh đi khắp nơi trên thế giới và là nơi tiếp nhận container từ nước ngoài về. Các nhà đầu tư nước ngoài khi vào Việt Nam đã rất để ý đến khu chế xuất Tân Thuận bởi vì một lý do hết sức quan trọng đó là việc vận chuyển hàng hóa thuận tiện thông qua cảng VICT.

Cảng nước sâu Phú Mỹ ở Vũng Tàu. Các cảng Chùa Vẽ và cảng Đình Vũ, Hải Phòng. Ở Quảng Ninh thì có cảng nước sâu Cái Lân, cảng Chân Mây ở Huế. Theo ước tính, Việt Nam có khoảng trên dưới 50 cảng biển lớn nhỏ.

Trong những năm gần đây nhất là sau khi Việt Nam gia nhập WTO khối lượng hàng hóa thông qua các cảng đã tăng nhanh chóng. Năm 2006 khối lượng đạt 154,5 triệu tấn, tăng 11,02% so với năm 2005, trong đó hàng container đạt 3,42 triệu TEUs, tăng 17,51%, hàng khô đạt 67,8 triệu tấn, tăng 11,84%. Ở một số khu vực, kết quả hoạt động vượt xa so với quy hoạch, dự báo trước đó. Cụ thể, khu vực cảng vùng kinh tế trọng điểm phía Nam năm 2006 xếp dỡ được 79,3 triệu tấn hàng, trong khi dự báo đến 2010 chỉ là 53 triệu tấn. Khối lượng hàng hóa thông qua các cảng trên địa bàn Hải Phòng 10 tháng đầu năm 2007 tăng mạnh, với gần 18,5 triệu tấn, vượt 26,7 % cùng kỳ năm trước.

2.2. Hệ thống đường sông

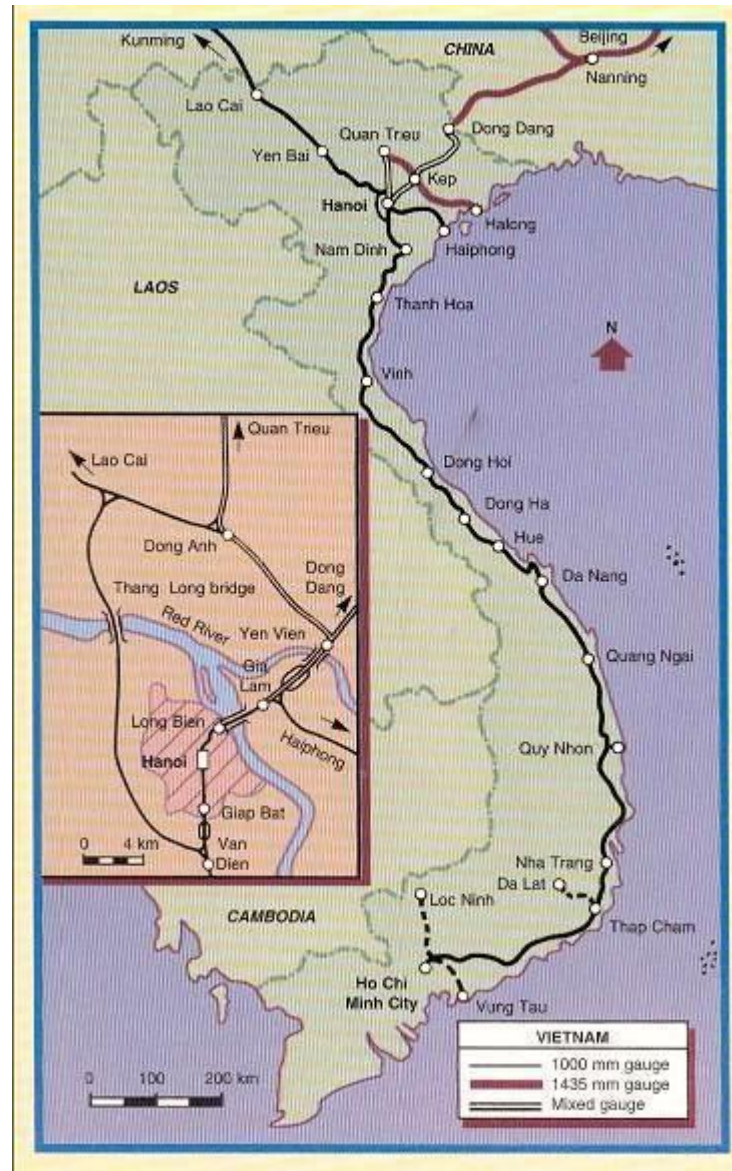
Với 41,000 km đường sông trong đó 8000 km có thể khai thác hiệu quả kinh tế. Có thể nói Việt Nam là một nước có mạng lưới giao thông rất phong phú và dày đặc với mật độ cao. Mặc dù việc đầu tư phát triển hệ thống đường sông chưa được quan tâm đúng mức nhưng đây vẫn là hệ thống vận tải hữu hiệu đối với các loại tàu thuyền cỡ nhỏ. Đặc biệt các loại hàng hóa giá trị thấp như: than đá, gạo, cát, đá và các loại vật liệu khác rất thuận tiện và hiệu quả khi vận chuyển bằng đường sông nội bộ với khối lượng lớn. Giao thông đường sông vẫn chiếm vị trí khá quan trọng đối với hai vùng châu thổ đó là đồng bằng Sông Hồng và đồng bằng sông Cửu Long.

2.3. Hệ thống đường bộ (Hệ thống đường sắt và ô tô)

So với các nước trong khu vực, hệ thống đường sắt và đường ô tô tại Việt Nam khá là phát triển và có chi phí rẻ. Hệ thống đường bộ chính tại Việt Nam bao gồm các con đường Quốc lộ, nối liền các vùng, các tỉnh cũng như đi đến các cửa khẩu quốc tế với Trung Quốc, Lào, Campuchia rất thuận tiện cho vận chuyển hàng hóa vào tận ngõ ngách và giao thương với các nước láng giềng gần gũi. Ngoài những cây cầu cũ thì ngày càng có nhiều cây cầu mới được xây đáp ứng được nhu cầu lưu thông trên tuyến đường, tạo điều kiện đi

lại tốt nhất cho người dân, chuẩn bị cơ sở hạ tầng cho việc phát triển kinh tế - xã hội.

Hình 8: Mạng lưới đường sắt



(Nguồn: Tổng công ty đường sắt Việt Nam)

Mạng lưới Đường sắt Việt Nam với tổng chiều dài 2.600 km nối liền các khu dân cư, trung tâm văn hoá nông nghiệp và công nghiệp trù khu vực đồng bằng sông Cửu Long.

Đường sắt Việt Nam nối liền với đường sắt Trung Quốc qua hai hướng:

Với Vân Nam Trung Quốc qua tỉnh Lào Cai

Với Quảng Tây Trung Quốc qua tỉnh Lạng Sơn

Đường sắt Việt Nam cũng có tiềm năng nối liền với mạng lưới Đường sắt Campuchia, Thái Lan và Malaysia để đến Singapore và tuyến đường sắt của Lào khi được phát triển.

Đường sắt Việt Nam đang sử dụng ba loại khổ đường, đó là loại đường 1.000 mm, đường tiêu chuẩn (1.435 mm) và đường lồng (chung cả 1.435 mm và 1.000 mm). Chiều dài của các đường chính tuyến của mạng lưới đường sắt Việt Nam cùng với khổ đường được trình bày trong bảng sau.

***Bảng 9: Chiều dài của các đường chính tuyến
của mạng lưới đường sắt Việt Nam***

Tuyến chính	Chiều dài	Khổ đường
Hà Nội - TP Hồ Chí Minh	1.726	1.000 mm
Hà Nội - Hải Phòng	102	1.000 mm
Hà Nội - Lào Cai	296	1.000 mm
Hà Nội - Đồng Đăng	162	Đường lồng (1.435 & 1.000 mm)
Hà Nội - Quán Triều	75	Đường lồng (1.435 & 1.000 mm)
Kép - Ưông Bí - Hạ Long	106	1.435 mm
Kép - Lưu Xá	57	1.435 mm

(Nguồn: Tổng công ty đường sắt Việt Nam)

Bảng 10: Chiều dài của các loại đường

	2.600 km
Đường chính và đường nhánh (1)	
Trong đó:	2.169 km
- Đường khổ 1.000 mm	178 km
- Đường khổ 1.435 mm	253 km
- Đường lồng	506 km
Đường tránh và đường nhánh (2)	3.160 km
Tổng cộng (1) + (2)	

(Nguồn: Tổng công ty đường sắt Việt Nam)

Đường sắt Việt Nam sử dụng tà vẹt bê tông hai khối, tà vẹt gỗ và sắt. Loại ray 43 kg/m được sử dụng trên hầu hết mạng lưới và sử dụng loại liên kết cứng giữa ray và tà vẹt. Gần đây một số loại liên kết đàn hồi được sử dụng thử nghiệm trên một số khu đoạn.

Năm 2006, các nước Đông Nam Á đã bắt đầu chương trình tiếp thị và quảng bá để huy động khoảng 5 tỷ USD vốn cho dự án xây dựng tuyến đường sắt xuyên Á. Đường xuyên Á nối 8 nước với chính tuyến chạy từ Singapore qua Malaysia và Thái Lan tới Côn Minh - Trung Quốc, trong đó có các nhánh rẽ Myanmar, Campuchia, Lào và Việt Nam. Đường sắt xuyên Á được đánh giá là một trong những dự án giao thông chủ yếu của ASEAN nhằm thúc đẩy sự phát triển mạnh mẽ về kinh tế, văn hóa và du lịch của các nước trong khu vực. Bộ trưởng giao thông Malaysia Chan Kong Choy tuyên bố tuyến đường sắt xuyên Á sẽ hoàn thành vào năm 2015 sẽ mở ra cho Việt Nam nhiều cơ hội mới trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế và mở rộng hoạt động đường sắt trong khu vực và quốc tế [29].

2.4. Hệ thống cảng hàng không

Theo Cục hàng không dân dụng Việt nam (CAAV) thì Việt Nam có tổng số 37 sân bay phục vụ cho mục đích dân sự, quân sự quốc phòng. Trong đó Cục Hàng Không Dân Dụng Việt Nam chịu trách nhiệm quản lý 22 sân

bay với các sân bay tầm cỡ quốc tế như: Sân bay quốc tế Tân Sơn Nhất, sân bay quốc tế Nội Bài, sân bay quốc tế Đà Nẵng. Các sân bay trong nước có mặt ở rất nhiều địa phương như: Hải Phòng, Nghệ An, Nha Trang, Côn Đảo, Phú Quốc, Điện Biên, Huế, Quy Nhơn [15].

Theo quy hoạch phát triển của ngành hàng không đến năm 2015, nhiều sân bay được nâng cấp để có thể đáp ứng cho các loại máy bay dân dụng hạ, cất cánh tối thiểu là loại máy bay vận tải hạng nhẹ như ATR-72, Foker-70, hay máy bay hạng trung như A320, Boeing 737, thậm chí là máy bay hạng nặng như A380...

Như vậy đến năm 2015 chúng ta sẽ có 24 sân bay dân dụng. Trong số này đáng kể nhất là sự đầu tư xây dựng sân bay quốc tế Long Thành với tiêu chuẩn quốc tế ICAO Cat 4F, đáp ứng cho các loại máy bay lớn hiện đại như Boeing 747, A380 hạ, cất cánh, có khả năng tiếp nhận 60 triệu đến 100 triệu hành khách mỗi năm và sân bay quốc tế Cần Thơ công suất 2,5 triệu hành khách/năm. Hay sân bay Liên Khương cũng đang tiến hành nâng cấp để đạt tiêu chuẩn quốc tế, công suất 2 triệu hành khách/năm... Hoặc mới đây thôi ngành hàng không thay đổi quy hoạch nâng cấp sân bay Gia Lâm (Hà Nội) từ tiêu chuẩn ICAO Cat 3C lên tiêu chuẩn ICAO Cat 4C. Và như vậy so với chiều dài đất nước theo đường chim bay bình quân cứ khoảng 100 km chúng ta lại có một sân bay [18].

Lượng khách quốc tế năm 1998 là 2,3 triệu người và khách nội địa là 3,3 triệu người. Năm 2002, hai sân bay quốc tế Tân Sơn Nhất và Nội Bài đã đạt tổng số 8 triệu khách thương mại trong đó 4,2 triệu là khách quốc tế và 3,8 triệu là khách nội địa. Lượng khách quốc tế đến Việt Nam qua 2 cảng hàng không ngày càng gia tăng và đã vượt mức 10 triệu tính đến năm 2007.

Năm 1998 khoảng 6000 tấn hàng được vận chuyển bằng đường hàng không quốc tế đến Việt Nam và 46000 tấn vận chuyển nội địa. Năm 2002, 112000 ngàn tấn hàng vận chuyển quốc tế, trong đó thư tín là 2 tấn và 78000 tấn vận chuyển nội địa. Tổng số đạt 190000 tấn. Khi nền kinh tế phát triển

nhanh chóng, các mối quan hệ quốc tế ngày càng mở rộng thì nhu cầu vận tải bằng hàng không ngày càng gia tăng.

3. Người cung cấp và sử dụng dịch vụ logistics tại Việt Nam

3.1. Khái quát thực trạng hoạt động logistics của các doanh nghiệp Việt Nam

Mặc dù dịch vụ logistics đã và đang phát triển mạnh mẽ trên thế giới nhưng ở Việt Nam còn khá mới mẻ. Cùng với quá trình hội nhập, logistics và dịch vụ logistics đã theo chân những nhà đầu tư nước ngoài vào Việt Nam. Hàng loạt các công ty, doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ logistics ở Việt Nam đã ra đời và cung ứng các dịch vụ logistics cho các khách hàng trong và ngoài nước. Thời gian qua, ngành dịch vụ logistics của Việt Nam đã có những bước phát triển mạnh mẽ bên cạnh đó cũng còn những hạn chế, những khó khăn cần khắc phục. Để có những biện pháp hữu hiệu nhằm phát triển ngành dịch vụ logistics của Việt Nam trong thời gian tới thì trước hết cần thấy được thực trạng của ngành dịch vụ logistics trong thời gian qua.

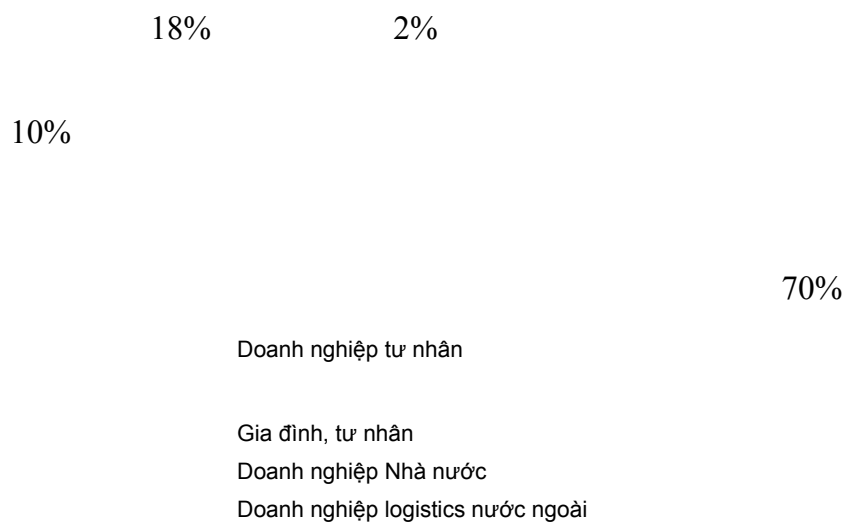
Sau 20 năm thực hiện chính sách đổi mới nền kinh tế thị trường đã được hình thành ở Việt Nam và đang có tốc độ tăng trưởng cao so với khu vực. Việc gia nhập khu vực Mậu dịch tự do với các nước ASEAN (1995), ASEM (1996), APEC (1997), bình thường hoá quan hệ với Hoa Kỳ, gia nhập WTO (2006), đầu tư nước ngoài vào Việt Nam đã mở ra một thời kỳ mới, tạo nhiều cơ hội phát triển cho nền kinh tế nước ta, trong đó có dịch vụ logistics.

Do nhận biết dịch vụ logistics là một lĩnh vực hoạt động đặc biệt, mới mẻ và có thể mang lại lợi nhuận siêu ngạch, nên thời gian gần đây số lượng người kinh doanh và đăng ký kinh doanh logistics tăng lên một cách chóng mặt. Chính sự đăng ký ồ ạt đã tạo nên ảo tưởng về sự phát triển nhanh chóng của ngành dịch vụ logistics Việt Nam: từ một vài doanh nghiệp giao nhận quốc doanh vào cuối thế kỷ XX đến cuối năm 2007, cả nước đã có khoảng gần 1000 công ty kinh doanh dịch vụ logistics, nhưng thực chất chỉ có khoảng 800-900 doanh nghiệp đi vào hoạt động và số lượng tăng thì không đi kèm chất lượng được nâng cao mà còn rất thô sơ và yếu kém. Trong số doanh nghiệp này có 101 doanh nghiệp là hội viên của Hiệp hội Giao nhận Kho vận

Việt Nam (VIFFAS). Và trong 101 hội viên thì có đến 80 hội viên chính thức và 21 hội viên liên kết. Thời gian hoạt động của các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ logistics bình quân 5 năm. Vốn đăng ký bình quân 1,5 tỷ đồng. Như vậy, có thể đánh giá chung là, các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ logistics ở VN còn trẻ và quy mô doanh nghiệp thuộc loại nhỏ.

Về cơ cấu thành phần kinh tế, theo Tiến sĩ Dương Chí Dũng, Chủ tịch HĐQT, kiêm Tổng giám đốc Vinalines trao đổi với phóng viên Báo Thương mại ngày 14/04/2008 thì các doanh nghiệp tư nhân chiếm khoảng 80% trong tổng số các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ logistics hiện nay ở Việt Nam. Trong đó công ty TNHH, doanh nghiệp 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% miếng bánh logistics còn lại là gồm có 18% của doanh nghiệp nhà nước và 2% là của doanh nghiệp logistics nước ngoài [26]. Như vậy chúng ta đã thấy logistics đã, đang len lỏi nhanh chóng vào mọi thành phần kinh tế của nước ta.

Biểu đồ 11: Cơ cấu thành phần kinh tế kinh doanh dịch vụ logistics
(Đơn vị: %)



Quy mô doanh nghiệp: Các doanh nghiệp kinh doanh logistics Việt Nam ngoại trừ một số doanh nghiệp nhà nước, công ty cổ phần tương đối lớn thì hầu hết đều có qui mô vừa và nhỏ, thậm chí có doanh nghiệp chỉ đăng ký

300-500 triệu đồng(tương đương 18.750-31.250 USD), vốn trung bình chỉ đạt 1,5 tỷ VND. Một số doanh nghiệp nhà nước sau khi cổ phần hoá đã nâng được mức vốn điều lệ lên 5 tỷ VND(312.500 USD), một số thì đi ngược lại qui luật "tích tụ vốn" và phát triển [20]. Kể cả những doanh nghiệp nhà nước trước đây đã được đầu tư vốn, trang bị kĩ thuật, đất đai, nhà kho, tài chính và nhân lực... Chỉ có một số công ty lớn như: Vietrans, Viconship, Vinalines, Vinatrans, Vinafco, Vinashin, hãng hàng không Việt Nam Airlines,... nhưng cũng chưa có năng lực đủ mạnh để tham gia hoạt động logistics toàn cầu.

Qui mô doanh nghiệp còn thể hiện ở số nhân viên của công ty. Ngoại trừ vài chục doanh nghiệp quốc doanh và 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 là từ 30-40 nhân viên, thậm chí 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 rất đơn giản, tính chuyên sâu của các doanh nghiệp trong dịch vụ logistics 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. Các thông tin từ nước ngoài, công việc phải giải quyết ở nước ngoài của một số công ty lớn đều do hệ thống đại lý thực hiện, cung cấp.

Về thị trường của ngành dịch vụ logistics Việt Nam, 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 cung ứng bao gồm vận chuyển đường bộ, kho bãi, đóng gói, thuê tàu...

Theo ông Lê Thạch Hùng, chánh văn phòng Hiệp hội Giao nhận Việt Nam, đặc điểm của ngành logistics là một chu trình khép kín từ kho nhà sản

xuất đến tay khách hàng. Vì là quy trình 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 công ty logistics thông qua mạng lưới rộng khắp. Trong khi đó các công ty Việt Nam chưa có hệ thống đại lý ở nước ngoài nên thường gặp khó khăn khi khách hàng cần dịch vụ tích hợp từ đường biển, hàng không cho tới đường bộ ở nước ngoài [37].

Ông Huỳnh Vi Phúc, giám đốc điều hành công ty Amytrans cho biết, các nhà cung cấp dịch vụ nội địa xuất hiện ở nhiều phân khúc của thị trường như dịch vụ xe container, khai thuê hải quan... Một tín hiệu tốt với các doanh nghiệp logistics là xu hướng xuất khẩu theo điều khoản CIF (giá bán, bảo hiểm, phí vận chuyển). Với điều khoản này, các doanh nghiệp Việt Nam không phải chịu sự chi phối của người mua phía nước ngoài để dễ dàng quyết định thuê một công ty logistics trong nước [37].

Các doanh nghiệp trong nước cho biết, 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 hoá xuất nhập khẩu phục vụ khối doanh nghiệp 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 Logistic, Nippon Express... Các công ty 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 là làm thuê cho các đại lý logistics nước ngoài chứ chưa thực sự tự mình cung ứng, nếu là tự mình cung ứng thì cũng chỉ sang thị trường Lào, Campuchia, Trung Quốc chứ chưa vươn được xa hơn. Với chiến lược phát triển dựa vào xuất khẩu như Việt Nam, đa số các công ty logistics lớn của thế giới có mặt tại Việt Nam từ đầu thập niên 1990. Bắt đầu bằng văn phòng đại diện, các công ty này chuyển sang góp vốn liên doanh rồi là 100% vốn nước

ngoài. Một vài công ty logistics lớn trên danh nghĩa vẫn nhờ một công ty Việt Nam làm đại lý. Tuy nhiên mọi hoạt động đều do phía nước ngoài quản lý, các doanh nghiệp Việt Nam thường không can thiệp được nhiều ngoài việc ăn phí đại lý trên mỗi hợp đồng dịch vụ. Các hợp đồng vận chuyển hoặc cung cấp dịch vụ chuỗi cung ứng tại Việt Nam của các công ty lớn như Nike, Adidas, Nortel, Carrefour... thường về tay các công ty logistics toàn cầu như Kuehne Nagel, Schenker, Panalpina, DHL... Các công ty Việt Nam khó chen chân phần vì chưa có tên tuổi trên thị trường logistics quốc tế, phần vì các cuộc đấu thầu (tender) hàng năm của các tập đoàn lớn thường diễn ra ở nước ngoài [37].

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 [32]. Trong đó theo tính toán mới nhất của cục Hàng hải Việt Nam, lĩnh vực quan trọng nhất trong dịch vụ logistics là vận tải biển thì doanh nghiệp trong nước mới chỉ đáp ứng chuyên chở được 18% tổng lượng hàng hoá xuất nhập khẩu, phần còn lại đang bị chi phối bởi các doanh nghiệp nước ngoài. Điều này cho thấy thực trạng ngành dịch vụ logistics của Việt Nam còn yếu kém bởi có đến 90% hàng hoá xuất nhập khẩu vào Việt Nam được vận chuyển bằng đường biển [27].

Về giá cả dịch vụ logistics của Việt Nam tương đối rẻ hơn so với một số nước khác, nhưng chất lượng chưa cao và phát triển chưa bền vững. Cạnh tranh về giá cả của những doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực dịch vụ logistics không lành mạnh. Có trường hợp cùng một khách hàng nhưng mỗi công ty về logistics lại chào với những mức giá khác nhau. Hoạt động của các doanh nghiệp nhỏ khá manh mún, chụp giựt và hạ giá 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 dịch vụ logistics.

Về giá trị hợp đồng logistics, theo bản báo cáo mới nhất “Việt Nam logistics 2009” của Transport Intelligen 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.

Biểu đồ 12: Giá trị hợp đồng logistics 2005-2008

(Đơn vị: triệu bảng Anh)



(Nguồn: Transport Intelligence)

Về khối lượng hàng hóa vận chuyển 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 nhưng ngành vận tải biển vẫn đạt mức tăng cao nhất do đặc thù buôn bán quốc tế ngày càng phát triển. Thứ 2 đó là ngành vận tải đường sắt, tốc độ vận chuyển tuy tăng nhanh qua từng năm nhưng tỷ trọng của ngành này so với các ngành khác lại rất nhỏ.

Bảng 13: 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	140709,9	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	111,0	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

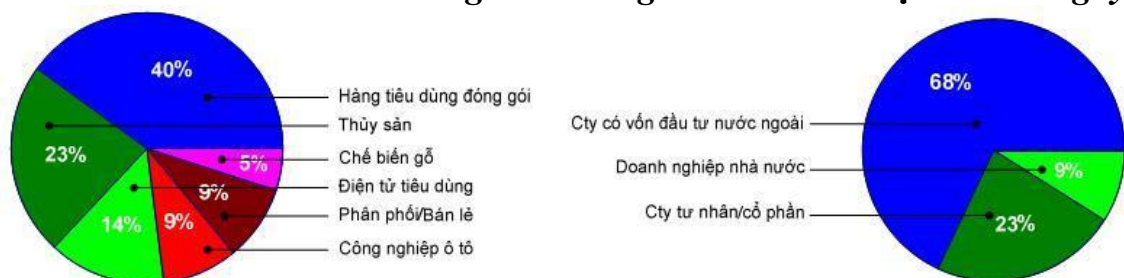
(Nguồn: Tổng cục thống kê)

3.2 Nhu cầu về sử dụng dịch vụ logistics

Theo kết quả khảo sát về logistics 2008 của Bộ phận Nghiên cứu và Tư vấn của công ty SCM khảo sát 300 công ty nằm trong Top 500 công ty lớn nhất Việt Nam, trong đó có tổng cộng 60 công ty tham gia phản hồi (chiếm 20%) với quy mô doanh thu hàng năm từ 5 tỷ đến trên 100 tỷ đồng và phần lớn đến từ ngành hàng tiêu dùng đóng gói thì các hoạt động logistics truyền thống gồm vận tải, kho bãi, khai quan và giao nhận vẫn là những hoạt động được thuê ngoài nhiều nhất. Trong số các công ty hiện chưa thuê ngoài, 50% cho biết sẽ thuê ngoài trong tương lai, 38% sẽ cân nhắc khả năng thuê ngoài trong khi 12% lại không muốn thuê ngoài vì lo lắng sẽ không giảm giá được chi phí và vì logistics là hoạt động cốt lõi. Hơn nữa, chất lượng dịch vụ của các nhà cung cấp dịch vụ cũng là một mối quan tâm khiến họ ngần ngại thuê ngoài. Các công ty phản hồi tiết lộ rằng thuê ngoài giúp giảm chi phí logistics bình quân 13%.

92% trong số các công ty phản hồi cho biết có thuê ngoài logistics. Thông tin về các công ty có thuê ngoài được tổng hợp trong Hình 1 dưới đây, và có thể thấy ngành hàng tiêu dùng đóng gói chiếm tỷ lệ thuê ngoài nhiều nhất.

Hình 14: Phần trăm thuê ngoài theo ngành và theo loại hình công ty



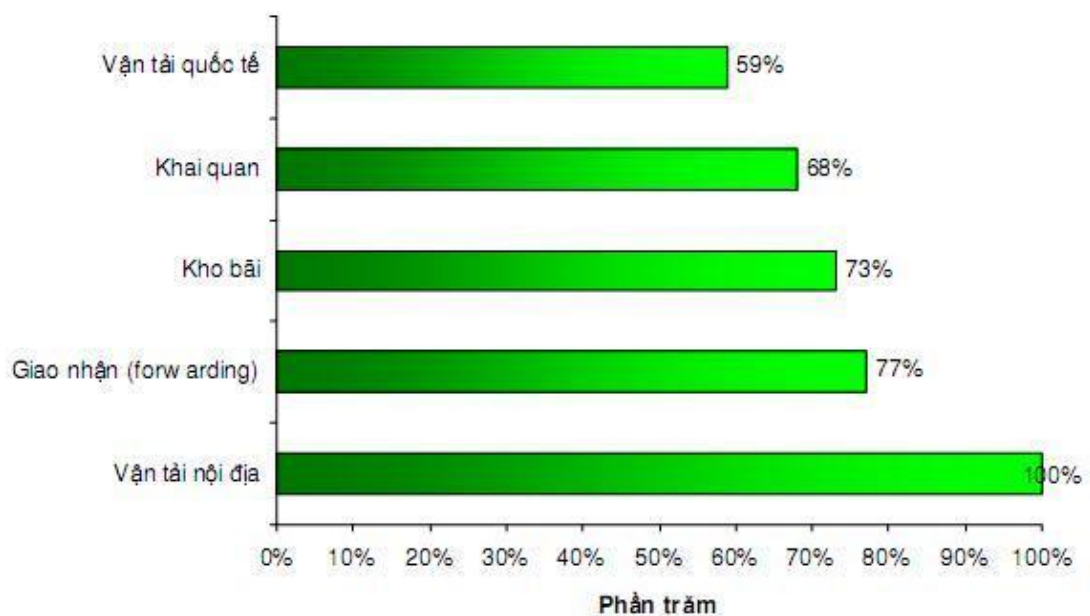
(Nguồn: SCM)

Các công ty không thuê ngoài logistics rơi vào nhóm ngành hàng tiêu dùng đóng gói, điện tử tiêu dùng, và thủy sản. Hầu hết các công ty không thuê

ngoài là các doanh nghiệp nhà nước (chỉ có một công ty có vốn đầu tư nước ngoài).

Còn về các hoạt động logistics được thuê ngoài thì nhóm năm hoạt động được thuê ngoài nhiều nhất gồm vận tải nội địa (chiếm 100%), dịch vụ giao nhận, kho bãi, khai quan, và vận tải quốc tế. Kết quả này phù hợp với xu hướng thuê ngoài của thế giới, được phản ánh trong Báo cáo hàng năm, ấn bản thứ 12 về tình hình thuê ngoài logistics của thế giới năm 2007. Vận tải nội địa đòi hỏi vốn đầu tư lớn và quản lý tốt như đầu tư vào đội xe, quản lý tài xế và bảo trì đội xe; do đó, tất cả các khách hàng đều thuê ngoài từ các công ty vận tải nội địa.

Hình 15: Nhóm năm hoạt động logistics được thuê ngoài



(Nguồn: SCM)

Các hoạt động logistics phức tạp hơn như quản lý đơn hàng, cross-docking, gom hàng, dịch vụ thanh toán và quản lý cước phí vận tải,... đã không được lựa chọn. Thông tin liên quan đến các dịch vụ này vốn nhạy cảm và các công ty không muốn chia sẻ cho bên ngoài. Hơn nữa, chỉ những nhà

cung cấp dịch vụ logistics thứ ba (3PLs) có chuyên môn và hệ thống công

nghe thông tin hiện đại mới có năng lực tiếp nhận các dịch vụ này. Tuy nhiên trong tương lai, các công ty tham gia đang xem xét khả năng thuê ngoài một vài hoạt động phức tạp như Tồn kho quản lý bởi nhà cung cấp (Vendor Managed Inventory – WMI), logistics thu hồi, tư vấn chuỗi cung ứng.

Nhưng cũng có một số công ty không lựa chọn thuê ngoài vì không giảm được chi phí hay mất khả năng kiểm soát hoạt động logistic và chất lượng dịch vụ không đúng như cam kết. Trong số những công ty không thuê ngoài này, có 50% cho biết có dự định sẽ thuê ngoài trong tương lai; đa phần là các công ty thuộc nhóm hàng tiêu dùng đóng gói. 38% cho biết sẽ cần nhắc việc thuê ngoài, 12% còn lại sẽ không thuê ngoài.

Về các tiêu chí lựa chọn nhà cung cấp thì các công ty đã xếp hạng 11 tiêu chí theo mức độ quan trọng khi lựa chọn một nhà cung cấp dịch vụ logistics. Xếp vị trí đầu tiên là giá và dịch vụ. Điều này không có gì đáng ngạc nhiên vì hai tiêu chí này luôn được đem ra bàn thảo khi ký kết hợp đồng. Tuy nhiên, tất cả các tiêu chí khác như kinh nghiệm, nhân sự, khả năng cải tiến liên tục... đều có vị trí quan trọng tương đương khi các khách hàng đánh giá tổng thể về nhà cung cấp của mình.

Tóm lại các ngành hàng có thuê ngoài vẫn chủ yếu là ngành hàng tiêu dùng đóng gói, ngành điện tử tiêu dùng, và ngành thủy sản. Các hoạt động logistics truyền thống như vận tải, kho bãi, khai quan và giao nhận vẫn được thuê ngoài nhiều nhất. Và giá cả, chất lượng dịch vụ vẫn là các nhân tố đầu tiên và đứng đầu khi ký kết hợp đồng dịch vụ.

3.3 Người cung cấp dịch vụ logistics

Mặc dù logistics đã và đang phát triển mạnh mẽ trên thế giới, nhưng ở Việt Nam vẫn còn khá mới mẻ, phần lớn các dịch vụ logistics được thực hiện ở các công ty giao nhận. Cùng với quá trình hội nhập, logistics và dịch vụ logistics đã theo chân những nhà đầu tư nước ngoài đến Việt Nam. Thời gian gần đây trong lĩnh vực này đã có những bước phát triển đáng được ghi nhận.

Theo Hiệp hội giao nhận kho vận Việt Nam (VIFFAS) cho đến nay ở Việt Nam có khoảng 800-900 doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực cung cấp các dịch vụ logistics. Xét về mức độ phát triển thì ở cấp độ nào cũng đã có doanh nghiệp giao nhận vận tải tham gia. Nhưng tuy nhiên hiện nay, hầu hết các doanh nghiệp Việt Nam cung cấp dịch vụ logistics trong lĩnh vực vận tải biển mới chỉ đóng vai trò như những nhà cung cấp dịch vụ vệ tinh cho các công ty logistics nước ngoài (chỉ đảm nhận một phần trong chuỗi hoạt động logistics). Chính vì thế, các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực logistics phần lớn chỉ là các đại lý giao nhận truyền thống, một số rất ít là các đại lý giao nhận đóng vai trò người gom hàng và cấp vận đơn nhà (House bill of lading). Như chúng ta thấy, việc quản lý logistics là việc điều chỉnh một tập hợp các hoạt động của nhiều ngành, nhiều công đoạn trong một quy trình hoàn chỉnh, doanh nghiệp nào được ủy thác thực hiện toàn bộ các công việc liên quan đến cung ứng, vận chuyển, theo dõi sản xuất, kho bãi, làm thủ tục phân phối... mới được công nhận là một nhà cung cấp dịch vụ logistics. Xét theo tiêu chí này, hiện ở Việt Nam chưa có một doanh nghiệp nào đủ khả năng để tổ chức, điều hành toàn bộ quy trình hoạt động logistics. Nhưng tuy nhiên đã có 25 công ty cung cấp dịch vụ logistics hàng đầu thế giới có mặt tại Việt Nam dưới nhiều hình thức khác nhau. Điều này đã buộc các doanh nghiệp logistics Việt Nam phấn đấu phát triển để cạnh tranh với họ. Và qua những dịch vụ liên kết với họ chúng ta có thể học hỏi nhiều điều từ họ để phát triển dịch vụ logistics tại Việt Nam chuyên nghiệp và có hệ thống hơn. Lợi ích mà logistics mang lại cho doanh nghiệp Việt Nam đó là tiết kiệm được chi phí trong hoạt động kinh doanh vận tải, tăng cường tính linh hoạt trong hoạt động kinh doanh, nâng cao chất lượng dịch vụ cung cấp của doanh nghiệp và tăng doanh thu, lợi nhuận cho doanh nghiệp.

Tuy nhiên, các doanh nghiệp logistics Việt Nam vẫn còn gặp phải rất nhiều khó khăn như sau:

- Các doanh nghiệp logistics Việt Nam phần lớn là các doanh nghiệp sinh sau đẻ muộn so với nhiều công ty nước ngoài vốn có lịch sử phát triển kinh doanh vận tải từ lâu đời như APL có kinh nghiệm trên 100 năm, Maersk có kinh nghiệm gần 100 năm...

- Tầm phủ của các công ty kinh doanh dịch vụ logistics Việt Nam chỉ trong phạm vi nội địa hoặc một vài quốc gia trong khu vực. Trong khi tầm phủ của các công ty nước ngoài chẳng hạn APL là gần 100 quốc gia, Maersk là 60 quốc gia...

- Phần lớn các doanh nghiệp logistics Việt Nam chỉ tập trung vào khai thác những mảng nhỏ trong toàn bộ chuỗi cung ứng.

- Nguồn nhân lực vừa thiếu vừa yếu, cả nước chưa có trường nào chuyên đào tạo về logistics. Kiến thức mà nhân viên có được là học từ nước ngoài, một số là từ các trường đại học chuyên ngành trong nước với kiến thức ít ỏi và thiếu cập nhật.

- Hạ tầng thông tin còn yếu kém. Mặc dù các doanh nghiệp đã có ý thức trong việc áp dụng công nghệ thông tin vào hoạt động kinh doanh của mình nhưng vẫn còn kém xa so với các công ty nước ngoài.

- Các doanh nghiệp trong ngành hầu hết hoạt động rời rạc, thiếu hợp tác hỗ trợ lẫn nhau, thậm chí cạnh tranh không lành mạnh.

III. ĐÁNH GIÁ CHUNG VỀ DỊCH VỤ LOGISTICS TẠI VIỆT NAM

Để phát triển dịch vụ logistics một cách có hiệu quả tại Việt Nam chúng ta cần hiểu rõ những gì chúng ta đang có và những điều gì còn thiếu sót để từ đó đưa ra những chính sách giải pháp thích hợp nhất.

Qua phân tích thực trạng ngành kinh doanh dịch vụ logistics ở Việt Nam ta có thể rút ra những điểm mạnh cũng như những điểm yếu của ngành dịch vụ logistics của Việt Nam như sau:

1. Những thuận lợi trong hoạt động logistics tại Việt Nam

1.1 Việt Nam đã và đang đưa ra các 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 hóa, dịch vụ và đầu tư.

Trong 20 năm qua, chiến lược ngoại giao của nước ta đã có những mặt thành công như: nhà nước đã có nhiều chủ trương, chính sách và nhiều luật được đổi mới và ra đời như Luật khuyến khích đầu tư trong nước, Luật khuyến khích đầu tư nước ngoài, Chính sách thuế,... Việc cải cách hành chính đã cởi trói cho các doanh nghiệp Việt Nam phát huy được tính chủ động sáng tạo, góp phần khôi phục và phát triển nền kinh tế đất nước; đồng thời thu hút được các nhà đầu tư nước ngoài đầu tư vào Việt Nam. Chính sách đối ngoại đã bắt đầu gắn kết với việc chấn hưng nền kinh tế đất nước và đưa nền kinh tế Việt Nam từng bước hội nhập vào nền kinh tế quốc tế. Trong 20 năm đổi mới Việt Nam đã thiết lập quan hệ ngoại giao thêm với 57 nước, nâng tổng số quốc gia có quan hệ chính thức với Việt Nam lên đến 169 nước, và quan hệ buôn bán với 224/255 thị trường của các nước và các vùng lãnh thổ.

Định hướng chính sách đối ngoại trong những năm tiếp theo đến năm 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 mở cửa thu hút đầu tư của các đối tác trên.. Ngoài ra nên 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 quốc gia đang phát triển.

1.2 Vị trí địa lý thuận lợi

Việt Nam có vị trí địa lý rất thuận lợi cho vận tải quốc tế, nằm ở khu vực chiến lược trong vùng Đông Nam Á. Việt Nam ở phía Đông bán đảo Đông Dương, phía Tây giáp Lào, Campuchia, phía Đông và Nam trông ra biển Đông và Thái Bình Dương. Việt Nam còn là đầu mối giao thông từ Ấn Độ Dương sang Thái Bình Dương. Việt Nam lại nằm ở trung tâm biển Đông, nơi có các tuyến đường biển nhộn nhịp bởi vậy các luồng hàng hóa, thông thương trong khu vực và giữa khu vực với thế giới rất lớn, tạo cơ hội cho logistics phát triển. Biên giới đất liền dài 3730km, bờ biển trải dài trên 3260 km, 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 và Việt Nam cũng được đánh giá là có tiềm năng lớn về phát triển dịch vụ logistics.

1.3 Vốn đầu tư nước ngoài vào Việt Nam ngày càng tăng

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.

Ví dụ như ngày 31/3/2009 mới đây, tại Hà Nội, Đại sứ Nhật Bản tại Việt Nam Sakaba Matsuo và Bộ trưởng Bộ Kế hoạch Đầu tư Võ Hồng Phúc đã ký công hàm trao đổi liên quan tới 4 dự án vốn vay ODA đầu tiên được nói lại với tổng giá trị 83,2 tỷ Yên (tương đương 900 triệu USD). Theo ông Tsuno Motonori, Trưởng đại diện JICA tại Việt Nam các dự án được ký kết lần này gồm: Dự án xây dựng tuyến đường sắt đầu tiên tại Hà Nội (đoạn Nam Thăng Long - Trần Hưng Đạo đi vào trung tâm thành phố) dài 11 km, trong đó có 8,5 km ngầm. Dự án trị giá 14, 688 tỷ Yên. Dự kiến khởi công cuối năm 2011 và hoàn tất vào năm 2014, chính thức vận hành vào 1/2016. Dự án này áp dụng điều kiện sử dụng kỹ thuật công nghệ Nhật Bản. Dự án thứ hai là Tín dụng chuyên ngành giao thông nhằm cải thiện mạng lưới đường quốc gia giai

đoạn 2. Giá trị dự án 17,918 tỷ Yên. Thông qua các hoạt động sửa chữa và thay thế cầu yếu tại khu vực nông thôn, dự án sẽ thúc đẩy kinh tế địa phương và xóa bớt khoảng cách giữa nông thôn và thành thị. Dự án thứ ba là Cải thiện môi trường thành phố Hải Phòng với giá trị 21,306 triệu Yên. Dự án thứ tư là Thoát nước cải thiện môi trường Hà Nội giai đoạn 2. Giá trị 29, 289 tỷ Yên, lãi suất 0,55%/năm, thời gian thanh toán 40 năm, ân hạn 10 năm [28]. Bởi vậy mà cơ sở hạ tầng giao thông vận tải của Việt Nam sẽ được cải thiện rất nhiều, đem lại mạng lưới thông thoáng để tạo đà cho logistics phát triển.

1.4 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.

Trên nền tảng của mạng Internet, Chính phủ mà đại diện là chính quyền cảng cùng với các nhà khai thác cảng biển đã phát triển và hoàn thiện hệ thống trao đổi 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 chúng ta đã bắt đầu thực hiện thông quan điện tử thí điểm ở một số địa phương.

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 và vận chuyển. 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 kiểm tra 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, đáp ứng nhu cầu hội nhập kinh tế quốc tế.

2. Những mặt yếu kém trong hoạt động logistics tại Việt Nam

2.1 Cơ sở hạ tầng logistics tại Việt Nam còn nghèo nàn, quy mô nhỏ và chọa đồng bộ

Hệ thống cơ sở hạ tầng giao thông của Việt Nam bao gồm trên 17.000 km đường nhựa, gần 3.200 km đường sắt, 41.000 km đường thủy, 126 cảng biển và 135 sân bay. Tuy nhiên chất lượng của hệ thống này là không đồng đều, yếu kém, có những chỗ chưa đảm bảo về mặt kỹ thuật. Hiện tại, chỉ có khoảng 20 cảng biển có thể tham gia việc vận tải hàng hoá quốc tế, các 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, còn thiếu kinh nghiệm trong điều hành xếp dỡ container. 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. Điều này đã làm cho chi phí của dịch vụ logistics cao lên, làm ảnh hưởng đến sự phát triển cũng như hiệu quả của dịch vụ logistics ở Việt Nam.

Đường hàng không hiện nay cũng không đủ phương tiện chở hàng (máy bay) cho việc vận chuyển vào mùa cao điểm. Chỉ có sân bay Tân Sơn Nhất là đón được các máy bay chở 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 các nước trong khu vực đang làm. Khả năng bảo trì và phát triển đường bộ còn thấp, đường hàng không được thiết kế để vận chuyển container, các đội xe tải chuyên dùng hiện đang cũ kỹ, năng lực vận tải đường sắt không được vận dụng hiệu quả do chưa được hiện đại hóa. Theo số liệu của Tổng cục Thống kê, lượng hàng hoá vận chuyển đường sắt chiếm khoảng 15% tổng lượng hàng hoá lưu thông. Tuy nhiên, đường sắt Việt Nam vẫn đang đồng thời sử dụng 2 loại khổ ray khác nhau (1.000 và 1.435 mm) với tải trọng thấp. Chuyên tàu nhanh nhất chạy tuyến Hà Nội - TP Hồ Chí Minh (1.726 km) hiện vẫn cần đến 32 tiếng đồng hồ. Và khá nhiều tuyến đường liên tỉnh, liên huyện đang ở tình trạng xuống cấp nghiêm trọng.

Trang thiết bị dành cho logistics còn yếu kém, lạc hậu, thiếu đồng bộ; hệ thống kho bãi quy mô nhỏ, rời rạc; các phương tiện, trang thiết bị như xe nâng hạ hàng hoá, dây chuyền, băng tải, phương tiện đóng gói mã hóa, hệ thống đường ống, đèn chiếu sáng... nói chung còn thô sơ.

Về hạ tầng thông tin, đây 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 công cụ track and trace (theo dõi đơn hàng), lịch tàu, e-booking, theo dõi chứng từ... Chúng ta nên biết visibility (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. 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.

2.2 Quy mô doanh nghiệp cung cấp dịch vụ logistics nhỏ, kinh doanh manh mún

Nguồn lợi hàng tỷ đô này lại đang chảy vào túi các nhà đầu tư nước ngoài. Các DN Việt Nam mới chỉ có một phần rất nhỏ trong miếng bánh khổng lồ và đang ngày càng phình to của thị trường dịch vụ logistics. Doanh nghiệp trong nước đang thua hoàn toàn trên thị trường này, thậm chí đang làm thuê trong chính nhà mình. Theo tính toán của Cục Hàng hải VN, cho đến nay, Việt Nam mới tự đáp ứng được 25% nhu cầu thị trường dịch vụ logistics đang ngày càng phình to. Cụ thể, dịch vụ quan trọng nhất là vận tải biển, các doanh nghiệp trong nước mới chỉ đáp ứng chuyên chở được 18% tổng lượng hàng hóa xuất nhập khẩu. Đây thực sự là một thua thiệt lớn, khi có đến 90% hàng hóa xuất nhập khẩu được vận chuyển bằng đường. Năm 2007 lượng hàng qua các cảng biển Việt Nam là 181,12 triệu tấn và tốc độ tăng trưởng lên đến 18,4% so với năm 2006 là 153 triệu tấn [38]. Đây thực sự một thị trường mơ ước mà các tập đoàn nước ngoài đang thèm muốn và tập trung khai phá.

Hiện tại, trên cả nước có khoảng 800-900 doanh nghiệp kinh doanh trong lĩnh vực logistics. Trong đó, VIFFAS có 101 hội viên (80 hội viên chính thức và 21 hội viên liên kết) nhưng có thể đếm trên đầu ngón tay số doanh nghiệp đủ sức để tổ chức và điều hành toàn bộ quy trình hoạt động logistics. Các doanh nghiệp Việt Nam đa phần đều nhỏ bé, hạn chế về vốn, công nghệ và trình độ nhân lực, có thể vì thế nên chỉ đủ khả năng làm thuê một vài công đoạn trong cả chuỗi dịch vụ mà các doanh nghiệp nước ngoài giành được ngay trên thị trường Việt Nam. Thời gian hoạt động trung bình của các doanh nghiệp là 5 năm với vốn đăng ký trung bình khoảng 1,5 tỷ đồng/doanh nghiệp. Các doanh nghiệp logistics tại Việt Nam hiện nay mới chỉ dừng lại ở việc cung cấp dịch vụ cho một số công đoạn của chuỗi dịch vụ khổng lồ này. Ngành công nghiệp logistics của Việt Nam hiện vẫn đang ở thời kỳ phôi thai, phần lớn của hệ thống logistics chưa được thực hiện ở một cách thức thống nhất.

Bên cạnh đó các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực logistics chưa tạo được sự liên minh, liên kết, chỉ dựa vào năng lực sẵn có nên khả năng cạnh tranh thấp, thậm chí có tình trạng cạnh tranh không lành mạnh giữa các đơn vị trong ngành...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. Thì tính liên kết cần thiết hơn bao giờ hết.

Theo ông Phạm Mạnh Cường – Phó Tổng giám đốc Công ty Cổ phần Đại lý Hàng hải Việt Nam, trong khi doanh nghiệp “nhà” còn non yếu, chưa có sự liên minh thì lại xuất hiện kiểu kinh doanh chụp giật, manh mún, cạnh tranh theo kiểu hạ giá thành để làm đại lý cho nước ngoài một cách không lành mạnh. Đây là những tiền lệ xấu, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp nước ngoài chiếm lĩnh ngành công nghiệp logistics non trẻ của Việt Nam. Việc nhiều tên tuổi lớn của thế giới đã xuất hiện ở Việt Nam đang gây sức ép rất lớn, khiến doanh nghiệp Việt Nam không kết nối được với mạng lưới toàn

cầu, chỉ có thể hoạt động như những nhà cung cấp dịch vụ cấp 2, thậm chí là cấp 3, cấp 4 cho các đối tác nước ngoài có mạng điều hành dịch vụ toàn cầu.

2.3 Cơ chế, chính sách pháp luật liên quan đến hoạt động logistics còn bất cập và chưa đầy đủ

Một hành lang pháp lý bao gồm các quy định pháp luật cụ thể và rõ ràng, sự quan tâm của nhà nước trong đầu tư cơ sở hạ tầng, đào tạo... là những điều kiện quan trọng để thúc đẩy ngành Logistics Việt Nam phát triển. Về hành lang pháp lý, thực ra Logistics mới chỉ được công nhận là một hành

vi thương mại trong Luật Thương mại sửa đổi có hiệu lực từ ngày 1-1-2006. Tháng 9-2007 vừa qua, Chính phủ mới ban hành Nghị định 140 “Quy định chi tiết thi hành 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”, nhưng theo những người am hiểu về lĩnh vực này thì Nghị định 140 còn sơ sài đối với một lĩnh vực mang lại lợi nhuận khổng lồ như Logistics. Bởi vậy sẽ thật khó khăn cho các doanh nghiệp Việt Nam khi gặp rủi ro hay tranh chấp vì thật sự vẫn không có ai để phân định cho họ, dẫn tới việc ngần ngại mở rộng hoạt động cũng như đi theo đúng đường lối của nhà nước.

Bên cạnh đó vai trò định hướng và hỗ trợ của nhà nước là cực kỳ quan trọng. Nếu nhìn sang Singapore chúng ta có thể thấy sức mạnh của nhà nước tác động đến một ngành hay lĩnh vực nào đó như thế nào. Singapore đã xây dựng hệ thống cảng biển, công ty vận tải biển, hãng hàng không, công ty logistics thành một chuỗi dịch vụ theo đúng mô hình One-Stop Shop. Còn chúng ta thì điều này chưa được thể hiện rõ nét, hoặc nếu có thì còn rời rạc thiếu tính tổng thể và dài hạn. Ngay bản thân các doanh nghiệp logistics cũng chưa có một hiệp hội logistics thực sự với sự tham gia của nhà nước. Tới nay chúng ta mới chỉ có Hiệp hội giao nhận kho vận Việt Nam (Viffas). Nhưng

bản thân tên của hiệp hội này cũng đã quá cũ trong khi đó Singapore đã chuyển hiệp hội giao nhận thành hiệp hội logistics từ khá lâu. Rõ ràng luật

pháp như một kim chỉ nam cho các doanh nghiệp logistics Việt Nam để ứng dụng và phát triển logistics bởi vậy mà đã gây ra rất nhiều khó khăn và bất cập trong ngành logistics Việt Nam hiện nay.

2.4 Nguồn nhân lực ngành dịch vụ logistics còn thiếu về số lượng và yếu về chất lượng

Chính sự phát triển tới mức ồ ạt của doanh nghiệp hoạt động logistics đã dẫn đến tình trạng thiếu hụt trầm trọng nguồn nhân lực cung cấp cho thị trường logistics. VIFFAS ước tính, số nhân viên trong các công ty hội viên có khoảng 4.000 người, và thêm khoảng 4.000-5.000 người hoạt động bán chuyên nghiệp. Bên cạnh việc thiếu hụt về số lượng thì chất lượng của nguồn nhân lực này cũng là vấn đề đáng bàn.

Trên thực tế, các cán bộ, nhân viên hoạt động trong lĩnh vực giao nhận, logistics hiện tại chủ yếu được đào tạo từ trường đại học Kinh tế và đại học Ngoại thương. Một số ít được bổ sung từ các trường giao thông, hàng hải và thậm chí là trường đại học ngoại ngữ. Vấn đề đáng quan tâm là nghiệp vụ logistics chưa được xây dựng thành môn học, chưa có trường đại học nào đào tạo hay mở những lớp bồi dưỡng ngắn hạn. Các bài giảng trong nhà trường mới 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... 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. Có thể khẳng định rằng các chuyên gia được đào tạo chuyên nghiệp về lĩnh vực này quá ít so với yêu cầu phát triển dịch vụ. Phần lớn kiến thức mà cán bộ công nhân viên trong ngành có được là từ thực tiễn khi làm đại lý hoặc đối tác cho các công ty nước ngoài chuyên làm dịch vụ này.

Kiến thức và kỹ năng liên quan đến vận tải đa phương thức, liên vận chuyển, thiếu và mờ nhạt; việc này đòi hỏi người làm phải biết thiết kế đường liên vận cho hàng hóa theo yêu cầu door-door (dịch vụ logistics thứ tư - thứ bậc cao nhất), phải thông thuộc mạng lưới giao thông vận tải để tính toán, chọn phương án tối ưu theo yêu cầu chủ hàng, giải quyết việc tiếp chuyển giữa các phương thức vận tải và các chứng từ hàng hoá liên quan đến quá trình vận chuyển, ngoài luật pháp Việt Nam. Người làm logistics nhất thiết phải am hiểu sâu sắc và vận dụng hiệu quả luật pháp, tập quán thương mại quốc tế.

Đối với vận tải bằng đường hàng không, hiện tổ chức IATA (Hiệp hội Vận tải hàng không quốc tế) thông qua Việt Nam Airlines đã tổ chức một số lớp học nghiệp vụ và thi cấp bằng IATA có giá trị quốc tế. Tuy nhiên, chương trình này vẫn không tiến triển do tính không chính thức, số lượng hạn chế, mang tính nội bộ, chưa được tổ chức bài bản.

Nguồn nhân lực thiếu và yếu, cộng thêm những lý do: Trình độ công nghệ logistics (mang tính chất thủ công, giấy tờ) khả năng ứng dụng công nghệ thông tin kém, phương tiện vận tải còn lạc hậu, cũ kỹ, năng suất lao động thấp, hạ tầng cơ sở không đáp ứng yêu cầu, tổ chức quản lý không đồng bộ, nên thực tế, hầu hết doanh nghiệp Việt Nam chỉ như những là cung cấp dịch vụ vệ tinh, làm thuê cho các công ty logistics nước ngoài, họ chỉ cung cấp các dịch vụ logistics cơ bản như khai quan, vận tải, chưa có doanh nghiệp nào đủ sức tổ chức, điều hành toàn bộ quy trình hoạt động logistics.

2.5 Khó khăn về nguồn vốn đầu tư để phát triển logistics

Phần lớn các công ty kinh doanh dịch vụ logistics Việt Nam đều có quy mô nhỏ và vừa với nguồn vốn hạn chế. Trong khi đó, một trong những yếu tố quan trọng để phát triển logistics, đặc biệt là logistics toàn cầu là phải có tiềm lực tài chính để xây dựng hệ thống kho tàng bến bãi, mua sắm trang thiết bị, phương tiện vận chuyển, đầu tư xây dựng mạng lưới... Chính vì thế, đa số các

công ty kinh doanh dịch vụ logistics Việt Nam chưa thực sự có tiềm lực để phát triển logistics.

Do tiềm lực tài chính hạn chế, nên hầu hết các công ty kinh doanh dịch vụ logistics Việt Nam không có khả năng đầu tư xây dựng và phát triển hệ thống kho cảng bến bãi, phương tiện xếp dỡ, phương tiện vận chuyển hiện đại.

Hoạt động kho bãi của các công ty giao nhận vận tải Việt Nam còn khá yếu, quy mô kho nhỏ, công nghệ kho lạc hậu và phần lớn chưa có khả năng cung cấp các giá trị gia tăng cho khách hàng. Chỉ có một số công ty như M&P International, Vinatrans, ANC... có thể cung cấp thêm các dịch vụ như dịch vụ gom hàng lẻ, dịch vụ đóng gói, đóng kiện, đóng pallet.

Không những thế, các công ty kinh doanh dịch vụ logistics Việt Nam cũng chưa có khả năng đầu tư hệ thống phương tiện vận tải hiện đại. Chẳng hạn như, so với các quốc gia trong khu vực Đông Nam Á, đội tàu Việt Nam bị xem là đội “tàu già” (tuổi trung bình là 14,5, cá biệt có những tàu lên tới 65), trọng tải nhỏ, trang thiết bị máy móc trên tàu lạc hậu[9]. Vận chuyển hàng hóa bằng đường hàng không, đường bộ, đường sắt cũng đang những gặp khó khăn tương tự.

Với thực trạng phát triển ngành dịch vụ logistics như ở trên cùng với những thuận lợi và khó khăn đối với ngành trong thời gian tới thì yêu cầu cấp thiết là phải xác định được phương hướng và đề ra những giải pháp để có thể nắm bắt những cơ hội và khắc phục những khó khăn, thách thức nhằm đưa ngành kinh doanh dịch vụ logistics của Việt Nam đứng vững và phát triển hơn nữa.

CHƯƠNG III

MỘT SỐ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ LOGISTICS

TẠI VIỆT NAM ĐÁP ỨNG VỚI YÊU CẦU HỘI NHẬP

KINH TẾ QUỐC TẾ

I. YÊU CẦU HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ CŨNG NHƯ CÁC CAM KẾT CỦA VIỆT NAM TRONG LĨNH VỰC LOGISTICS

1. Xu hướng phát triển logistics trên thế giới

Toàn cầu hóa kinh tế thế giới là một quy luật tất yếu của phát triển. Bất kỳ một quốc gia nào hay ngành nghề nào, không phân biệt lớn hay nhỏ, mới hay cũ, muốn tồn tại và phát triển thì cần phải chấp nhận và thay đổi tích cực để tham gia vào xu thế mới này. Toàn cầu hoá làm cho giao thương giữa các quốc gia, các khu vực trên thế giới phát triển mạnh mẽ và đương nhiên sẽ kéo theo những nhu cầu mới về dịch vụ vận tải, kho bãi, các dịch vụ logistics khác. Xu thế mới của thời đại sẽ dẫn đến bước phát triển tất yếu của ngành dịch vụ logistics- logistics toàn cầu.

Vì các tập đoàn, công ty đặt trụ sở và phục vụ cho nhiều thị trường ở các nước khác nhau, nên phải thiết lập hệ thống logistics toàn cầu để cung cấp sản phẩm và dịch vụ theo yêu cầu của khách hàng. Các hệ thống logistics ở các khu vực khác nhau, các quốc gia khác nhau có thể không hoàn toàn giống nhau nhưng tất cả các hệ thống logistics đều có điểm chung là sự kết hợp khéo léo, khoa học, chuyên nghiệp chuỗi các hoạt động như: marketing, sản xuất, tài chính, vận tải, thu mua, dự trữ, phân phối...để đạt được mục đích phục vụ khách hàng tối đa với chi phí tối thiểu.

Toàn cầu hoá nền kinh tế càng sâu rộng thì tính cạnh tranh lại càng gay gắt trong mọi lĩnh vực của cuộc sống. Trong lĩnh vực logistics cũng như vậy, để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng, thì ngày càng nhiều nhà cung cấp dịch vụ logistics ra đời và cạnh tranh quyết liệt với nhau. Để đáp

ứng nhu cầu cung ứng nguyên vật liệu, phân phối sản phẩm người ta luôn phải cân nhắc: Tự làm hay đi mua dịch vụ? mua của ai? Do đó, 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 mình, như: Procter&Gamble, Spokane Company... thì tất cả các công ty vận tải, giao nhận cũng nhanh chóng chớp thời cơ phát triển và trở thành những nhà cung cấp dịch vụ logistics hàng đầu thế giới với hệ thống logistics toàn cầu như: Maersk Logistics, NYK Logistics, APL Logistics...

Sử dụng nhà cung cấp dịch vụ logistics là một xu hướng khá thịnh hành vì họ 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 trong kho, thực hiện các đơn đặt hàng, tạo thêm giá trị gia tăng cho hàng hoá bằng cách lắp đặt, kiểm tra chất lượng trước khi gửi đi, đóng gói bao bì, ghi ký mã hiệu, dán nhãn, phân phối cho các điểm tiêu thụ, làm thủ tục xuất nhập khẩu...

Cách mạng trong lĩnh vực công nghệ thông tin đã làm thay đổi sâu sắc bộ mặt của nhiều ngành, nhiều lĩnh vực(trong đó có dịch vụ logistics) và toàn thể xã hội. Chính nhờ những tiến bộ của công nghệ thông tin mà logistics đã phát triển lên một nấc thang mới. Giờ đây chỉ cần ngồi tại một trung tâm logistics, nhờ mạng máy tính bạn có thể biết được hàng của mình đang ở đâu? Trong tình trạng thế nào? Và nhờ những công nghệ thông tin bạn có thể tiết kiệm một tài khoản chi phí đáng kể trong hoạt động logistics. Trong bối cảnh nêu trên, các nhà cung cấp dịch vụ logistics trên thế giới đang tích cực phấn đấu phát huy những điểm mạnh, khắc phục những điểm yếu của riêng mình để nắm bắt cơ hội, vượt qua thử thách. Mỗi công ty logistics sẽ có những chiến lược phát triển cho riêng mình, nhưng tựu chung lại theo những hướng chính sau:

- Phát triển các dịch vụ làm tăng giá trị gia tăng.
- Đẩy mạnh hoạt động marketing Logistics.

- Không ngừng làm mới các hoạt động logistics.
- Thiết kế mạng lưới phân phối ngược, thực hiện quản lý việc trả lại hàng cho nhà phân phối, nhà sản xuất hoặc người bán hàng.
- Phát triển mạnh thương mại điện tử, coi đây là một bộ phận quan trọng của logistics.
- Ứng dụng những thành tựu mới của công nghệ thông tin.
- Không ngừng cải tiến bộ máy quản lý, tích cực đào tạo nhân viên trong công ty logistics.

2. Yêu cầu hội nhập kinh tế quốc tế trong lĩnh vực logistics

Hội nhập kinh tế quốc tế là một bước tiến quan trọng trong quá trình toàn cầu hóa. Hội nhập kinh tế quốc tế mang đến cho logistics sự thuận lợi phát triển xứng tầm quốc tế nhưng cũng không ít những yêu cầu được đặt ra mà Việt Nam nếu muốn đứng trong hàng ngũ quốc tế phải vượt qua được. Các doanh nghiệp logistics Việt Nam cần phát triển hơn nữa để có thể trở thành những nhà cung cấp logistics tích hợp (Intergrated logistics), chuỗi cung ứng xanh (Green supply chain), chuỗi cung ứng an toàn (Supply chain security) [14].

Logistics tích hợp tuy chưa phổ biến tại Việt Nam nhưng lại là yêu cầu của nhiều doanh nghiệp nước ngoài tại Việt Nam. Từ trước đến nay nhu cầu dịch vụ logistics tích hợp đã trở thành một xu hướng quan trọng. Chính vì thế 3PL được coi là công ty có thể cung cấp dịch vụ “trọn gói”, “toàn diện” và “one-stop shopping” trong tích hợp quy trình, con người, công nghệ và dịch vụ.

Chuỗi cung ứng rõ ràng ngày càng xanh hơn, và điều này đang trở thành xu hướng thời thượng, hay còn gọi xu hướng “đang quay về với thiên nhiên”. 86% người sử dụng 3PL cho rằng chuỗi cung ứng xanh hơn là một xu hướng quan trọng trong tương lai. Khi mà nhân tố “xanh” đang trở thành nhân

tổ quan trọng thì việc dựa vào các 3PL để làm xanh chuỗi cung ứng của mình là yếu tố quan trọng bao gồm “xanh hóa” hoạt động vận tải, phân phối, kho

bãi. Nhưng cũng thật là khó để giải quyết làm sao vừa xanh hóa chuỗi cung ứng vừa làm sao giảm chi phí, tăng doanh số, và cải thiện môi trường.

Nếu như đối với chính phủ an toàn chuỗi cung ứng là ngăn ngừa khủng bố, còn đối với các công ty thì an toàn chuỗi cung ứng lại là tình trạng mất cắp. Tuy nhiên trong bối cảnh môi trường ngày càng thay đổi chóng mặt thì các công ty cần phải tập trung nhiều hơn vào phòng ngừa các rủi ro tiềm tàng khác nữa mà có thể gây ra đổ vỡ chuỗi cung ứng: các đe dọa an toàn khác, rủi ro thiên tai, rủi ro đóng cửa hoạt động vận tải và cảng biển, sản phẩm giả mạo,...

3. Đánh giá chung các cam kết của Việt Nam trong lĩnh vực logistics

Căn cứ vào phụ lục về các cam kết của Việt Nam trong lĩnh vực logistics thì nhìn chung ta đã đạt mức tự do hóa có ý nghĩa với một lộ trình hợp lý đối với các phân ngành hỗ trợ cho dịch vụ logistics. Ta cũng đã đạt được mức độ bảo hộ cần thiết đối với một số ngành/phân ngành dịch vụ nhạy cảm (dịch vụ chuyển phát, dịch vụ phân phối, dịch vụ vận tải đường sắt và vận tải đường bộ nội địa,...). Một số phân ngành dịch vụ mà Việt Nam có lợi thế cung cấp như dịch vụ xếp dỡ container với hàng hóa vận chuyển đường biển, đại lý kho bãi và đại lý vận tải hàng hóa, dịch vụ thông quan,.. ta đặt hạn chế vốn góp nước ngoài không vượt quá 50% (tỷ lệ khống chế) hoặc đặt ra lộ trình cho phép tăng vốn góp của phía nước ngoài từ 5-7 năm. Riêng trong nội bộ ASEAN, thời hạn 2013 đã được đặt ra để tự do hóa hầu hết các phân ngành chủ yếu trong dịch vụ logistics. Bước tiến đáng kể trong tự do hóa dịch vụ logistics trong ASEAN được thể hiện trong phân ngành dịch vụ vận tải hàng hóa bằng đường hàng không (dự kiến sẽ được tự do hóa hoàn toàn vào năm 2008). Tới thời điểm này ta có thể đưa ra một số nhận định sơ bộ dựa trên phụ lục về các cam kết của Việt Nam trong lĩnh vực logistics như sau:

- Dịch vụ vận tải đường biển

Nhiều nước trên thế giới dè dặt khi tiến hành tự do hóa dịch vụ vận tải biển. Một số nước cho rằng tự do hóa dịch vụ vận tải biển là một “con dao hai

lười”. Nếu cho phép tự do hóa quá nhanh thông qua cho phép xây dựng một thị trường vận tải biển thực sự cạnh tranh với sự tham gia của nhiều loại hình doanh nghiệp, kể cả các nhà vận tải nước ngoài thì có thể sẽ giúp làm giảm chi phí vận tải nhưng lại gây ảnh hưởng nghiêm trọng tới lâu dài nền kinh tế sẽ phụ thuộc vào các nhà vận tải biển nước ngoài. Ngược lại, nếu bảo hộ ngành vận tải biển quá mức thì chi phí vận tải sẽ rất cao làm giảm sức cạnh tranh của hàng hóa quốc gia trên thị trường thế giới.

Cho tới nay, Việt Nam đã cho phép thành lập 14 công ty liên doanh vận tải biển và container với vốn góp của nước ngoài khá linh hoạt. Dù trên thực tế một số hãng vận tải biển nước ngoài đã bước đầu tham gia vào thị trường vận tải Việt Nam trong ASEAN, WTO còn tương đối chặt chẽ. Chẳng hạn, đối với phương thức cung cấp qua biên giới (Mode 1), ta chưa cam kết trong khi đây là phương thức cung cấp phổ biến và thực sự cần thiết cho hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa và chiếm tỷ trọng lớn. Đối với phương thức cung cấp hiện diện thương mại (Mode 3), cho tới 2009, Việt Nam mới cho phép thành lập công ty liên doanh với vốn góp của nước ngoài dừng ở mức 49%.

- Dịch vụ vận tải đường bộ

Đây là ngành dịch vụ có mức độ mở cửa khá cao và là loại hình vận tải năng động nhất hiện nay tại Việt Nam. Cho đến nay đã có trên 20 liên doanh vận tải đường bộ được cấp phép hoạt động, tạo ra một thị trường đầy cạnh tranh. Điều đáng chú ý vốn góp của phía nước ngoài trong một số liên doanh đã được đẩy lên trên mức 51% tức là mức trần quy định trong các cam kết quốc tế của ta. Trong cam kết gia nhập WTO, ta cho phép phía nước ngoài được thành lập liên doanh với nhà vận tải đường bộ Việt Nam với vốn góp của nước ngoài không quá 51% kể từ năm 2010. Có thể nói chính sách của ta trong lĩnh vực vận tải đường bộ cùng với chính sách cho phép các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế trong nước được cạnh tranh khá bình

đăng đã góp phần phát triển nhanh vận tải bộ trong thập kỷ qua.

- Dịch vụ vận tải đường sắt

Trước thời điểm ta gia nhập WTO, ngành dịch vụ này thuộc độc quyền Nhà nước. Chủ trương phát triển của ngành đường sắt trong một thời gian dài vẫn là tập trung nâng cao sức cạnh tranh với các loại hình vận tải khác, chưa lo cạnh tranh với các nhà vận tải nước ngoài. Tuy nhiên trong cam kết gia nhập WTO, ta đã cho phép nước ngoài tham gia liên doanh với đối tác Việt Nam với vốn góp tối đa đạt 49%, nhưng không cam kết về dành đối xử quốc gia. Do ngành vận tải đường sắt đòi hỏi phải có mức độ đầu tư khá lớn về cơ sở hạ tầng cung cấp dịch vụ nên dự kiến trong ngắn hạn chưa có sự tham gia của các dịch vụ này cũng như tương tự như các loại hình dịch vụ vận tải nội địa khác.

- Dịch vụ vận tải hàng không

Ngành hàng không Việt Nam đang phát triển theo hướng giảm dần độc quyền, tạo môi trường cạnh tranh để nâng cao chất lượng phục vụ. Hiện nay, Việt Nam có 4 hãng hàng không trong nước bao gồm Việt Nam Airlines, Pacific Airlines, VASCO và SFC đang cung cấp dịch vụ. Về dịch vụ vận chuyển hàng hóa và hành khách trên các tuyến nội địa, các hãng hàng không nước ngoài chưa được phép tham gia mà hoàn toàn do các hãng hàng không trong nước thực hiện.

Tuy nhiên, đối với các tuyến vận chuyển quốc tế, các hãng hàng không nước ngoài được tham gia khá tự do và cạnh tranh rất mạnh với các hãng hàng không trong nước. Trong khuôn khổ cam kết quốc tế, dịch vụ vận chuyển hàng hóa và hành khách (thương quyền) chưa được vào phạm vi điều chỉnh ở phạm vi đa phương mà vẫn thuộc phạm vi của các hiệp định song phương. Những dịch vụ chính được cam kết là dịch vụ tiếp thị và bán sản phẩm hàng không, dịch vụ đặt giữ chỗ máy tính và dịch vụ sửa chữa và bảo dưỡng máy bay. Đối với các dịch vụ này, ta hiện nay cam kết rất thông thoáng

khi cho phép các hãng hàng không nước ngoài có hiệp định song phương được tự do cung cấp dịch vụ này với điều kiện sử dụng hệ thống mạng của Việt Nam.

- Nhóm ngành dịch vụ hỗ trợ vận tải

Trên thực tế, ta chưa mở cửa nhiều cho các doanh nghiệp nước ngoài tham gia cung cấp dịch vụ này. Các dịch vụ hỗ trợ vận tải chủ yếu do các doanh nghiệp Việt Nam đảm nhiệm. Dù vậy, đã có một số công ty liên doanh trong lĩnh vực giao nhận, sửa chữa phương tiện vận tải được thiết lập và đi vào hoạt động có hiệu quả. Tuy nhiên, theo cam kết của ta khi gia nhập WTO, ta đã mở cửa có lộ trình một số phân ngành dịch vụ hỗ trợ vận tải với mục đích đa dạng hóa thành phần doanh nghiệp tham gia thị trường và giúp các doanh nghiệp Việt Nam thêm cơ hội học hỏi và nâng cao chất lượng dịch vụ.

- Nhóm các ngành dịch vụ khác

Đối với một số phân ngành dịch vụ khác mang tính bổ trợ trong ngành dịch vụ logistics như dịch vụ phân tích và kiểm định kỹ thuật, dịch vụ máy tính và dịch vụ liên quan tới máy tính, dịch vụ tư vấn quản lý, Việt Nam đã cho phép thành lập liên doanh với vốn nước ngoài ngay từ thời điểm gia nhập. Riêng với dịch vụ tư vấn quản lý và dịch vụ máy tính, ta còn cho phép doanh nghiệp nước ngoài mở chi nhánh từ năm 2010, nhưng chỉ dành đối xử quốc gia với điều kiện giám đốc chi nhánh phải là người cư trú tại Việt Nam. Đây là những phân ngành dịch vụ ta khuyến khích sự tham gia của phía nước ngoài để định hướng sự phát triển của thị trường trong nước cũng như học hỏi được những kinh nghiệm, kỹ năng quản lý và cung cấp dịch vụ ở trình độ cao của các doanh nghiệp nước ngoài.

II. GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN CHO DỊCH VỤ LOGISTICS TẠI VIỆT NAM

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 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.

Ở Việt Nam hoạt động của các dịch vụ logistics đã được điều chỉnh bởi luật Thương mại Việt Nam năm 2005 với 8 điều (từ điều 233 đến điều 240) quy định về dịch vụ logistics. 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 hoá 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 kiện kinh doanh vận tải biển đã được sửa đổi 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 125/2003/NĐ-CP ngày 29/10/2003 về vận tải đa phương thức để phù hợp với tình hình hiện nay sau khi Việt Nam gia nhập WTO; 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 có 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, luật đường sắt ... để có một bộ luật khá đầy đủ cho hoạt động vận tải nói chung và phát triển dịch 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 hoá 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 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 kí điện tử và chữ kí số hoá, 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 hoá.

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

1.2 Cần có một cơ quan quản lý dịch vụ logistics

Tất cả các lĩnh vực đều cần có một cơ quan giám sát quản lý để tránh tình trạng ô ạt, rối ren và không hiệu quả. Ngành dịch vụ logistics cũng vậy, với tính chất nhiều giai đoạn, đòi hỏi sự phối hợp có hệ thống thì lại càng cần một cơ quan để quản lý hơn. Bởi vậy Bộ Giao thông vận tải, Bộ Công thương... cần phối hợp chỉ đạo thành lập một cơ quan quản lý dịch vụ logistics để tạo tính minh bạch, thông suốt cho hoạt động logistics. Nhiệm vụ của cơ quan quản lý sẽ gồm có:

- Xét đăng ký và cấp phép cho người kinh doanh dịch vụ logistics
- Nghiên cứu và đề xuất các qui định pháp luật điều chỉnh hoạt động logistics cũng như các vấn đề 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 áp dụng trong hoạt động logistics.

- Hoạch định chính sách và đề xuất các biện pháp phát triển dịch vụ logistics của Việt Nam trong điều kiện hội nhập.

- Đề xuất việc đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng cho dịch vụ 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 trong khu vực và thế giới trong việc phát triển dịch vụ logistics.

1.3 Thực hiện tự do hóa hoạt động logistics theo lộ trình vào 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 chúng ta 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. Chúng ta 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.

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 hoá 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 đường bộ, hiện đại hoá 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**

Chúng ta 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 hoá 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 kĩ 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 hoá trong cảng cũng như phương tiện vận chuyển hàng hoá 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 hoá, 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, chúng ta 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 có 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 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 hoá 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 hoá, trẻ hoá và chuyên dụng hoá. 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 cho 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**

Chúng ta 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 hoá đi và đến Việt Nam.

2.2 Đầu tư phát triển hạ tầng công nghệ thông tin

Hạ tầng thông tin là một yếu tố quan trọng thúc đẩy sự phát triển có hiệu quả của các dịch vụ logistics ở nhiều quốc gia trên thế giới. Cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin để phục vụ cho phát triển dịch vụ logistics bao gồm: mạng lưới thông tin phục vụ sản xuất kinh doanh, trao đổi dữ liệu điện tử, hệ thống Internet...

Trước hết nhà nước cần đẩy nhanh việc thiết lập hệ thống trao đổi dữ liệu điện tử-công nghệ đang áp dụng trong kinh doanh. Cần chuẩn 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.

Để phát triển hệ thống Internet, chính phủ cần có kế hoạch đẩy mạnh hiện đại hoá hệ thống truyền thông, gia tăng tốc độ đường truyền...đảm bảo thông tin được truyền đi nhanh chóng, tạo điều kiện thuận lợi cho dịch vụ logistics nâng cao hiệu quả cung ứng cho các doanh nghiệp.

Có một hạ tầng công nghệ thông tin hiện đại là điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp cung ứng dịch vụ logistics, đặc biệt là trong lĩnh vực giao nhận vận tải. Điều này giúp giảm được chi phí đồng thời nâng cao chất lượng dịch vụ cung ứng cho khách hàng, từ đó nâng cao được sức cạnh tranh của các dịch vụ logistics và các doanh nghiệp cung ứng dịch vụ logistics Việt Nam.

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

Với một nguồn nhân lực chắp vá, vừa thiếu lại vừa yếu, chúng ta sẽ không có nổi một cơ hội để cạnh tranh bình đẳng với các đối thủ đến từ những hãng vận tải lớn và danh tiếng của nước ngoài đang xuất hiện ngày càng nhiều ở nước ta. Có thể khẳng định tính cấp thiết của việc đào tạo, phát triển nguồn nhân lực cung cấp cho dịch vụ logistics hàng hải quốc tế. Nhiệm vụ trọng tâm trước mắt của chúng ta 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 nghiệp kinh doanh logistics của chúng ta vốn còn đang rất nhỏ lẻ và thiếu kinh nghiệm “chiến trường”.

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 hiện thực hóa 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 ngoại thương. 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.

3. Về phía người cung cấp và người sử dụng

3.1 Nâng cao năng lực và khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ logistics

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 mà tốt, giá cả hợp lý thì chắc chắn chúng ta 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. 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. Đối với các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ logistics nói chung và đặc biệt trong lĩnh vực hàng hải nói riêng, để có thể cung cấp dịch vụ logistics theo đúng nghĩa, các doanh nghiệp Việt Nam cần phải:

- 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 hóa, theo dõi quá trình vận chuyển hàng hóa, 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.

Trong 10 năm tới, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam được dự báo sẽ đạt tới con số 200 tỷ USD/năm, đến năm 2010, dự báo hàng container qua hệ thống cảng biển Việt Nam đạt 3,6 – 4,2 triệu TEU và đến năm 2020 là 6 – 7,7 triệu TEU, do đó mà tiềm năng phát triển của dịch vụ logistics của Việt Nam là rất lớn. Dự đoán, trong tương lai không xa, dịch vụ cung cấp logistics sẽ trở thành ngành kinh tế quan trọng, có thể đóng góp tới 15% GDP của cả nước [24]. Ngoài ra, dịch vụ logistics cũng tác động đến khả năng cạnh tranh của hàng hóa Việt Nam, của các doanh nghiệp và của toàn bộ nền kinh tế. Thêm vào đó, việc gia nhập WTO cũng đem lại cho các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ logistics một sân chơi mới với nhiều thách thức và cơ hội, hơn bao giờ hết đòi hỏi nỗ lực của bản thân các doanh nghiệp và sự hỗ trợ của Nhà nước, các bộ, ngành liên quan...

3.2 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 vi 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.

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

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 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 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 để 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.

Cụ thể hơn chúng ta có thể học hỏi từ mô hình của liên minh Thai Logistics Alliance (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 [36]. Rõ ràng để làm được điều này đòi hỏi phải có một cơ chế hợp tác 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 là 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 đối tác, cung cấp dịch vụ logistics hoàn chỉnh hơn.

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

Các hiệp hội ngành nghề 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.

Theo bài phát biểu của chủ tịch Hiệp hội VIFFAS tại hội nghị thường niên của Hiệp hội Cảng biển Việt Nam tổ chức tại Nha Trang, tháng 9 năm 2008 thì Hiệp hội Giao nhận kho vận Việt Nam (VIFFAS) dự kiến sẽ đổi tên thành Hiệp hội Logistics Việt Nam. Điều này sẽ tạo điều kiện thúc đẩy hoạt động logistics phát triển.

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 tăng cường hợp tác trong việc trao đổi thông tin có liên quan tới các hoạt động xếp dỡ hàng hóa của cảng, các thủ tục giao nhận hàng hóa của cảng, các loại giá dịch vụ của cảng biển, thời gian tàu đến, rời cảng, việc điều động phương tiện vận tải giao nhận hàng nhằm tránh ùn tắc tại cảng, các thông tin về hàng hóa và giao nhận kho vận, thông tin về các cảng biển và các công ty giao nhận kho vận... Hợp tác trong việc bảo đảm an ninh hàng hóa và cảng biển vì việc mất cắp containers vẫn là một vấn đề nan giải đối với các doanh nghiệp giao nhận vận tải. Hợp tác trong vấn đề đào tạo về dịch vụ

logistics. Sự hợp tác có hiệu quả giữa hai Hiệp hội và đặc biệt là từng hội viên của hai Hiệp đóng một vai trò quan trọng trong việc phát triển dịch vụ logistics trong thời gian tới, góp phần vào việc xây dựng Việt Nam thành một trung tâm dịch vụ logistics của khu vực và thế giới.

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

Nếu như từ trước tới giờ chiến lược marketing và xây dựng thương hiệu (branding strategy) 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 mới chỉ 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 hóa được quy trình, tiết kiệm chi phí và thời gian.

- Đa dạng hóa 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 ra để 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 thỏa 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

Dịch vụ logistics là một trong 11 ngành dịch vụ mà Việt Nam mở cửa khi hội nhập kinh tế khu vực và thế giới. Tuy còn khá mới mẻ đối với các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh của Việt Nam nhưng trong thời gian qua các dịch vụ logistics cũng đã thể hiện vai trò và tác dụng quan trọng của nó trong hoạt động sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh nói riêng và nền kinh tế quốc dân nói chung khi nó đóng góp đến 15% vào tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam.

Trong thời gian qua, dịch vụ logistics của Việt Nam tuy còn khá mới mẻ nhưng 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, qui mô nhỏ; nguồn nhân lực vừa thiếu vừa yếu, chưa có 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 chồng 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 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 kĩ 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...; ứng dụng 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 các khó khăn và thách thức trong thời gian tới sẽ đưa ngành dịch vụ logistics của 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, từ đó góp phần đưa nền kinh tế xã hội nước ta ngày càng phát triển.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

I. TÀI LIỆU TIẾNG VIỆT

1. PGS.TS. Nguyễn Hồng Đàm (2005), *Vận tải và giao nhận trong ngoại thương*, NXB Lý luận Chính trị.
2. PGS.TS. Nguyễn Như Tiến (2004), *Logistics và khả năng áp dụng, phát triển Logistics trong các doanh nghiệp kinh doanh vận tải giao nhận ở Việt Nam*, NXB Giao thông vận tải.
3. PGS.TS. Đoàn Thị Hồng Vân (2006), *Quản trị Logistics*, NXB Thống kê.
4. Ban công tác về gia nhập WTO của Việt Nam, *Biểu cam kết cụ thể về dịch vụ*.
5. *Báo cáo phân tích ngành vận tải biển, Công ty cổ phần chứng khoán*
6. Bộ phận Nghiên cứu và Tư vấn – Công ty SCM (2008), *Kết quả khảo sát về logistics năm 2008: Đánh giá hiệu quả sử dụng dịch vụ logistics và xu hướng tương lai tại Việt Nam*.
7. *Luật Thương Mại Việt Nam 2005*.
8. Nghị định của Chính Phủ số 140/2007/NĐ – CP (05/09/2007), *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*.
9. Thời báo kinh tế Sài Gòn (số 18/2008).

II. TÀI LIỆU TIẾNG ANH

10. Cas Brentjens – Director of Supply Chain Solutions, Infor, *Global logistics Trend*.

11. DE International The German Chamber Network, *Singapore - Logistics Industry*.
12. Douglas M. Lambert, Jame R.Stoct, David Grant & Lisa M.Ellram, *Fundamentals of Logistics Management*.
13. Donald Warter, *Global logistics: New Direction in Supply Chain Management*.
14. Capgemini, Georgia Institute of Techonology, Oracle & DHL, *The state of Logistics Outsourcing 2008 Third-party logistics*.

III. TÀI LIỆU TRÊN INTERNET

15. [Việt Dũng, Bức tranh âm đạm của hàng không Việt Nam](http://ca.cand.com.vn/News/PrintView.aspx?ID=104926)
<http://ca.cand.com.vn/News/PrintView.aspx?ID=104926>
16. Vũ Đăng Dương, Bức tranh cảng biển 2009
<http://www.thesaigontimes.vn/Home/dothi/hatang/14370/>
17. [Phước Hà, Cảng biển hấp dẫn nguồn vốn lớn nước ngoài](http://www.seameco.com.vn/vn/Tin-Tuc-Su-Kien/Loai-Tin-Tuc-1/Cang-Bien-Hap-Dan-Nguon-Von-Lon-Nuoc-Ngoai/)
<http://www.seameco.com.vn/vn/Tin-Tuc-Su-Kien/Loai-Tin-Tuc-1/Cang-Bien-Hap-Dan-Nguon-Von-Lon-Nuoc-Ngoai/>
18. [Hoàng Nhân, Đầu tư hạ tầng hàng không: Dàn trải, chấp vá](http://www.nld.com.vn/193208P0C1014/dau-tu-ha-tang-hang-khong-dan-trai-chap-va.htm)
<http://www.nld.com.vn/193208P0C1014/dau-tu-ha-tang-hang-khong-dan-trai-chap-va.htm>
19. [Dương Hằng Nga, Nâng cao năng lực cạnh tranh](http://www.giaothongvantai.com.vn/Desktop.aspx/News/Tin-noi-bat/LOGISTICS_Viet_Nam-Nang_cao_nang_luc_canh_tranh/)
http://www.giaothongvantai.com.vn/Desktop.aspx/News/Tin-noi-bat/LOGISTICS_Viet_Nam-Nang_cao_nang_luc_canh_tranh/
20. [Lan Ngọc, Logistics và nỗi lo mất thị phần](http://www.ncseif.gov.vn/Default.aspx?mod=News&cat=16&nid=6774)
<http://www.ncseif.gov.vn/Default.aspx?mod=News&cat=16&nid=6774>

21. Đỗ Xuân Quang, Nguồn nhân lực ngành logistics tại Việt Nam
<http://www.saga.vn/Nguonnhanluc/Phattrien/Phattriennghenghiiep/4415.saga>

22. La Quang Trí, Logistics Việt Nam hội nhập
http://laquang.info/home/forum_thread_13_Logistics-Via%BB%87t-Nam-ha%BB%99i-nha%BA%ADp.html
23. PGS.TS. Đoàn Thị Hồng Vân, Phát triển hiệu quả dịch vụ logistics
<http://www.ueh.edu.vn/tcptkt/ptkt2006/thang08-06/doanthihongvan.htm>
24. Bài toán logistics tại Việt Nam
<http://www.saga.vn/Chuoigiatri/Xuatnhapkhau/8460.saga>
25. China Logistics Industry Report, 2007-2008
<http://www.researchinchina.com/Report/Logistics/5426.html>
26. Dịch vụ logistics Việt Nam- mới giới hạn ở thị trường nội địa?
http://www.bdlog.com.vn/?portal=news&page=news_detail&id=15
27. Doanh nghiệp logistics Việt Nam: Vẫn mạnh mún và chụp giật
<http://tgvn.com.vn/Story.aspx?lang=vn&zoneparent=0&zone=4&ID=4728>
28. Đồng loạt ký 4 dự án vốn vay ODA Nhật Bản
<http://www.baovietnam.vn/kinh-te/164393/11/Dong-loat-ky-4-du-an-von-vay-ODA-Nhat-Ban>
29. Đường sắt xuyên Á nối liền vào năm 2015
<http://vietnamnet.vn/kinhte/2006/11/638145/>
30. Nâng cao năng lực cạnh tranh
http://www.giaothongvantai.com.vn/PortletBlank.aspx/B9AEC43600C04FC1A9EDB9D971622226/View/Tin-noi-bat/LOGISTICS_Viet_Nam-Nang_cao_nang_luc_canh_tranh/?print=627602400

31. Nâng cao năng lực cạnh tranh của Logistics Việt Nam hậu WTO: Bắt đầu từ đâu?

<http://www.sggp.org.vn/kinhte/2007/10/124877/>

32. Ngành công nghiệp logistics- Trước những cơ hội lớn

<http://www.vinamaso.net/forum/viewtopic.php?f=192&t=482>

33. Nhân lực cho ngành logistics: Chấp vá

http://www.giaothongvantai.com.vn/Desktop.aspx/News/van-tai/Nhan_luc_cho_nganh_logistics_Chap_va/

34. Nhân lực ngành logistics: Thiếu trầm trọng

<http://www.laodong.com.vn/Home/Nhan-luc-nganh-logistics-Thieu-tram-trong/20075/37496.laodong>

35. Phát triển hệ thống cảng biển Việt Nam và những công nghệ mới

<http://khcn.mt.gov.vn/default.asp?param=category&catid=37&subcatid=48&ArticleID=150>

36. SMEs join forces to form the Thai Logistics Alliance

http://nationmultimedia.com/2007/10/11/business/business_30052057.php

37. Thị trường Logistics: Doanh nghiệp Việt Nam ra rìa

<http://www.vietship.vn/showthread.php?t=327>

38. Vai trò của logistics trong phát triển kinh tế hàng hải

<http://www.vinamarine.gov.vn/MT/Detail.aspx?id=a240133d-367c-4305-bd15-966072bc516a&CatID=127&NextTime=06/10/2008%2016:13&PubID=8>

PHỤ LỤC

Các cam kết của Việt Nam trong lĩnh vực logistics

Trong khuôn khổ hợp tác kinh tế ASEAN, các nước thành viên đã nhất trí xây dựng Lộ trình Hội nhập nhanh ngành dịch vụ logistics trong ASEAN để ký kết tại Hội nghị Không chính thức các Bộ trưởng Kinh tế ASEAN (AEM Retreat) vào tháng 5/2007. Việt Nam được cử làm nước điều phối chung về xây dựng Lộ trình này. Tháng 8/2006 và tháng 1/2007, Việt Nam đã tổ chức hai Hội nghị Tham vấn ASEAN về logistics tại Hà Nội với sự tham gia rộng rãi của đại diện các nước ASEAN, giới doanh nghiệp và các học giả liên quan trong khu vực. Trong ASEAN, bản dự thảo Lộ trình Hội nhập nhanh ngành logistics đã được thảo luận tại các diễn đàn khác nhau như Hội nghị các Quan chức kinh tế cao cấp (STOM), Hội nghị các Quan chức Cao cấp về viễn thông (TELSOM) và các Ủy ban chức năng của ASEAN như Ủy ban điều phối về Hải quan (CCC), Ủy ban điều phối về dịch vụ (CCS). Hiện nay, Việt Nam phối hợp với Ban Thư ký ASEAN đã tổng hợp lấy ý kiến của các nước, các nhóm công tác để hoàn chỉnh dự thảo lần 3 (dự thảo cuối cùng) của Lộ trình Hội nhập nhanh ngành dịch vụ logistics.

Theo nội dung của dự thảo lần 3 của Lộ trình Hội nhập nhanh ngành dịch vụ logistics trong ASEAN, thời hạn cuối cùng để tự do hóa các phân ngành thuộc dịch vụ logistics là năm 2013, nhưng phương pháp tiếp cận để xử lý vấn đề tự do hóa sẽ được thảo luận và thống nhất trong khuôn khổ Ủy ban điều phối về dịch vụ ASEAN (CCS). Xét về phạm vi, hoạt động logistics trong ASEAN được coi là gồm 11 phân ngành sau:

1. Dịch vụ xếp dỡ hàng hóa trong vận tải biển (có mã phân loại trong Bảng phân loại các hàng hóa và dịch vụ chủ yếu của Liên Hợp Quốc là 741-CPC 741)

2. Dịch vụ kho bãi (CPC 742)
3. Dịch vụ đại lý vận tải hàng hóa (CPC 748)
4. Các dịch vụ hỗ trợ khác (CPC 749)
5. Dịch vụ chuyển phát (CPC 7512**)
6. Dịch vụ đóng gói (CPC 876)
7. Dịch vụ thông quan (không có trong phân loại của CPC)
8. Dịch vụ vận tải hàng hóa quốc tế bằng đường biển, loại trừ vận tải ven bờ
9. Dịch vụ vận tải hàng không (được đàm phán trong khuôn khổ Hội nghị các Quan chức Cao cấp về vận tải trong ASEAN)
10. Dịch vụ vận tải đường sắt quốc tế (CPC 7112)
11. Dịch vụ vận tải đường bộ quốc tế (CPC 7213)

Như vậy, theo các khái niệm của các tổ chức, diễn đàn khác nhau có khá nhiều các yếu tố cấu thành nên dịch vụ logistics. Căn cứ trên các yếu tố chung nhất, ta có thể nêu bức tranh tổng thể về cam kết quốc tế của Việt Nam trong lĩnh vực logistics như sau:

1. Dịch vụ vận tải:

1.1. Dịch vụ vận tải biển: Việt Nam có cam kết trong 2 phân ngành vận tải hành khách và vận tải hàng hóa (trừ vận tải nội địa)

-Phương thức 1 (Cung cấp qua biên giới): Ta chưa cam kết, chỉ không hạn chế với hàng hóa vận tải quốc tế

-Phương thức 2 (Tiêu dùng nước ngoài): Không hạn chế.

-Phương thức 3 (Hiện diện thương mại): Đến năm 2009, các nhà cung cấp dịch vụ nước ngoài được thành lập liên doanh vận tải thành đội tàu treo cờ Việt Nam với vốn góp không qua 49% vốn pháp định của liên doanh. Thuyền viên nước ngoài được làm việc trên các tàu treo cờ Việt Nam hoặc đăng ký ở Việt Nam thuộc sở hữu của các doanh nghiệp liên doanh tại Việt

Nam nhưng tổng số không vượt quá $\frac{1}{3}$ định biên của tàu. Thuyền trưởng hoặc thuyền phó thứ nhất phải là công dân Việt Nam. Đối với các loại hình

công ty khác, ngay sau khi gia nhập, mức vốn góp cam kết là 51%, 2012 là 100%. Số lượng liên doanh được thành lập vào thời điểm gia nhập không vượt quá 5. Sau đó, cứ hai năm một sẽ cho phép thêm 3 liên doanh. Sau 5 năm kể từ khi gia nhập (đến năm 2012), không hạn chế số lượng liên doanh.

-Phương thức 4 (Hiện diện của thể nhân): Chưa cam kết.

1.2. Vận tải đường thủy nội địa gồm hai phần ngành là vận tải hành khách và vận tải hàng nội địa

-Phương thức 1: Chưa cam kết.

-Phương thức 2: Không hạn chế

-Phương thức 3: Chỉ cho phép thành lập liên doanh với vốn góp không vượt quá 49% vốn pháp định

-Phương thức 4: Chưa cam kết

1.3. Vận tải hàng không gồm 3 phân ngành bán và tiếp thị sản phẩm hàng không, đặt, giữ chỗ bằng máy tính, bảo dưỡng và sửa chữa máy bay.

-Dịch vụ bán và tiếp thị sản phẩm hàng không: Phương thức 1 và 2: Không hạn chế. Trong phương thức 3, các hãng hàng không nước ngoài được phép cung cấp dịch vụ tại Việt Nam thông qua văn phòng bán vé của mình hoặc các đại lý tại Việt Nam. Phương thức 4: Chưa cam kết

-Dịch vụ đặt, giữ chỗ bằng máy tính: Phương thức 1, 2, 3 không hạn chế, ngoại trừ nhà cung cấp nước ngoài phải sử dụng mạng viễn thông công cộng dưới sự quản lý của nhà chức trách viễn thông Việt Nam. Phương thức 4: Chưa cam kết

-Dịch vụ bảo dưỡng và sửa chữa máy bay: Phương thức 1 và 2: Không hạn chế. Phương thức 3: Cho phép thành lập liên doanh với vốn góp nước ngoài là 51% kể từ ngày gia nhập. Đến năm 2012 sẽ cho phép thành lập liên doanh 100% vốn nước ngoài.

1.4. Vận tải đường sắt: Phương thức 1 và 4: Chưa cam kết, phương thức 2: Không hạn chế, phương thức 3 cho phép lập liên doanh với vốn góp nước ngoài không quá 49%.

1.5. Vận tải đường bộ: Phương thức 1 và 4 chưa cam kết. Phương thức 2 không hạn chế. Phương thức 3 cho phép hình thức hợp đồng hợp tác kinh doanh hoặc liên doanh trong đó tỷ lệ vốn góp nước ngoài không quá 49%. Sau 3 năm kể từ khi gia nhập, tùy theo nhu cầu thị trường được phép thành lập liên doanh với tỷ lệ vốn góp nước ngoài không vượt quá 51%. 100% lái xe của liên doanh phải là công dân Việt Nam.

2. Dịch vụ hỗ trợ mọi phương thức vận tải:

2.1. Dịch vụ xếp dỡ container: Phương thức 1 và 4: Chưa cam kết. Phương thức 2: Không hạn chế. Phương thức 3: Cho phép thành lập liên doanh với vốn góp nước ngoài không vượt quá 50%.

2.2. Dịch vụ thông quan đối với hàng hóa vận chuyển bằng đường biển: Phương thức 1 và 4: Chưa cam kết. Phương thức 2: Không hạn chế. Phương thức 3: Cho phép thành lập liên doanh với vốn góp nước ngoài không vượt quá 51% kể từ khi gia nhập, đến năm 2012 cho phép thành lập doanh nghiệp 100% vốn nước ngoài.

2.3. Dịch vụ kho bãi công-ten-nơ đối với hàng hóa vận tải bằng đường biển: Phương thức 1 và 4: Chưa cam kết. Phương thức 2: Không hạn chế. Phương thức 3: Cho phép thành lập liên doanh với vốn góp nước ngoài không vượt quá 51% kể từ ngày gia nhập, đến năm 2014 cho phép thành lập doanh nghiệp 100% vốn đầu tư nước ngoài.

2.4. Dịch vụ xếp dỡ công-ten-nơ, trừ dịch vụ cung cấp tại các sân bay: Phương thức 1 và 4 chưa cam kết. Phương thức 2 không hạn chế. Phương thức 3: Cho phép thành lập liên doanh với đối tác nước ngoài không qua 50%.

2.5. Dịch vụ đại lý kho bãi và đại lý vận tải hàng hóa: Phương thức 1 và

4: Chưa cam kết. Phương thức 3: Kể từ ngày gia nhập cho phép thành lập liên

doanh trong đó tỷ lệ vốn nước ngoài không vượt quá 51%. Đến năm 2014 là không hạn chế.

3. Dịch vụ chuyên phát:

Phương thức 1,2: Không hạn chế. Phương thức 3: Trong vòng 5 năm kể từ ngày gia nhập, cho phép thành lập liên doanh với vốn góp nước ngoài tối đa lên tới 51%. Tới năm 2012, cho phép thành lập doanh nghiệp 100% vốn đầu tư nước ngoài. Phương thức 4: Không cam kết.

4. Dịch vụ phân phối:

Về cơ bản, Việt Nam giữ được như BTA, tức là khá chặt so với các nước mới gia nhập. Trước hết, về thời điểm cho phép thành lập doanh nghiệp bán lẻ 100% vốn nước ngoài là như BTA (1/1/2009). Thứ hai, tương tự như BTA, ta không mở cửa thị trường phân phối xăng dầu, dược phẩm, sách báo, tạp chí, băng hình, thuốc lá, gạo, đường và kim loại quý cho nước ngoài. Nhiều sản phẩm nhạy cảm như sắt thép, xi măng, phân bón... ta chỉ mở cửa thị trường phân phối sau 3 năm kể từ ngày gia nhập. Doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài, mở điểm bán lẻ thứ hai trở đi phải được Việt Nam cho phép theo từng trường hợp cụ thể.

Xét về phương thức cung cấp dịch vụ theo quy định của WTO, trong cam kết gia nhập Việt Nam không cam kết phương thức 1 (đồng nghĩa với việc kiểm soát bán lẻ theo đơn đặt hàng qua mạng), trừ phân phối các sản phẩm nhằm phục vụ nhu cầu cá nhân và các chương trình phần mềm máy tính hợp pháp và 4 (không cam kết về việc công dân các nước thành viên WTO vào Việt Nam để phân phối hàng hóa với tư cách cá nhân độc lập), và không hạn chế phương thức 2 (người Việt Nam sang các quốc gia thành viên WTO để sử dụng dịch vụ phân phối do các nhà phân phối của nước đó cung cấp). Trong Báo cáo của Ban Công tác về việc Việt Nam gia nhập WTO, Việt Nam sẽ giành quyền kinh doanh đầy đủ cho các cá nhân và doanh nghiệp nước ngoài (trong đó bao gồm quyền phân phối sản phẩm cho các cá nhân và doanh

nghiệp được phép phân phối sản phẩm đó ở Việt Nam) kể từ ngày 1/1/2007, ngoại trừ một số sản phẩm chịu sự điều chỉnh của cơ chế thương mại nhà nước (thuốc lá, xăng dầu, báo, tạp chí chuyên ngành, băng đĩa hình, tàu vũ trụ, máy bay trực thăng), gạo (cho phép xuất khẩu kể từ ngày 1/1/2011), dược phẩm, phim điện ảnh, lịch bưu thiếp, tem thư, máy in, ra-đa, camera (cho phép nhập khẩu từ 1/1/2009).

5. Dịch vụ máy tính và liên quan tới máy tính:

Việt Nam cam kết không hạn chế trong phương thức 1 và 2. Trong phương thức 3, trong giai đoạn 2007-2009, doanh nghiệp 100% vốn đầu tư nước ngoài chỉ được cung cấp dịch vụ cho các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài tại Việt Nam. Đến năm 2010 doanh nghiệp nước ngoài được phép thành lập chi nhánh để cung cấp dịch vụ tại Việt Nam. Đối xử quốc gia trong Phương thức 3 chỉ được hưởng với điều kiện giám đốc của doanh nghiệp nước ngoài phải cư trú tại Việt Nam. Phương thức 4 ta chưa cam kết.

6. Dịch vụ tư vấn quản lý:

Về diện cam kết, Việt Nam loại trừ dịch vụ trọng tài và hòa giải tranh chấp thương mại giữa các doanh nghiệp và chưa cam kết đối với phân ngành này trong giai đoạn 2007-2010. Đối với Phương thức 1 và 2 ta không hạn chế. Trong Phương thức 3, ta chỉ cho phép các công ty nước ngoài thành lập chi nhánh kể từ năm 2010. Trong giai đoạn 2007-2008, chỉ được thành lập doanh nghiệp dưới hình thức liên doanh hoặc hợp đồng hợp tác kinh doanh. Phương thức 4 ta chưa cam kết.

7. Dịch vụ phân tích và kiểm định kỹ thuật (ngoại trừ việc kiểm định và cấp giấy chứng nhận cho phương tiện vận tải):

Phương thức 1 ta chưa cam kết về tiếp cận thị trường và không hạn chế về đối xử quốc gia. Việt Nam không hạn chế đối với Phương thức 2. Trong phương thức 3, sau 3 năm kể từ khi Việt Nam cho phép các nhà cung cấp dịch vụ tư nhân được tham gia kinh doanh dịch vụ mà trước đó không có sự cạnh tranh

của khu vực tư nhân, cho phép thành lập liên doanh không hạn chế vốn nước ngoài. Sau 5 năm, ta không hạn chế. Việt Nam cũng bảo lưu việc tiếp cận một số khu vực vì lý do an ninh quốc gia. Phương thức 4 ta chưa cam kết.

