

BỘ CÔNG THƯƠNG
VIỆN NGHIÊN CỨU THƯƠNG MẠI

ĐỀ TÀI NGHIÊN CỨU KHOA HỌC CẤP BỘ
MÃ SỐ: 03.08.RDBS

GIẢI PHÁP NHẪM GIẢM THIỂU CHI PHÍ
VẬN TẢI VÀ GIAO NHẬN ĐỐI VỚI MỘT SỐ
MẶT HÀNG XUẤT KHẨU CHỦ LỰC
CỦA VIỆT NAM HIỆN NAY

7155
06/3/2009

HÀ NỘI, 2008

BỘ CÔNG THƯƠNG
VIỆN NGHIÊN CỨU THƯƠNG MẠI

ĐỀ TÀI NGHIÊN CỨU KHOA HỌC CẤP BỘ
MÃ SỐ: 03.08.RDBS

GIẢI PHÁP NHẪM GIẢM THIỂU CHI PHÍ
VẬN TẢI VÀ GIAO NHẬN ĐỐI VỚI MỘT SỐ
MẶT HÀNG XUẤT KHẨU CHỦ LỰC
CỦA VIỆT NAM HIỆN NAY

Cơ quan chủ quản: **Bộ Công Thương**

Cơ quan chủ trì: **Viện nghiên cứu Thương mại**

Chủ nhiệm đề tài: **Ths. Phạm Thị Cải**

Các thành viên: **TS. Nguyễn Thị Nhiều**

ThS. Đỗ Kim Chi

ThS. Hoàng Thị Vân Anh

ThS. Lê Huy Khôi

CN. Hoàng Thị Hương Lan

CN. Phạm Hồng Lam

HÀ NỘI, 2008

DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT

ASEAN	Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á
AFTA	Khu vực mậu dịch tự do ASEAN
CIF	Cost, Insurance and Freight (Incoterm) - Giao hàng xuống khởi lan can tàu tại cảng dỡ hàng quy định
FOB	Free on Board (Incoterm) - Giao hàng qua khởi lan can tàu tại cảng bốc hàng quy định hàng giành được quyền vận chuyển
DWT	Trọng tải toàn phần (tàu biển)
EDI	Hệ thống trao đổi dữ liệu điện tử
E -Logistics	Logistics điện tử
EU	Liên minh Châu Âu
GDP	Tổng sản phẩm quốc nội
ICD	Cảng container nội địa
TEU	Đơn vị tương đương container 20 feet
WTO	Tổ chức Thương mại Thế giới
VISABA	Hiệp hội đại lý và môi giới hàng hải Việt Nam
VIFFAS	Hiệp hội giao nhận kho vận Việt Nam
FIATA	Hiệp hội giao nhận kho vận quốc tế
AFFA	Hiệp hội giao nhận các nước ASEAN
VINALINES	Tổng công ty Hàng hải Việt Nam
NVOCC	Vận tải không tàu
CY	Container Yard- Bãi để container
CFS	Container Freight Station - trạm giao hàng lẻ

MỤC LỤC

Trang

LỜI MỞ ĐẦU	1
Chương 1. TỔNG QUAN VỀ CHI PHÍ VẬN TẢI VÀ GIAO NHẬN ĐỐI VỚI HÀNG HÓA XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM TRONG GIAI ĐOẠN HIỆN NAY	5
1.1. Tác động của việc giảm thiểu chi phí vận tải và giao nhận đến chi phí xuất khẩu của hàng hóa trong bối cảnh tự do cạnh tranh	5
1.1.1. Các yếu tố cấu thành chi phí xuất khẩu	5
1.1.2. Chi phí vận tải và giao nhận trong tổng chi phí xuất khẩu của hàng hóa	6
1.1.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến chi phí vận tải, giao nhận và tác động của việc giảm thiểu các chi phí nêu trên đến chi phí xuất khẩu hàng hóa	8
1.1.4. Vai trò, tác động và thực trạng sử dụng dịch vụ vận tải, giao nhận thuê ngoài của các doanh nghiệp	13
1.2. Thực trạng chi phí vận tải, giao nhận trong tổng chi phí xuất khẩu của một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam	22
1.2.2. Thực trạng chi phí vận tải và giao nhận trong tổng chi phí xuất khẩu của một số mặt hàng thuộc nhóm hàng nông, lâm, thủy sản	
1.2.2.1. Chi phí vận tải, giao nhận trong tổng chi phí xuất khẩu gạo	26
1.2.2.2. Chi phí vận tải, giao nhận trong tổng chi phí xuất khẩu cà phê	30
1.2.2.3. Chi phí vận tải, giao nhận trong tổng chi phí xuất khẩu thủy sản	34
<i>1.2.3. Thực trạng chi phí vận tải và giao nhận trong tổng chi phí xuất khẩu của một số mặt hàng thuộc nhóm hàng công nghiệp chế biến</i>	38
1.2.3.1. Chi phí vận tải, giao nhận trong tổng chi phí xuất khẩu hàng dệt may	38
1.2.3.2. Chi phí vận tải, giao nhận trong tổng chi phí xuất khẩu hàng giày dép	40
1.3. Đánh giá chung về thực trạng chi phí vận tải và giao nhận trong tổng	41

chi phí xuất khẩu của một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam	
1.3.1. Những kết quả đạt được	41
1.3.2. Một số tồn tại cần giải quyết để giảm thiểu chi phí vận tải, giao nhận đối với các mặt hàng xuất khẩu chủ lực ở Việt Nam	43
Chương 2. MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM GIẢM THIỂU CHI PHÍ VẬN TẢI VÀ GIAO NHẬN ĐỐI VỚI HÀNG HÓA XUẤT KHẨU CHỦ LỰC CỦA VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP	46
2.1. Xu hướng phát triển dịch vụ logistics thế giới và những cơ hội, thách thức của doanh nghiệp Việt Nam trong việc giảm thiểu chi phí vận tải và giao nhận hàng hoá xuất khẩu	46
2.1.1. Xu hướng phát triển dịch vụ logistics thế giới	46
2.1.2. Cơ hội và thách thức của doanh nghiệp VN trong việc giảm thiểu chi phí vận tải và giao nhận hàng hóa XK trong bối cảnh hội nhập KT quốc tế	53
2.1.3 Quan điểm và định hướng đối với việc giảm thiểu chi phí vận tải và giao nhận hàng hóa xuất khẩu	56
2.2. Các giải pháp chủ yếu đối với doanh nghiệp để giảm thiểu chi phí vận tải, giao nhận nhằm giảm chi phí xuất khẩu hàng hóa	61
2.2.1. Các giải pháp vĩ mô	61
2.2.2. Các giải pháp đối với doanh nghiệp	65
2.2.2.1. Đối với doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận tải, giao nhận	65
2.2.2.2. Đối với doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu hàng hoá nói chung	66
2.2.2.3. Các giải pháp đối với doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu nhóm hàng nông lâm thủy sản	69
2.2.2.4. Các giải pháp đối với doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu nhóm hàng công nghiệp chế biến	72
KẾT LUẬN	76
TÀI LIỆU THAM KHẢO	78

LỜI MỞ ĐẦU

Trong những năm gần đây, quá trình tự do hóa thương mại và hội nhập kinh tế quốc tế đã làm cho nhu cầu mua bán, trao đổi hàng hoá trên thế giới là rất lớn và tăng trưởng không ngừng. Trong bối cảnh như vậy, việc tổ chức thực hiện dịch vụ vận tải và giao nhận theo hướng hiện đại nhằm giảm chi phí logistics để từ đó giảm tổng chi phí xuất khẩu, nâng cao năng lực cạnh tranh cho hàng hóa và doanh nghiệp Việt Nam là hết sức cần thiết.

Tuy nhiên, kết quả của các nghiên cứu trong và ngoài nước cho thấy, năng lực cạnh tranh về giá của hàng xuất khẩu Việt Nam nói chung và của hàng nông, lâm, thủy sản và hàng công nghiệp chế biến, chế tạo nói riêng so với các mặt hàng cùng loại của các nước trong khu vực và trên thế giới hiện chưa đạt mức cao. Nguyên nhân của vấn đề trên một phần do chi phí cho các hoạt động vận tải, giao nhận còn chiếm tỷ trọng đáng kể trong cơ cấu giá xuất khẩu của hàng hoá. Chính vì vậy, việc tìm lời giải cho bài toán giảm thiểu chi phí vận tải, giao nhận đang là vấn đề quan trọng để các doanh nghiệp có thể giảm tổng chi phí xuất khẩu, tạo cho hàng xuất khẩu Việt Nam có giá cạnh tranh cao trên thị trường.

Hiện nay, đã có một số tài liệu, công trình nghiên cứu ở trong nước và nước ngoài đề cập đến các vấn đề có liên quan đến hoạt động vận tải, giao nhận hàng hoá xuất khẩu dưới các góc độ khác nhau như: (1) Nguyễn Thâm, *Vận tải đa phương thức & Logistics*, Tạp chí Visaba Times của Hiệp hội giao nhận, kho vận Việt Nam số 62, tháng 7/2004; (2) Phạm Thị Cải, *Nghiên cứu kinh nghiệm quốc tế về dịch vụ hậu cần và những bài học rút ra cho Việt Nam*, Đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ, Bộ Thương mại, mã số 2005 - 78 - 006; (3) Phạm Thị Cải, *Các giải pháp để giảm thiểu chi phí liên quan đến hoạt động vận tải, giao nhận và bảo hiểm nhằm nâng cao sức cạnh tranh của hàng xuất khẩu Việt Nam*, Đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ, Bộ Công Thương, mã số 2006 - 78 - 003; (4) Cục Hàng hải Việt Nam, *Báo cáo đánh giá thực trạng hoạt động vận tải biển và dịch vụ hàng hải sau 4 năm thi hành*

Luật doanh nghiệp, những kiến nghị với Chính phủ, Hà Nội, tháng 7/2004; (5) Cục Hàng hải Việt Nam, *Các bài tham luận tại Hội nghị vận tải và dịch vụ hàng hải 2004*, Hà Nội, tháng 7/2004; (6) Viện Chiến lược và phát triển giao thông vận tải và Tổng công ty Hàng hải Việt Nam, *Quy hoạch phát triển vận tải biển Việt Nam đến năm 2010 và định hướng đến 2020*, Hà Nội 2003; (7) Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế TW - *Nâng cao năng lực cạnh tranh xuất khẩu trên cơ sở cắt giảm chi phí, trường hợp của Việt Nam*; (8) Viện Nghiên cứu Thương mại- Bộ Công Thương, *Điều tra kênh tiêu thụ sản phẩm cà phê ở Đắk Lắk*, 2002; (9) SCM Corporation, Supply Chain Insight, *Kết quả khảo sát về logistics 2008*; (10) *Review of Transport and Logistics Development in Viet Nam*, Dongwoo Ha, Transport and Tourism Division, United Nation ESCAP, 10/2004; (11) Geetha Karandawala, Transport and Tourism Division, UNESCAP, *Institutional & Legal Framework Required to Establish & Strengthen Multimodal Transport & Logistics Service*, 10/2004; (12) World Bank, *Vietnam Logistics Development, Trade Facilitation...*

Tuy vậy, chưa có công trình nào tiến hành nghiên cứu một cách đầy đủ và có hệ thống về thực trạng chi phí vận tải, giao nhận đối với một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam, đặc biệt là đối với các mặt hàng nông, lâm, thủy sản và hàng công nghiệp chế biến.

Để giúp các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu Việt Nam nói chung và các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu các nhóm hàng nông, lâm, thủy sản và nhóm hàng công nghiệp chế biến nói riêng có được giải pháp thiết thực để giảm thiểu chi phí vận tải, giao nhận, góp phần giảm tổng chi phí xuất khẩu hàng hóa, nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường quốc tế, Bộ Công Thương đã cho phép tổ chức nghiên cứu đề tài: *“Giải pháp nhằm giảm thiểu chi phí vận tải và giao nhận đối với một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam hiện nay”*.

Mục tiêu chính của đề tài là: Nghiên cứu đề xuất các giải pháp để giảm thiểu chi phí liên quan đến hoạt động vận tải và giao nhận nhằm giảm

chi phí xuất khẩu và nâng cao năng lực cạnh tranh đối với một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam trong bối cảnh hội nhập.

Đối tượng nghiên cứu của Đề tài là:

- Các chi phí liên quan đến hoạt động vận tải, giao nhận đối với một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam

- Các chính sách và giải pháp vĩ mô nhằm giảm thiểu các chi phí liên quan đến hoạt động vận tải, giao nhận đối với hàng hoá xuất khẩu.

- Các giải pháp của doanh nghiệp xuất khẩu và doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận tải và giao nhận để giảm thiểu các chi phí liên quan đối với hàng hoá xuất khẩu.

Phạm vi nghiên cứu của Đề tài:

- *Về nội dung:* Do các vấn đề về phương pháp luận, kinh nghiệm của các nước trong việc phát triển dịch vụ logistics và giải pháp chủ yếu để giảm thiểu chi phí liên quan đến hoạt động vận tải, giao nhận đối với hàng xuất khẩu của Việt Nam nói chung đã được nghiên cứu ở các đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ - Bộ Công Thương mã số 2005- 8- 006 (năm 2005) và 2006- 78- 003 (năm 2006) nên Đề tài chỉ tập trung nghiên cứu các chi phí liên quan đến hoạt động vận tải, giao nhận đối với một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam, các mặt hàng đạt kim ngạch xuất khẩu lớn, Việt Nam có tiềm năng xuất khẩu và chi phí vận tải, giao nhận có ảnh hưởng lớn đến chi phí xuất khẩu. Do giới hạn về nhiều mặt, Đề tài tập trung nghiên cứu giải pháp để giảm thiểu chi phí vận tải, giao nhận đối với hai nhóm hàng chính là: Nhóm các mặt hàng nông, lâm, thủy sản và nhóm các mặt hàng công nghiệp chế biến.

- *Về thời gian:* Đề tài nghiên cứu các chi phí và giải pháp giảm thiểu chi phí liên quan đến hoạt động vận tải, giao nhận hàng hoá xuất khẩu ở Việt Nam giai đoạn 2001 - 2007 và cho những năm tiếp theo.

Các phương pháp chủ yếu được sử dụng kết hợp để thực hiện Đề tài là: Khảo sát, thu thập thông tin, tư liệu, tổng hợp, phân tích, so sánh, phương pháp ngoại suy, phương pháp lấy ý kiến chuyên gia, hội thảo chuyên đề...

Ngoài phần mở đầu, kết luận, Đề tài được kết cấu thành 2 chương:

Chương 1: *Tổng quan về chi phí vận tải và giao nhận đối với hàng xuất khẩu của Việt Nam trong giai đoạn hiện nay*

Chương 2: *Một số giải pháp nhằm giảm thiểu chi phí vận tải và giao nhận đối với hàng hóa xuất khẩu chủ lực của Việt Nam trong bối cảnh hội nhập*

Chương 1

TỔNG QUAN VỀ CHI PHÍ VẬN TẢI VÀ GIAO NHẬN ĐỐI VỚI HÀNG XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM TRONG GIAI ĐOẠN HIỆN NAY

1.1. TÁC ĐỘNG CỦA VIỆC GIẢM THIỂU CHI PHÍ VẬN TẢI VÀ GIAO NHẬN ĐẾN CHI PHÍ XUẤT KHẨU CỦA HÀNG HÓA TRONG BỐI CẢNH TỰ DO CẠNH TRANH

1.1.1. Các yếu tố cấu thành chi phí xuất khẩu

Như ta đã biết, chi phí xuất khẩu hàng hóa được xác định là tổng chi phí sản xuất/thu mua cộng với tất cả các chi phí phát sinh trong quá trình đưa hàng hóa từ kho của người xuất khẩu sang nơi nhận hàng của người nhập khẩu.

Một cách tổng quát, chi phí xuất khẩu được tính theo công thức sau:

Tổng chi phí xuất khẩu của hàng hóa = Chi phí sản xuất/thu mua + Chi phí vận tải + chi phí lưu kho, lưu bãi + chi phí dự trữ + chi phí giải quyết đơn hàng và cung cấp thông tin...

Trong số các loại chi phí trên, chi phí sản xuất/thu mua hàng hóa có tỷ trọng lớn nhất trong tổng chi phí xuất khẩu của hàng hóa (khoảng 75 - 80%), phần còn lại là các chi phí có liên quan đến hoạt động vận tải, giao nhận và lợi nhuận của doanh nghiệp.

Để giảm chi phí xuất khẩu hàng hóa nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của hàng xuất khẩu Việt Nam trên thị trường, bên cạnh các giải pháp của Nhà nước và sự nỗ lực giảm chi phí sản xuất/thu mua hàng hóa, các doanh nghiệp cũng cần tìm những giải pháp hữu hiệu để giảm thiểu đến mức thấp nhất các chi phí có liên quan đến quá trình đưa hàng hóa đến với người nhập khẩu ở nước ngoài, đặc biệt là giảm thiểu các chi phí vận tải và giao nhận - các khoản chi phí chiếm tỷ trọng lớn (chỉ sau giá sản xuất/thu mua) trong tổng chi phí xuất khẩu của hàng hóa.

Ngoài các chi phí trực tiếp cấu thành như trên, chi phí xuất khẩu của hàng hóa còn phụ thuộc vào các yếu tố như: Hạ tầng giao thông vận tải của Việt Nam, hệ thống kho ngoại quan, cải cách hành chính, sự biến động của giá xăng dầu trên thị trường, sự độc quyền của một số ngành dịch vụ...

1.1.2. Chi phí vận tải và giao nhận trong tổng chi phí xuất khẩu của hàng hóa

a/ Chi phí vận tải

Vận tải hàng hoá xuất khẩu là một hoạt động kinh tế có mục đích của con người nhằm thay đổi vị trí của hàng hoá từ nước này đến các nước khác bằng các phương tiện vận tải. Hay nói cách khác, vận tải hàng hoá xuất khẩu là việc chuyên chở hàng hoá từ quốc gia này đến một hay nhiều quốc gia khác (tức là điểm đầu và cuối của hành trình vận tải nằm ở những quốc gia khác nhau), bằng các phương tiện vận tải khác nhau như: Vận tải đường thủy, đường bộ, đường sắt, đường hàng không, đường ống...

Chi phí vận tải hàng hoá xuất khẩu là tất cả các khoản chi phí để thực hiện việc vận chuyển hàng hoá từ kho của người sản xuất/thu gom lên phương tiện vận tải quốc tế hoặc đến kho của người nhập khẩu (Tùy theo thỏa thuận ghi trong hợp đồng vận tải quốc tế).

Về cơ cấu, chi phí vận tải hàng hoá xuất khẩu bao gồm: Chi phí vận tải địa và chi phí vận tải quốc tế. Trong tổng chi phí vận tải hàng hoá xuất khẩu, cước phí vận tải chiếm tỷ trọng lớn hơn cả. Theo các chuyên gia về vận tải thì *cước phí chiếm khoảng 65 - 70% tổng chi phí vận tải hàng hoá xuất khẩu*. Ngoài cước phí, phần còn lại của chi phí vận tải là các chi phí khác và các khoản lệ phí.

- *Chi phí vận tải nội địa*: Là toàn bộ chi phí để vận chuyển hàng hoá từ nơi sản xuất hoặc nơi gom hàng ra đến cảng biển hoặc cửa khẩu để xếp lên phương tiện vận tải quốc tế, bao gồm: Cước phí vận chuyển nội địa; Chi phí làm các thủ tục cần thiết; Chi phí cho việc chờ đợi xếp hàng lên hoặc dỡ hàng khỏi phương tiện; Các khoản lệ phí...

- *Chi phí vận tải quốc tế*: Là toàn bộ chi phí liên quan đến quá trình chuyên chở hàng hoá xuất khẩu (kể cả bằng container) từ nơi gửi hàng (gốc)

ở Việt Nam đến nơi nhận hàng (đích) ở nước ngoài, bao gồm: Cước phí vận chuyển quốc tế, chi phí làm các thủ tục cần thiết, chi phí cho việc chờ đợi xếp hàng lên hoặc dỡ hàng khỏi phương tiện, các khoản lệ phí...

Có thể nói, chi phí vận tải nói chung và cước phí vận tải nói riêng là yếu tố rất quan trọng, có ảnh hưởng trực tiếp đến việc hình thành và biến động của giá xuất khẩu hàng hoá. Do vậy, người xuất khẩu luôn quan tâm đến yếu tố chi phí vận tải trong khi tính toán giá xuất khẩu hàng hoá. Việc tính toán để lựa chọn hãng vận tải uy tín, có năng lực vận tải lớn, có mức cước phí hợp lý với các dịch vụ liên quan đến việc vận tải hàng hoá toàn diện, đồng bộ... là hết sức quan trọng và cần thiết để chủ hàng có thể giảm được chi phí xuất khẩu, nâng cao hiệu quả kinh doanh xuất khẩu của doanh nghiệp.

b/ Chi phí giao nhận

Chi phí giao nhận hàng hoá xuất khẩu được cấu thành bởi chi phí giao nhận nội địa và chi phí giao nhận quốc tế.

- *Chi phí giao nhận nội địa*: Là số tiền mà người gửi hàng xuất khẩu phải trả cho người giao nhận để họ thực hiện các công việc cần thiết nhằm đưa số hàng hoá đó đến được cảng/cửa khẩu đích một cách an toàn và kịp thời gian, bao gồm: Chi phí bốc hàng lên phương tiện vận tải nội địa; Chi phí gom các lô hàng nhỏ thành lô hàng lớn hoặc tách một lô hàng lớn thành các lô hàng nhỏ để thuê chuyên chở; Chi phí lưu kho, lưu bãi, đóng gói, bao bì, ghi ký mã hiệu...(nếu có).

- *Chi phí giao nhận quốc tế*: Là toàn bộ chi phí để đưa hàng hoá từ cảng/cửa khẩu Việt Nam sang nước ngoài và giao cho người nhập khẩu.

+ Nếu doanh nghiệp Việt Nam xuất khẩu hàng hoá theo ĐKCSGH FOB cảng Việt Nam thì chi phí giao nhận quốc tế bao gồm mọi chi phí để đưa hàng đến cảng/cửa khẩu gửi hàng và giao cho người vận tải tại lan can tàu/toa xe quy định.

+ Nếu doanh nghiệp Việt Nam xuất khẩu hàng hoá theo ĐKCSGH CIF hoặc C&F tại cảng nước nhập khẩu thì chi phí giao nhận quốc tế bao

gồm: Chi phí bốc hàng ở cảng/cửa khẩu gửi hàng và giao cho người vận tải; Chi phí gom/tách các lô hàng để giao cho các nhà nhập khẩu khác nhau ở một hoặc nhiều quốc gia; Phí lưu kho, bãi; Chi phí đóng gói, bao bì, ghi kỹ mã hiệu...(nếu có); Chi phí làm các thủ tục giấy tờ liên quan đến hàng xuất khẩu như: Phí hải quan, lệ phí chứng từ, phí vận đơn, phí giám định hàng hoá, lệ phí C/O, phí hun trùng, phí kiểm dịch, phí làm thủ tục khiếu nại, đòi bồi thường (nếu có tổn thất xảy ra trong hành trình của hàng hoá từ Việt Nam sang nước nhập khẩu); Chi phí chuyển tải (nếu có); Chi phí dỡ hàng từ phương tiện vận tải ở cảng/cửa khẩu đến rồi giao cho người nhập khẩu...

Nhìn chung, chi phí giao nhận quốc tế đối với hàng hoá xuất khẩu phụ thuộc vào các qui định trong ĐKCSGH được thoả thuận giữa người bán và người mua và yêu cầu của người nhập khẩu trong việc thu gom hoặc chia tách, bao gói lại hàng hoá, số loại phương tiện vận chuyển tham gia vào quá trình chuyên chở...

Kinh nghiệm cho thấy, thực hiện tốt dịch vụ vận tải và giao nhận sẽ giúp doanh nghiệp có thể giảm đến mức thấp nhất các chi phí, thiệt hại do lưu kho, tồn đọng sản phẩm và nhờ đó giảm chi phí xuất khẩu hàng hóa nói chung. Hiện tại, đối với các doanh nghiệp Việt Nam, chi phí cho dịch vụ vận tải và giao nhận đang chiếm tới gần 20% trong tổng chi phí xuất khẩu hàng hóa, trong khi tỷ lệ này ở các nước phát triển chỉ vào khoảng 8 - 12%. Đây là lý do cơ bản dẫn tới khả năng cạnh tranh của hàng hóa Việt Nam đang ở mức thấp so với các doanh nghiệp nước ngoài vốn đã rất mạnh.

1.1.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến chi phí vận tải, giao nhận và tác động của việc giảm thiểu các chi phí nêu trên đến chi phí xuất khẩu hàng hóa

a/ Các nhân tố ảnh hưởng đến chi phí vận tải và giao nhận hàng xuất khẩu

Như đã nêu ở mục 1.1, Tổng chi phí xuất khẩu của hàng hóa = Chi phí sản xuất/thu mua + Chi phí vận tải + chi phí lưu kho, lưu bãi + chi phí dự trữ + chi phí giải quyết đơn hàng và cung cấp thông tin...

Theo đó, chi phí vận tải, giao nhận là các bộ phận cấu thành và chiếm tỷ lệ nhất định trong giá xuất khẩu hàng hoá. Vậy nếu bỏ qua các yếu tố ảnh hưởng khác, nếu chi phí vận tải, giao nhận ở mức cao sẽ trực tiếp làm cho giá xuất khẩu hàng hoá tăng cao và ngược lại. Các chi phí này được chia làm 2 loại: (1) Chi phí thực tế: Bao gồm các khoản chi phí mà chủ hàng phải thanh toán thực tế với các hãng vận tải và hãng giao nhận như: Cước phí vận tải, chi phí xếp dỡ hàng hóa, phí lưu kho...; (2) Chi phí lựa chọn: Là những chi phí và thiệt hại mà chủ hàng phải chịu trong quá trình tổ chức chuyên chở hàng hoá. Chi phí này có thể xảy ra hoặc không xảy ra tùy thuộc vào độ chính xác của các quyết định lựa chọn của chủ hàng. Giữa chi phí lựa chọn và chi phí thực tế có sự bù trừ lẫn nhau, tức là việc tăng chi phí thực tế thường kéo theo sự giảm chi phí lựa chọn đồng thời đạt được những lợi ích khác như: Đảm bảo an toàn cho hàng hoá, bảo đảm đúng thời hạn giao hàng...

+ *Các yếu tố ảnh hưởng đến chi phí vận tải hàng xuất khẩu:*

- Ảnh hưởng của chính sách, cơ chế hiện hành

Chính sách, cơ chế về hoạt động vận tải của Nhà nước là yếu tố chủ quan rất quan trọng ảnh hưởng đến chi phí vận tải hàng hoá xuất khẩu. Trong thời gian gần đây, mặc dù Nhà nước đã có nhiều biện pháp thực hiện cải cách hành chính, đơn giản hoá thủ tục trong các dịch vụ vận tải hàng hoá xuất khẩu như: Đơn giản hoá, giảm bớt các thủ tục trong quá trình vận tải, bỏ bớt các “giấy phép con”... vì đây là nguyên nhân phát sinh các khoản lệ phí “không chính thức” làm cho chi phí vận tải hàng hoá của Việt Nam đang ở mức cao.

- Ảnh hưởng của chi phí phương tiện vận tải, chất lượng đường sá

Bên cạnh chi phí xăng dầu, cước vận chuyển bằng mọi phương tiện nói chung còn chịu ảnh hưởng của chi phí về phương tiện vận tải.

Hàng hoá được vận chuyển bằng các phương tiện khác nhau thì mức độ ảnh hưởng của chi phí phương tiện đối với cước phí vận tải cũng khác nhau. Nếu hàng hoá được vận chuyển bằng đường biển thì mức độ ảnh hưởng của chi phí phương tiện không cao vì thời gian khấu hao đối với loại phương tiện

vận tải biển tương đối thấp. Cước vận chuyển đường bộ chịu ảnh hưởng của chi phí phương tiện lớn hơn cả. Điều này đã tác động không nhỏ làm cho chi phí phương tiện/đơn vị hàng hoá vận chuyển bằng đường bộ tăng, từ đó làm gia tăng mức cước phí vận chuyển hàng hoá.

Ngoài việc chịu ảnh hưởng của chi phí phương tiện vận tải, cước phí vận tải đường bộ còn chịu ảnh hưởng của *chất lượng đường sá*. Thực tế cho thấy: Nếu đường sá có chất lượng tốt sẽ làm cho chi phí xăng dầu giảm và chi phí phương tiện vận tải cũng sẽ ở mức thấp và ngược lại.

- Ảnh hưởng của sự biến động giá xăng dầu

Cước phí vận tải nói chung và cước phí vận tải nội địa ở Việt Nam nói riêng hiện đang chịu tác động mạnh của chi phí xăng dầu. Theo tính toán của các doanh nghiệp vận tải đường bộ, thông thường, chi phí nhiên liệu chiếm khoảng 30% giá thành vận tải bằng ô tô. Trong 5 năm vừa qua, chi phí nhiên liệu (xăng dầu) đã tăng đáng kể. Năm 2003, giá xăng dầu Việt Nam ở mức 5.600đ/lít và năm 2006 là 11.000đ/lít. Điều này có nghĩa là, từ 2003 đến 2006, giá xăng dầu tăng khoảng 200%. Từ 7/5/2007, lần đầu tiên các doanh nghiệp tăng giá bán lẻ các loại xăng dầu tại vùng 1 lên 12.100đ/lít xăng RON 95 không chì, 11.800đ/lít xăng RON 92 không chì, 8.700đ/lít dầu diesel 0,25S và 8.600đ/lít đối với dầu hoả. Tại vùng 2, giá bán lẻ các mặt hàng trên thứ tự là: 12.340đ/lít, 12.030đ/lít, 8.870đ/lít và 8.770đ/lít.

Hiện nay, Nhà nước đang giảm dần sự can thiệp vào giá xăng dầu. Điều này khiến giá xăng dầu ở Việt Nam tăng nhanh tương đương với giá của các nước trong khu vực và sự biến động của cước phí vận tải luôn gắn với sự biến động của giá xăng dầu trên thị trường. Theo tính toán của các chuyên gia về logistics, *trong chi phí vận tải hàng hóa bằng container từ Việt Nam sang các cảng Châu Âu, ảnh hưởng của việc tăng giá xăng dầu chiếm tới khoảng 11%*.

So với Thái Lan, nước có mức giá xăng dầu tương đương với Việt Nam, chi phí vận chuyển bằng ô tô có trọng tải 10 - 12 tấn từ Băng Cốc đi Chiangmai với chiều dài 750 km là 178 USD (Theo "Cost of doing business in Thailand" tại website: www.business-in-asia.com), tương đương với mức

0,023 USD/tấn/km. Trong khi đó, với cùng tải trọng và cùng chiều dài, chi phí vận tải đường bộ của Việt Nam là 0,084 USD/tấn/km, gấp 3,6 lần của Thái Lan.

- Ảnh hưởng của các yếu tố khác

Ngoài 2 yếu tố chính là chi phí phương tiện vận tải và chi phí xăng dầu, cước phí vận tải hàng hoá xuất khẩu còn phụ thuộc vào các yếu tố có tính bất ngờ khác mà cả chủ hàng và chủ phương tiện đều không thể tính toán trước hay không lường trước được như: Thiên tai, đình công (trong vận tải quốc tế) và các khoản lệ phí không chính thức (hay xuất hiện trong vận tải đường bộ trong nước).

+ Các yếu tố ảnh hưởng đến chi phí giao nhận hàng xuất khẩu:

- Ảnh hưởng của sự độc quyền của các nhà cung cấp dịch vụ giao nhận

Thị trường dịch vụ giao nhận Việt Nam nói riêng và thế giới nói chung đang chịu ảnh hưởng lớn bởi sự độc quyền của các nhà cung cấp dịch vụ logistics lớn, có khả năng hoạt động trên phạm vi toàn cầu. Với sự lớn mạnh về tài chính và khả năng tiếp cận và mở rộng thị trường mới, từ chỗ chỉ cung cấp một dịch vụ đơn lẻ, hiện các Công ty, tập đoàn trên đã có đủ năng lực cung cấp “chuỗi dịch vụ logistics” cho khách hàng một cách hoàn hảo, với chi phí thấp. Như vậy, sự chuyên nghiệp, phạm vi hoạt động lớn, năng lực tài chính mạnh...là các yếu tố cơ bản giúp doanh nghiệp có thể chiến thắng đối thủ cạnh tranh và giữ vai trò quyết định giá dịch vụ thấp trên thị trường.

- Ảnh hưởng của vận tải đa phương thức

Trong vận tải đa phương thức (Multimoda Transport Operator - MTO), người kinh doanh dịch vụ giao nhận cung cấp dịch vụ Door to Door cho khách hàng. Với phương thức này, hành trình của hàng hóa xuất khẩu sẽ được tiến hành một cách liên tục, nhanh chóng, chính xác và mức chi phí cho các dịch vụ là thấp nhất. Theo tính toán của một số doanh nghiệp kinh doanh giao nhận, vận tải quốc tế, chi phí “Door to Door” thông qua vận tải đa phương thức luôn thấp hơn nhiều so với việc thực hiện đơn lẻ các dịch vụ để đưa hàng hóa đến tay người nhập khẩu

b/ Tác động của việc giảm thiểu các chi phí nêu trên đến chi phí xuất khẩu hàng hóa

Thực tế cho thấy, khi các điều kiện khác như nhau, hàng hoá của doanh nghiệp/quốc gia nào có giá xuất khẩu thấp do chi phí vận tải, giao nhận thấp sẽ giành được ưu thế cạnh tranh về giá cao hơn so với hàng hoá của doanh nghiệp/quốc gia khác có giá xuất khẩu cao do không tiết kiệm được các loại chi phí này.

Đây là lý do khiến các nước luôn không ngừng đấu tranh giảm cước phí vận tải, giảm chi phí giao nhận để có được giá xuất khẩu hàng hoá thấp - điều kiện cơ bản để tạo dựng và nâng cao sức cạnh tranh của hàng hoá xuất khẩu trên thị trường thế giới.

Hiện nay, do chịu ảnh hưởng của giá cước vận tải đường biển tăng cao và dự đoán sẽ còn tiếp tục tăng trong vài năm tới, cùng với mức giá cước vận tải biển từ cảng Việt Nam đi các cảng quốc tế luôn ở mức cao hơn so với các nước khác trong khu vực nên giá xuất khẩu của hàng hoá Việt Nam tương đối cao, dẫn đến sức cạnh tranh của hàng xuất khẩu bị hạn chế.

Để đạt mục tiêu nâng cao năng lực cạnh tranh của hàng xuất khẩu, trong điều kiện quy mô sản xuất nhỏ, hệ thống phân phối yếu và thị trường hẹp, các doanh nghiệp Việt Nam đang tìm mọi biện pháp để giảm chi phí sản xuất và khách nước ngoài vẫn có thể mua được hàng với giá thấp để bù giá cước tăng cao. (Ví dụ: Gạo Việt Nam nếu cùng phẩm cấp với gạo Thái Lan thì bao giờ giá bán cũng thấp hơn 10 - 15 USD/tấn nên trong điều kiện giá cước phí cao hơn Thái Lan nhưng Việt Nam vẫn xuất khẩu được hàng).

Một cách cụ thể hơn, nếu không tính giá sản xuất/thu mua thì chi phí vận tải là khoản chi phí lớn nhất trong các loại chi phí mà chủ hàng phải trả trong việc tổ chức chuyên chở hàng hoá từ trong nước đến nơi giao hàng cuối cùng ở nước ngoài.

Nói tóm lại, trong tổng chi phí xuất khẩu của hàng hoá, cước phí vận tải chiếm tỷ trọng khá lớn và là yếu tố quan trọng, có ảnh hưởng trực tiếp đến sự hình thành và biến động của giá xuất khẩu hàng hoá. Do vậy, người xuất

khẩu luôn quan tâm đến yếu tố cước phí (hay còn gọi là yếu tố vận tải) trong khi tính toán giá xuất khẩu của hàng hóa. Chi phí vận tải thấp sẽ có tác động trực tiếp và hết sức quan trọng đến việc giảm tổng chi phí xuất khẩu của hàng hóa, nâng cao hiệu quả xuất khẩu của doanh nghiệp.

Ngoài chi phí vận tải, các chi phí liên quan đến hoạt động giao nhận cũng có ảnh hưởng trực tiếp đến việc tăng hay giảm tổng chi phí xuất khẩu hàng hoá. Tuy nhiên, việc các doanh nghiệp đã áp dụng các biện pháp nhằm giảm và hạ thấp chi phí giao nhận phụ thuộc vào cả yếu tố bên ngoài (chính sách của Chính phủ, năng lực của các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ logistics) lẫn yếu tố bên trong (khả năng về nghiệp vụ kinh doanh xuất khẩu hàng hoá của các doanh nghiệp xuất khẩu).

1.1.4. Vai trò, tác động và thực trạng sử dụng dịch vụ vận tải, giao nhận thuê ngoài của các doanh nghiệp

Trên thế giới, việc sử dụng dịch vụ logistics từ nhà cung cấp thứ ba (3PL) có sự khác biệt ở các nền kinh tế khác nhau. Có nhiều lý do để thuyết phục khách hàng sử dụng dịch vụ 3PL: Chi phí, thời gian lưu thông, độ tin cậy, khả năng đáp ứng và an ninh đối với hàng hoá...

Điều cần nhấn mạnh ở đây là: Tiết kiệm chi phí là yếu tố then chốt ảnh hưởng đến quyết định nên chọn lựa nhà cung cấp dịch vụ 3PL độc lập hay không và nên lựa chọn cung cấp dịch vụ 3PL nào sẵn có trên thị trường.

Nhu cầu về dịch vụ logistics là thực tế, nhưng liệu nhà cung cấp dịch vụ 3PL có cung cấp được giải pháp vận chuyển phù hợp với yêu cầu của chủ hàng hay không là đang là vấn đề được đặt ra hiện nay.

Ngoài những nhà cung cấp dịch vụ 3PL toàn cầu đã có mặt tại Việt Nam, các doanh nghiệp cam kết cung cấp dịch vụ 3PL tại Việt Nam chủ yếu là các công ty, doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài. Các doanh nghiệp trong nước theo đuổi mục tiêu cung cấp dịch vụ 3PL vẫn đang ở những bước đi ban đầu, mang ý nghĩa mở rộng dịch vụ hiện có nhiều hơn.

Các yếu tố ảnh hưởng đến việc triển khai dịch vụ 3PL tại Việt Nam là:

+ *Những yếu tố về phía thị trường*

- *Về cơ cấu mặt hàng*: Trên thực tế, không phải nhà sản xuất nào cũng sử dụng dịch vụ logistics được cung cấp bởi bên thứ ba. Thường là các nhà sản xuất tự đảm nhiệm, bởi họ quan niệm rằng sử dụng dịch vụ 3PL sẽ không kinh tế và hiệu quả.

Trên thực tế có thể nhận thấy, chỉ những lô hàng có cỡ trung bình và nhỏ, có tần suất xuất hiện lớn và đặc biệt phải sử dụng nhiều công đoạn dịch vụ khác nhau, qua nhiều phương thức vận tải, thì mới thực sự cần đến những nhà cung cấp dịch vụ logistics chuyên nghiệp.

Các mặt hàng khác nhau có nhu cầu sử dụng phương thức vận chuyển khác nhau và các doanh nghiệp chủ hàng hoàn toàn có thể lựa chọn các nhà cung cấp dịch vụ 3PL chuyên nghiệp phục vụ cho hàng hóa của họ.

- *Về ưu thế cạnh tranh giữa các phương thức vận tải*: Việc doanh nghiệp quyết định chọn lựa phương thức vận tải phù hợp với hàng hóa xuất khẩu của họ phụ thuộc vào rất nhiều yếu tố như: Cước phí, độ tin cậy, tính ổn định và các hạn chế xuất hiện khi thực hiện phương thức đó.

Trong bối cảnh hiện nay, vận tải thủy nội địa chiếm ưu thế về khối lượng vận tải ở cự ly ngắn (dưới 300 km) ở Việt Nam. Trong khi đó, vận tải bộ chiếm ưu thế ở cự ly trung bình (300 - 1.200 km) và vận tải bộ cùng với vận tải ven biển chiếm ưu thế về sản lượng ở cự ly xa hơn.

Tuy nhiên, chất lượng hệ thống đường bộ đang được cải thiện và các chính sách về lưu thông đường bộ được cởi mở hơn, vận tải bộ sẽ trở nên cạnh tranh hơn không chỉ ở cự ly xa, trung bình mà còn cả ở cự ly ngắn.

- *Các yếu tố khác*: Với những thay đổi chính sách của Nhà nước, các doanh nghiệp thuộc khối tư nhân tham gia ngày càng nhiều vào thị trường vận tải đã làm cho chất lượng và cước phí dịch vụ vận chuyển nội địa được cải thiện đáng kể. Các phương thức vận tải khác như vận tải ven biển, hàng

không, đường ống và dịch vụ kho bãi đòi hỏi qui mô vốn lớn vẫn thuộc sự kiểm soát của các doanh nghiệp Nhà nước.

Như vậy, chủ thể tham gia dịch vụ logistics 3PL chủ yếu sẽ là các doanh nghiệp logistics có vốn FDI, các doanh nghiệp vận tải ven biển, doanh nghiệp forwarding (hoặc NVOCC - vận tải không tàu) sẽ chuyển sang cung cấp dịch vụ logistics. Các doanh nghiệp mới và doanh nghiệp vận chuyển đường bộ, vận tải ven biển tham gia vào thị trường là tương đối hạn chế do các yếu tố về công nghệ, nhân lực, kinh nghiệm trong ngành...

+ Những yếu tố từ phía người sử dụng dịch vụ 3PL

Thời gian gần đây, phần lớn lượng hàng hoá thường do chính các DNNN tự đảm nhận khâu vận tải từ nhà máy đến kho hàng của mình và giao cho các cửa hàng bán lẻ. Nhu cầu về dịch vụ 3PL thực sự khởi đầu từ các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài và các doanh nghiệp liên doanh. Với áp lực từ nhiều phía, các doanh nghiệp này thường sử dụng các doanh nghiệp 3PL nước ngoài (hoặc liên doanh), dù rằng những công ty trực tiếp cung cấp dịch vụ (từng công đoạn của dịch vụ 3PL) là các doanh nghiệp trong nước.

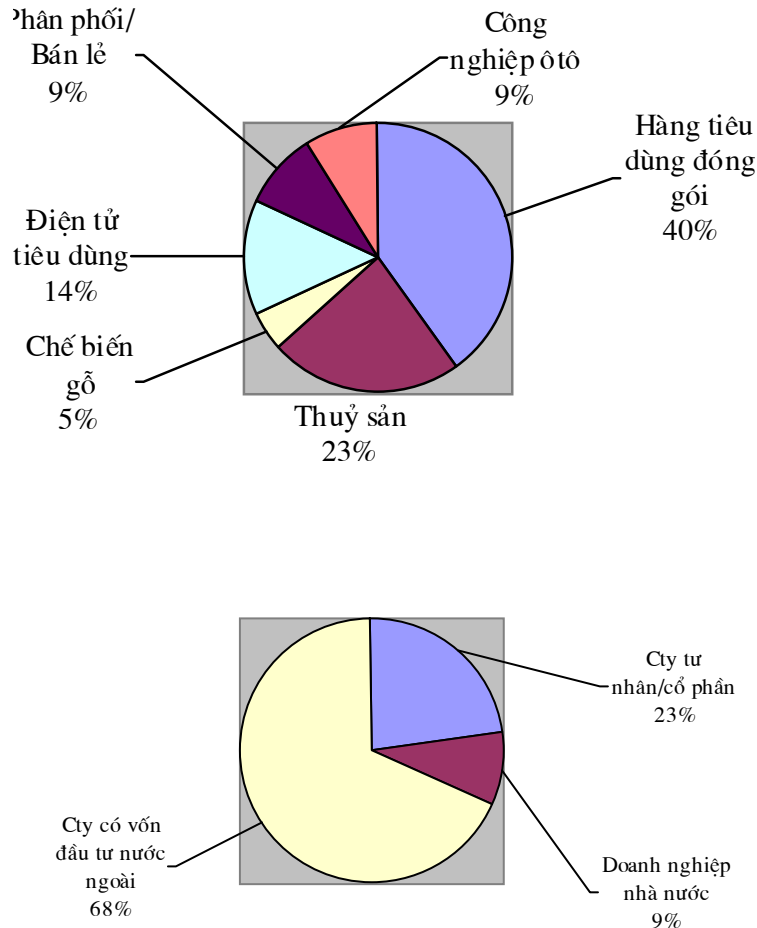
+ Những yếu tố từ phía người cung cấp

Các nhà cung cấp dịch vụ vận tải thường cung ứng dịch vụ đơn lẻ, theo phương thức vận tải nhất định. Trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt, đặc biệt là cạnh tranh về giá hiện nay và các rủi ro tiềm ẩn ở những dịch vụ khác ngoài dịch vụ chính mà doanh nghiệp có ưu thế cạnh tranh đã làm hạn chế khả năng cam kết cung cấp dịch vụ vận tải trọn gói cho khách hàng.

Một vấn đề nữa là khả năng kiểm soát chất lượng dịch vụ 3PL khi cần sự hỗ trợ của công nghệ thông tin. Ngoài yếu tố thuộc về nhà cung cấp, giải pháp công nghệ thông tin như: Các yếu tố về đường truyền, sự tương thích dữ liệu của nhà cung cấp dịch vụ 3PL với các đơn vị hành chính thuộc Chính phủ cũng làm tăng chi phí đầu tư và rủi ro...

Kết quả khảo sát về dịch vụ logistic năm 2008¹ tại 300 công ty thuộc các lĩnh vực phân phối, công nghiệp điện tử, công nghiệp thực phẩm tiêu dùng, chế biến và xuất khẩu nông sản tại Việt Nam có sử dụng dịch vụ logistics thuê ngoài được tổng hợp trong hình 1.1:

Hình 1.1. Tỷ lệ sử dụng dịch vụ thuê ngoài theo ngành và loại hình DN



Nguồn: SCM Corporation, Supply Chain Insight, Kết quả khảo sát về logistic 2008

Kết quả trên cho thấy: 92% trong số các công ty được hỏi trả lời họ có sử dụng dịch vụ logistics thuê ngoài. Ngành hàng tiêu dùng đóng gói có tới 40% số doanh nghiệp có sử dụng dịch vụ logistics thuê ngoài (chiếm tỷ lệ

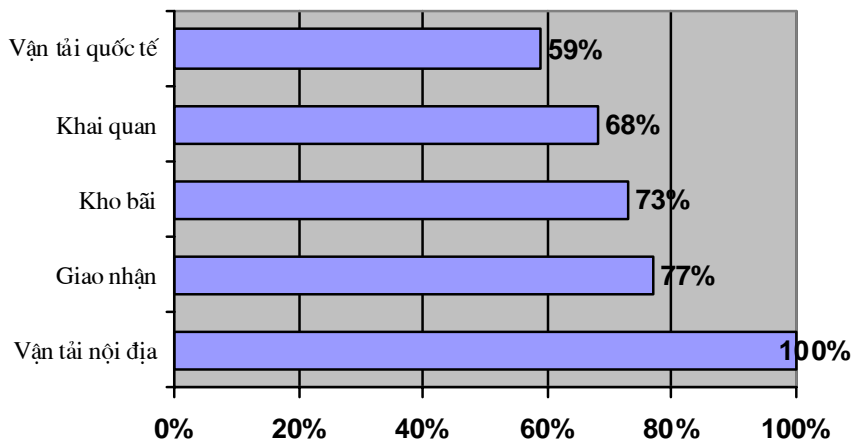
¹ *SCM Corporation, Supply Chain Insight, Kết quả khảo sát về logistic 2008*

cao nhất), các doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu thủy sản đứng thứ 2 với 23% số doanh nghiệp trong ngành có sử dụng dịch vụ này, tỷ lệ các doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu ô tô và chế biến gỗ sử dụng dịch vụ logistics thuê ngoài thấp nhất (5 - 9%).

Nhóm năm loại dịch vụ được thuê ngoài nhiều nhất gồm: Vận tải nội địa (100%), dịch vụ giao nhận, kho bãi, khai quan và vận tải quốc tế. Kết quả này phù hợp với xu hướng phát triển dịch vụ thuê ngoài của thế giới.

Trên thực tế, dịch vụ vận tải nội địa được khách hàng thuê ngoài từ các công ty vận tải vì đầu tư vào đội xe, quản lý tài xế và bảo trì đội xe...đòi hỏi vốn đầu tư lớn và quản lý tốt. Chính vì vậy, doanh nghiệp đã tập trung đầu tư cho sản xuất, kinh doanh và đi thuê dịch vụ vận tải của các doanh nghiệp chuyên nghiệp.

Hình 1.2. Mức độ sử dụng các dịch vụ logistic thuê ngoài của DN



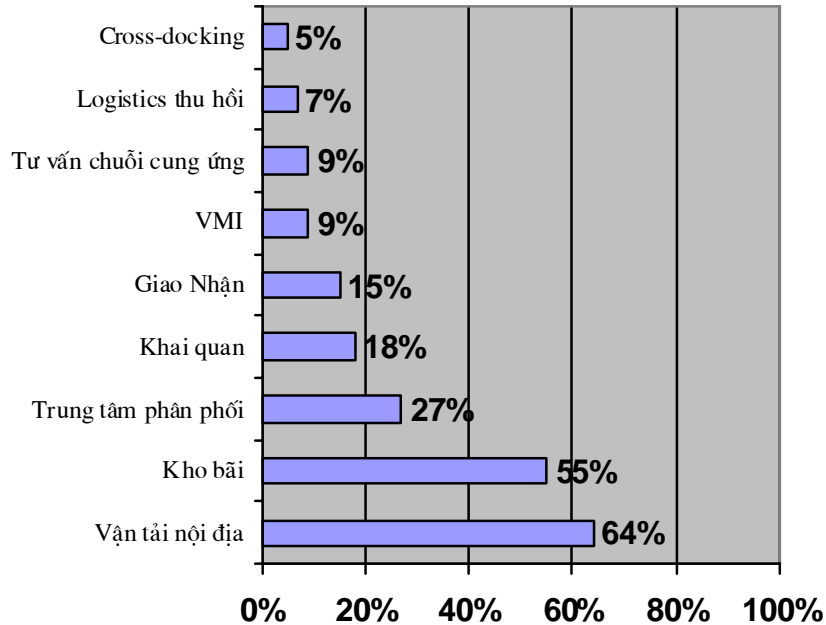
Nguồn: Capgemini, Georgia Institute of Technology, SAP, DHL,

12th Annual Third-Party Logistics Study 2007

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 và chỉ những nhà cung cấp dịch vụ logistics 3PLs có chuyên môn và hệ thống công nghệ thông tin hiện đại mới có

năng lực tiếp nhận các dịch vụ này. Trong tương lai, các công ty đang xem xét khả năng thuê ngoài một số dịch vụ phức tạp như: Quản lý tồn kho bởi nhà cung cấp (Vendor Managed Inventory - VMI), logistics thu hồi, tư vấn chuỗi cung ứng...

Hình 1.3. Các dịch vụ logistic sẽ được thuê ngoài trong tương lai



Nguồn: Capgemini, Georgia Institute of Technology, SAP, DHL,
12th Annual Third-Party Logistics Study 2007

“Không giảm được chi phí” là lý do đầu tiên mà các công ty không thuê ngoài (chiếm 48%). Vị trí tiếp theo thuộc về lý do “mất khả năng kiểm soát hoạt động logistics” (chiếm 32%) và “chất lượng dịch vụ không đúng như cam kết”(chiếm 20%). 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 họ sẽ cân nhắc việc thuê ngoài, 12% còn lại sẽ không thuê ngoài. Lý do được lựa chọn nhiều nhất là do “logistics là hoạt động cốt lõi nên không thể thuê ngoài.”

Kết quả khảo sát chỉ ra rằng đa phần các công ty phản hồi đều khá hài lòng với những gì mà các nhà cung cấp dịch vụ mang lại. Kết quả được thống kê trong bảng 1.12 cho thấy chi phí logistics giảm bình quân 13%, tổng tài sản cố định giảm bình quân 11% và vòng quay đơn hàng giảm bình quân 6 ngày. Các con số này thấp hơn so với mức bình quân của thế giới (tương ứng 18%, 13%, từ 10 đến 14 ngày).

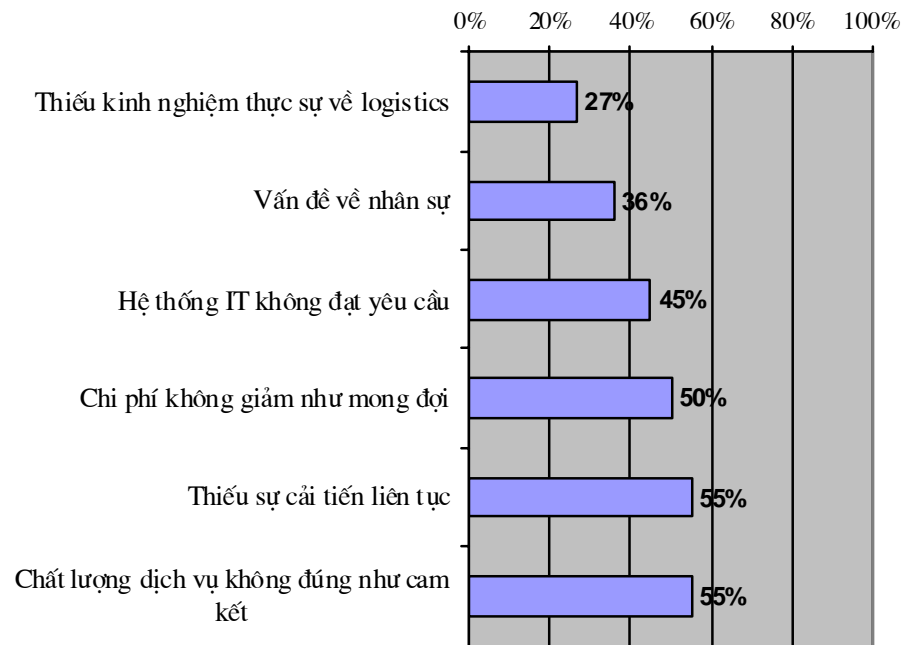
Bảng 1.1. Kết quả đạt được khi doanh nghiệp sử dụng dịch vụ thuê ngoài

Ngành hàng	Mức giảm chi phí logistics (%)	Mức giảm tổng tài sản cố định (%)	Giảm vòng quay đơn hàng (ngày)
Ngành hàng tiêu dùng đóng gói	13	15	7
Ngành phân phối /Bán lẻ	16	14	5
Ngành công nghiệp Ô tô	10	11	3
Ngành Chế biến gỗ	10	9	9
Ngành hàng điện tử tiêu dùng	15	8	8
Thuỷ sản	11	10	6
Trung bình	13	11	6

Nguồn: Capgemini, Georgia Institute of Technology, SAP, DHL,
12th Annual Third-Party Logistics Study 2007

Mặc dù có được một số lợi ích như trên nhưng các doanh nghiệp cũng cho biết vẫn còn một số bất cập khi làm việc với các nhà cung cấp (được tổng hợp trong hình 1.4). Đứng đầu là các vấn đề về chất lượng dịch vụ không đúng như cam kết (chiếm 55%), thiếu sự cải tiến liên tục từ phía nhà cung cấp (chiếm 55%), chi phí không giảm như mong đợi (chiếm 50%), hệ thống IT không đạt yêu cầu (45%), bất cập về nhân sự (36%) và thiếu kinh nghiệm thực sự về logistics (27%)...

Hình 1.4. Các vấn đề bất cập khi làm việc với nhà cung cấp dịch vụ logistic



Nguồn: Capgemini, Georgia Institute of Technology, SAP, DHL,
12th Annual Third-Party Logistics Study 2007

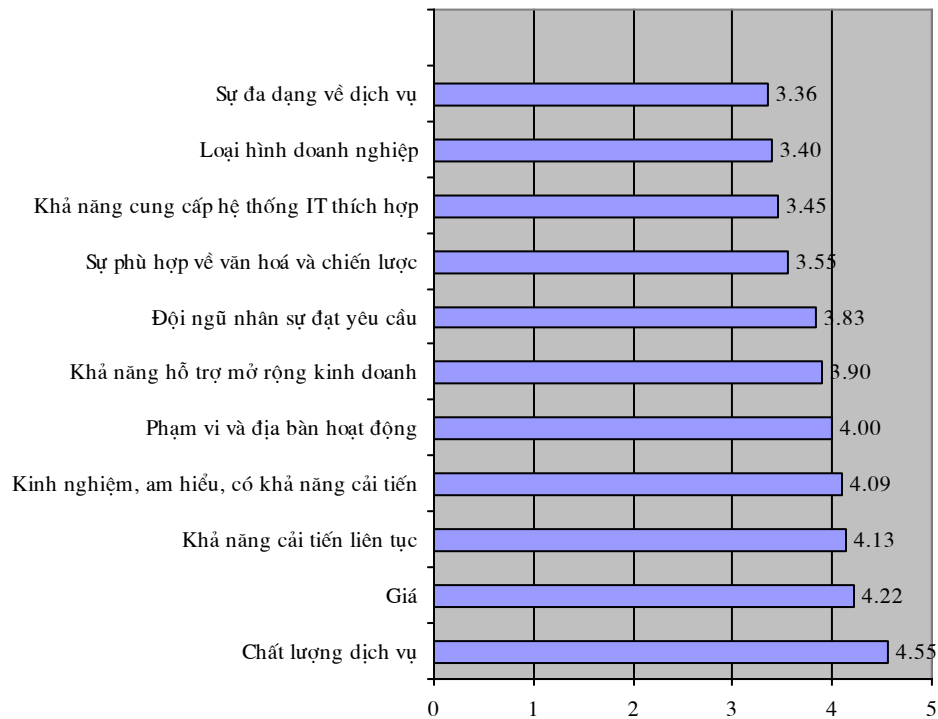
Các công ty đã xếp hạng 11 tiêu chí theo mức độ quan trọng (thang điểm 5 là quan trọng nhất) khi lựa chọn 1 nhà cung cấp dịch vụ logistics. Xếp vị trí đầu tiên là giá và dịch vụ (xem hình 1.5). Điều này không có gì ngạc nhiên vì tiêu chí này luôn được đem ra bàn thảo khi ký kết hợp đồng. Tuy nhiên, tất cả các tiêu chí khác đều có vị trí quan trọng tương đương khi các khách hàng đánh giá tổng thể về nhà cung cấp của mình.

Công nghệ thông tin (IT) đóng vai trò quan trọng trong quản lý logistics và có mối quan hệ mật thiết với các hoạt động logistics liên quan. Các yêu cầu về IT và các ứng dụng phụ thuộc vào nhu cầu cụ thể cũng như năng lực của các nhà cung cấp dịch vụ logistics. Khi được yêu cầu xếp hạng về mức độ quan trọng³ cho các ứng dụng công nghệ mà các công ty cung cấp dịch vụ logistics cần có thì Hệ thống quản lý kho bãi (WMS), khả năng cung

³Thang điểm: 5 là quan trọng nhất, 1 là ít quan trọng nhất

cấp báo cáo và công cụ theo dõi toàn bộ chuỗi logistics (reporting and visibility tools), và khả năng kết nối/trao đổi dữ liệu (EDI/Web-based EDI) là những công nghệ được cho là quan trọng nhất trong khi những công nghệ tiên tiến như: Quét mã vạch, quản lý đơn hàng lại được xếp hạng thấp.

Hình 1.5. Các tiêu chí được xếp hạng khi lựa chọn nhà cung cấp dịch vụ logistics



Nguồn: Capgemini, Georgia Institute of Technology, SAP, DHL, *12th Annual Third-Party Logistics Study 2007*

Kết quả khảo sát trên đây cho thấy:

- Các ngành hàng sử dụng dịch vụ thuê ngoài vẫn chủ yếu là ngành hàng tiêu dùng đóng gói, ngành hàng điện tử tiêu dùng và ngành thủy sản.
- Các dịch vụ logistics truyền thống như: Vận tải, kho bãi, khai quan và giao nhận vẫn được thuê ngoài nhiều nhất và triển vọng sử dụng dịch vụ logistics thuê ngoài đang có chiều hướng gia tăng nhanh.

- Giá và chất lượng dịch vụ vẫn là các nhân tố đầu tiên và đứng đầu khi ký kết hợp đồng sử dụng dịch vụ thuê ngoài của các hãng chuyên nghiệp. Khi hai yếu tố trên được đảm bảo thì chi phí logistics sẽ được cắt giảm đáng kể và đó cũng là cơ sở để doanh nghiệp giảm thiểu tổng chi phí xuất khẩu hàng hóa khi tham gia thị trường.

- Các doanh nghiệp sử dụng dịch vụ thuê ngoài ngày càng mong đợi có hệ thống công nghệ thông tin hỗ trợ cho các hoạt động logistics truyền thống.

- Xu hướng sử dụng dịch vụ thuê ngoài của các doanh nghiệp sẽ tiếp tục gia tăng trong tương lai

1.2. THỰC TRẠNG CHI PHÍ VẬN TẢI, GIAO NHẬN TRONG TỔNG CHI PHÍ XUẤT KHẨU CỦA MỘT SỐ MẶT HÀNG XUẤT KHẨU CHỦ LỰC CỦA VIỆT NAM

Trong những năm qua, xuất khẩu của Việt Nam đã có bước tăng trưởng đáng kể. Kim ngạch xuất khẩu của cả nước tăng từ 15.029 triệu USD năm 2001 lên 48.387 triệu USD năm 2007 và đạt mức tăng trưởng bình quân giai đoạn 2001 - 2007 là 18,85%/năm.

Cơ cấu hàng hoá xuất khẩu đã có những chuyển dịch tích cực theo hướng tăng dần tỷ trọng nhóm hàng chế biến, chế tạo, nhóm hàng có hàm lượng công nghệ và chất xám cao, giảm dần xuất khẩu hàng chưa chế biến hoặc sơ chế. Nhóm hàng có tốc độ tăng trưởng xuất khẩu cao và giá trị xuất khẩu lớn là nhóm hàng công nghiệp và chế biến như: Thủy sản, dệt may, giấy dếp, hàng điện tử và linh kiện điện tử, sản phẩm gỗ...

Trong năm 2007, 10 mặt hàng và nhóm hàng có kim ngạch trên 1 tỷ USD là: Thủy sản, gạo, cà phê, cao su, dầu thô, dệt may, giấy dếp, điện tử và linh kiện máy tính, sản phẩm gỗ và nhóm sản phẩm cơ khí. Trong số các mặt hàng nêu trên, ngoài 4 mặt hàng truyền thống có kim ngạch xuất hàng năm đạt trên 3 tỷ USD là dầu thô, dệt may, giấy dếp và thủy sản thì 2 mặt hàng điện tử và sản phẩm gỗ năm 2007 đã đạt kim ngạch xuất khẩu trên 2 tỷ USD.

Bảng 1.2: Kim ngạch xuất khẩu một số nhóm hàng của Việt Nam 2001 - 2007

	2001		2006		2007	
	Lượng (Tấn)	Giá trị (Triệu USD)	Lượng (Tấn)	Giá trị (Triệu USD)	Lượng (Tấn)	Giá trị (Triệu USD)
Tổng giá trị		15.029		39.826		48.387
I. Nhóm nông, lâm, thủy sản						9.840
- Thủy sản		1.816		3.358		3.750
- Gạo	3.720	623	4.643	1.276	4.500	1.480
- Cà phê	931	391	981	1.217	1.200	1.820
- Rau quả		344		259		300
- Cao su	308	166	708	1.286	750	1.420
- Hạt tiêu	57	91	117	190	100	300
- Nhân điều	44	152	127	504	155	640
- Chè các loại	68	78	106	110	118	130
II. Nhóm hàng khoáng sản						9.390
- Dầu thô	16.732	3.126	16.419	8.265	15.200	8.400
- Than đá	4292	113	19.307	915	32.000	990
III. Nhóm hàng CN chế biến						21.400
- Hàng dệt may		1.975		5.834		7.700
- Giày dép		1.587		3.592		3.900
- Hàng Đủ & LK		710		1.708		2.200
- Hàng TCMN		206		630		740
- Sản phẩm gỗ		344		1.933		2.340
- Sản phẩm nhựa		120		480		700
- Dây điện và cáp điện		181		705		850
- Túi xách, vali, mũ, ô dù		183		503		600
- Nhóm sản phẩm cơ khí				1.000		2.200
IV. Nhóm hàng hóa khác				5.943		7.350

Nguồn: Bộ Công Thương

Tuy nhiên, nhìn vào cơ cấu hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam, có thể thấy nông, lâm, thủy sản, dệt may, da giày, sản phẩm gỗ, sản phẩm nhựa... đều là những mặt hàng công kênh, giá rẻ vì chủ yếu là hàng nguyên liệu, hàng gia công chế biến. Các nhóm hàng này khi vận tải ra nước ngoài đều tốn dung tích container làm cho chi phí vận tải/đơn vị hàng hóa khá cao, đẩy tổng chi phí xuất khẩu lên cao.

Bên cạnh đó, tình trạng lạm phát toàn cầu đang làm cho hoạt động xuất khẩu trở nên khó khăn hơn một phần do chi phí vận tải tăng mạnh trước tác động của giá xăng dầu trên thị trường thế giới tăng nhanh.

Ở Việt Nam, chỉ riêng trong năm 2007, chi phí vận tải trong nước đã tăng tới 60 - 70% so với năm 2005. Ví dụ, chi phí chuyên chở 1 tấn cà phê bằng xe tải từ vùng Tây Nam tỉnh Đắk Lắk - khu vực trồng cà phê lớn nhất của Việt Nam - đến cảng Thành phố Hồ Chí Minh (đoạn đường dài khoảng 350 km) đã tăng từ mức 180.000 - 200.000 đồng/tấn (tương đương 11,2 - 12,4 USD/tấn) năm 2005 lên 300.000 đồng/tấn (tương đương 18,6 USD/tấn) năm 2007.

1.2.1. Thực trạng chính sách của Nhà nước đối với chi phí vận tải, giao nhận hàng hóa

Trong những năm gần đây, Chính phủ và các Bộ, Ngành liên quan (Bộ Giao thông vận tải, Bộ Công Thương, Bộ Tài chính...) đã có nhiều văn bản pháp lý điều chỉnh hoạt động vận tải, giao nhận hàng hoá nói chung và hàng hóa xuất khẩu nói riêng nhằm giảm thiểu các chi phí liên quan.

Đặc biệt, từ năm 2005, Nhà nước không trực tiếp định mức cước phí vận tải (nội địa và quốc tế) đối với hàng hóa xuất khẩu mà các doanh nghiệp được quyền tự quyết định theo quy luật cung - cầu trên thị trường. Mặt khác, mức giá các dịch vụ cảng biển là tương đối “mở” đã giúp cho các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ cảng biển Việt Nam được chủ động quyết định. Đây cũng là điều kiện thuận lợi để các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ

cảng biển được tự do cạnh tranh để cung cấp dịch vụ tốt nhất cho khách hàng.

Đối với dịch vụ hàng hải, Quyết định số 88/2004/QĐ- BTC ngày 19/11/2004 quy định từ ngày 1/1/2005, phí trọng tải tàu giảm thêm 45%; phí đảm bảo hàng hải giảm thêm 27%, phí hoa tiêu đối với các tuyến có cự ly từ 30 hải lý trở lên giảm từ 21% - 29%, phí neo đậu và phí sử dụng cầu, bến, phao neo giảm từ 11% đến 17% so với trước năm 2005.

Đặc biệt, từ 1/1/2006 phí đảm bảo hàng hải được điều chỉnh giảm còn 75% so với mức năm 2005 theo quy định tại Thông tư số 58/2005/TT-BTC ngày 18/07/2005 của Bộ Tài chính về chế độ thu, nộp và quản lý sử dụng phí, lệ phí cảng vụ vận chuyển bằng đường thủy nội địa. So với quy định tại Quyết định số 62/2003/QĐ/BTC ngày 25/4/2003 của Bộ Tài chính thì mức phí, lệ phí cảng vụ đường thủy nội địa của Việt Nam đã được cắt giảm tương đối nhiều.

Điều này cho thấy mức giá dịch vụ hàng hải của Việt Nam hiện đang tiệm cận dần với giá quốc tế nhằm khuyến khích chủ hàng và chủ tàu không “ngại” khi qua cảng Việt Nam để bốc/dỡ hàng.

Bên cạnh đó, mức giá cho dịch vụ giao nhận hàng hóa xuất khẩu ở Việt Nam ngày càng được cải thiện do hệ thống doanh nghiệp ngày càng chuyên nghiệp hơn, cơ sở hạ tầng cho dịch vụ giao nhận ngày càng hoàn thiện hơn. Mặt khác, ngày càng có nhiều chủ hàng ký hợp đồng vận tải theo phương thức MTO (vận tải đa phương thức) nên chi phí giao nhận được giảm thiểu rất đáng kể.

Nói tóm lại, trong khoảng 5 năm trở lại đây, giá các dịch vụ vận tải, giao nhận hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam đã được các doanh nghiệp đấu tranh giảm thiểu ở mức đáng kể. Nguyên nhân của những kết quả nêu trên chủ yếu là do hệ thống chính sách của Nhà nước được ban hành ngày càng đầy đủ, tạo cho doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận tải, giao nhận được hoạt động trong môi trường cạnh tranh bình đẳng và các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu được hưởng lợi từ khả năng cung cấp dịch vụ hoàn hảo, với chi phí thấp của các doanh nghiệp này.

1.2.2. Thực trạng chi phí vận tải và giao nhận trong tổng chi phí xuất khẩu của một số mặt hàng thuộc nhóm hàng nông, lâm, thủy sản

1.2.2.1. Chi phí vận tải, giao nhận trong tổng chi phí xuất khẩu gạo

Gạo là mặt hàng xuất khẩu chủ lực, chiếm khoảng 40% tổng kim ngạch xuất khẩu nông sản và trên 7% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam. Theo số liệu của Bộ Công Thương, tốc độ tăng trưởng xuất khẩu gạo của Việt Nam giai đoạn 2001 - 2007 đạt mức bình quân 17,14%/năm, kim ngạch xuất khẩu tăng từ 624,7 triệu USD năm 2001 lên 1.490 triệu USD năm 2007. Thị trường xuất khẩu gạo chủ yếu của Việt Nam là Indonesia, Philippines, Trung Đông và Châu Phi.

Bảng 1.3: Chi phí và lợi nhuận trong lưu thông XK gạo ở ĐBSCL

	Đồng/kg	% so với giá XK
1. Chi phí và lợi nhuận trong sx và LT gạo		
a) Nông dân		
Chi phí	1.515	57,6
Lợi nhuận	909	34,5
Giá bán của nông dân	2.424	92,1
b) Kênh lưu thông xuất khẩu		
Chi phí	229	8,7
Giá trị sản phẩm phụ	218	8,3
Lợi nhuận	197	7,5
Chênh lệch giá (Sản phẩm chính)	208	7,9
Giá xuất khẩu	2.632	100,0
2. Phân theo các chủ thể tham gia kênh lưu thông:		
a) Người thu gom và xay xát nhỏ		
Chi phí	105	4,0
Lợi nhuận	73	2,8

Giá bán	2.602	98,9
b) Nhà máy xay xát, đánh bóng		
Chi phí	79	3,0
Giá trị sản phẩm phụ	218	8,3
Lợi nhuận	137	5,2
Giá bán	2.600	98,8
c) Công ty vận chuyển		
Chi phí	26	1,0
Lợi nhuận	14	0,5
Giá bán	2.640	100,0
d) Công ty xuất khẩu gạo		
Chi phí	20	0,8
Lợi nhuận	-42	-1,6
Giá bán	2.618	99,5
e) VINAFOOD		
Lợi nhuận (hoa hồng)	14	0,5
Giá bán	2.632	100,0

Ghi chú: Đồng/kg gạo hay thóc qui gạo

Nguồn: Tính toán dựa trên số điều tra của Công ty ACI và nhóm nghiên cứu thuộc Ngân hàng Thế giới

Hiện nay, Việt Nam xuất khẩu khoảng 20% tổng sản lượng gạo sản xuất hàng năm và chủ yếu là gạo sản xuất ở vùng Đồng bằng Sông Cửu Long. Ở miền Bắc tỷ lệ lúa gạo hàng hóa thấp, phần lớn chỉ để tiêu dùng nội địa, phần giành cho xuất khẩu không lớn.

Bảng 1.4: Mô hình logistics đặc trưng đối với gạo xuất khẩu của Cần Thơ

	Loại phương tiện để vận chuyển gạo từ kho đến cảng	Cảng giao hàng	Người mua	Tỷ lệ (%)
1	Sà lan	HCM	Nhà NK nước ngoài	40%
2	Sà lan	HCM	Vinafood 1,2 hoặc DN xuất khẩu trong nước	30%
3	Sà lan và xe tải	Cần Thơ	Nhà NK nước ngoài	25%
4	Sà lan và xe tải	Cần Thơ	Các công ty XK gạo khác	5%

Nguồn: World Bank, Vietnam Logistics Development, Trade Facilitation

Nghiên cứu sự hình thành tổng chi phí xuất khẩu gạo ở vùng Đồng bằng Sông Cửu Long những năm gần đây cho thấy: Giá gạo thu mua của nông dân chỉ chiếm khoảng 92%, các chi phí phát sinh trong quá trình lưu thông xuất khẩu chỉ chiếm khoảng 8% trong tổng chi phí xuất khẩu gạo.

Cần Thơ là một trong những tỉnh sản xuất/xuất khẩu gạo chính của Việt Nam ở vùng Đồng bằng sông Cửu Long, đồng thời có vai trò như một trung tâm thu gom lúa gạo của khu vực để xuất khẩu. Các công ty chế biến/xuất khẩu gạo thực hiện cả việc thu gom, lưu kho và đưa hàng đến cảng gửi hàng tại Cần Thơ hay TP. Hồ Chí Minh. Mô hình tổ chức dịch vụ logistic đối với mặt hàng gạo xuất khẩu của Cần Thơ thể hiện ở bảng 1.4.

Nghiên cứu sự hình thành giá xuất khẩu gạo tại Cần Thơ cho thấy: Gạo 5% tấm có giá xuất khẩu trung bình khoảng 200 - 205 USD/tấn FOB cảng TP. Hồ Chí Minh. Chi phí trên bao gồm giá thu mua của người sản xuất tại kho thu gom (khoảng 190 -195 USD/tấn) và chi phí vận tải, giao nhận nội địa (khoảng 10 USD/tấn). Như vậy, chi phí vận tải, giao nhận nội địa đối với gạo xuất khẩu được sản xuất ở Đồng bằng Sông Cửu Long chiếm khoảng 5% trong tổng chi phí xuất khẩu hàng hóa.

Bảng 1.5: Các chi phí cấu thành giá gạo xuất khẩu thu mua ở Cần Thơ giao tại cảng TP. Hồ Chí Minh

	Loại chi phí	Mức chi phí (USD/tấn)	(%)/chi phí xuất khẩu
Thu mua ở Cần Thơ	Gạo xay xát	156,0	82,1
	VAT	3,30	1,6
	Thu gom	1,98	1,0
	Đánh bóng	20,35	10,1
	Tổng	190,65	94,9
Vận chuyển từ Cần Thơ đến TPHCM	Đóng gói	2,64	1,3
	Bốc hàng lên phương tiện từ kho	0,46	0,2
	Vận tải từ kho đến cảng	2,77	1,4
	Dỡ hàng	2,11	1,1
	Chi phí trong quá trình vận tải (không chính thức)	0,99	0,5
	Thu tục hải quan	1,32	0,7
	Tổng chi phí vận tải nội địa	10,30	5,1
Tổng		200,95	100,0

Nguồn: Phỏng vấn các công ty xuất khẩu gạo tại Cần Thơ

Để nâng cao năng lực cạnh tranh về giá trong xuất khẩu gạo trên thị trường thế giới, đặc biệt trong xu hướng giảm của giá xuất khẩu gạo trên thị trường, nhiều công ty, doanh nghiệp xuất khẩu đã ký hợp đồng giao hàng theo giá FOB cảng Cần Thơ thay vì giao hàng theo giá FOB cảng TP. Hồ Chí Minh trên cơ sở tính toán có thể giảm thiểu chi phí ở một số mục trong chi phí vận tải nội địa (Xem bảng 1.6).

Bảng 1.6: Mức tiết kiệm chi phí vận tải nội địa khi XK gạo tại cảng Cần Thơ

Các chi phí liên quan đến hoạt động vận tải (USD/tấn)	Cảng HCM	Cảng Cần Thơ
Chi phí vận tải từ kho thu gom đến cảng	2,77	0,66
Chi phí không chính thức phát sinh trong quá trình vận tải	0,99	-
Tổng	3,76	0,66
<i>Mức tiết kiệm chi phí vận tải nếu giao hàng tại cảng Cần Thơ</i>	<i>3,10</i>	

Nguồn: Phỏng vấn các công ty xuất khẩu gạo tại Cần Thơ

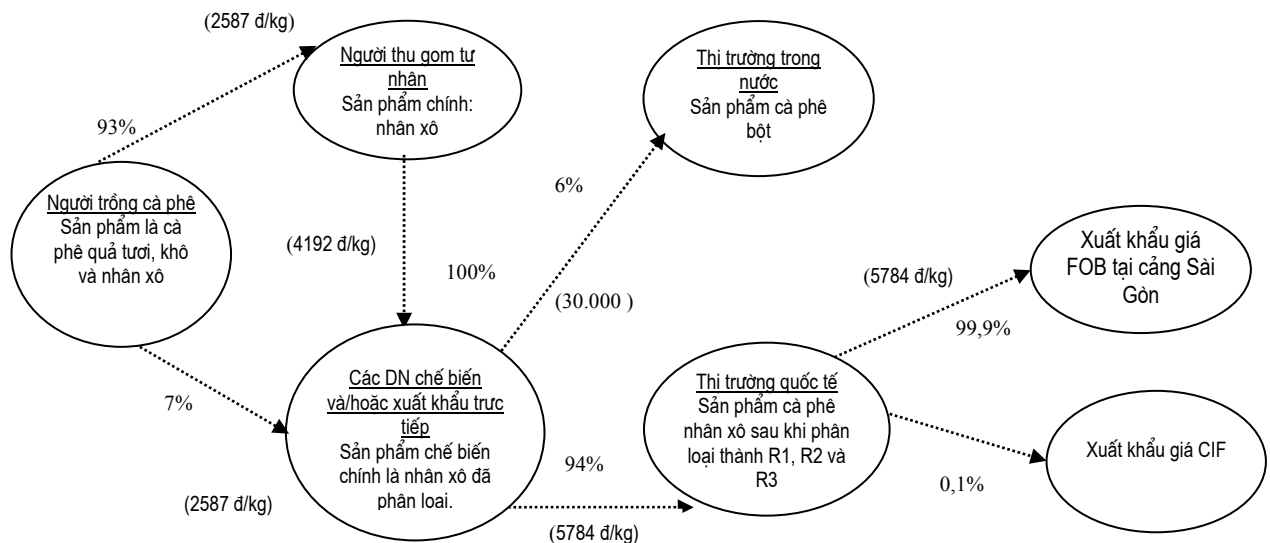
1.2.2.2. Chi phí vận tải, giao nhận trong tổng chi phí xuất khẩu cà phê

Kim ngạch xuất khẩu cà phê hiện chiếm khoảng 20% tổng kim ngạch xuất khẩu nông sản của Việt Nam với tốc độ tăng trưởng xuất khẩu bình quân trong giai đoạn 2001 - 2007 đạt 33,87%/năm, kim ngạch xuất khẩu tăng từ 391,3 triệu USD năm 2001 lên 1.911,5 triệu USD năm 2007.

Các thị trường xuất khẩu cà phê chủ yếu của Việt Nam là Đức, Hoa Kỳ, Tây Ban Nha, Thụy Sĩ và Nhật Bản.

Theo kết quả điều tra tại các vùng trồng cà phê thuộc tỉnh Đắk Lắk, phần lớn các hộ trồng cà phê đã bán cà phê sấy khô cho những cơ sở thu mua tư nhân. Những người này thường sử dụng xe công nông hoặc sử dụng ô tô tải để vận chuyển cà phê đến điểm thu mua. Tính bình quân, chi phí vận chuyển cà phê đến điểm thu mua bằng xe công nông khoảng 1.625đ/tấn/km, rẻ hơn so với mức bình quân 1.750 đ/tấn/km nếu chở bằng ô tô do ô tô chỉ đi được ở các trục đường lớn, đặc biệt là trong mùa mưa.

**Hình 1.6: Kênh chế biến và tiêu thụ cà phê tỉnh Đắk Lắk:
Chi phí từ người sản xuất đến người xuất khẩu**



Nguồn: Điều tra kênh tiêu thụ sản phẩm cà phê tại Đắk Lắk và tính toán của nhóm tác giả

Tại các cơ sở thu mua, cà phê được đánh bóng lại và phân loại theo các kích cỡ, trọng lượng và màu sắc khác. Các sản phẩm này được gọi chung là cà phê nhân xô. Một phần nhỏ sản lượng cà phê nhân xô (từ 3 đến 6%) được các doanh nghiệp chế biến tư nhân làm thành cà phê bột bán tại thị trường trong nước. Một số công ty nước ngoài không mua theo cách phân loại R1, R2 và R3 mà chủ yếu mua nguyên liệu đồng hạng, giá thấp hơn và đem về nước chế biến lại.

Hiện nay, khoảng 94% sản phẩm cà phê nhân xô của Việt Nam được xuất khẩu qua cảng Sài Gòn. Chi phí vận chuyển xuất khẩu từ Đắk Lắk đến cảng Sài Gòn (350 km) bình quân 1.500 đ/tấn/km, trong đó bao gồm cả tiền ăn, ở cho lái xe và những chi phí khác phát sinh trên đường.

Bảng 1.7: Chi phí vận chuyển cà phê từ Đắk Lắk đến cảng TP. HCM 2007

Phương tiện vận chuyển	Các công đoạn	Cự ly bq (km)	Chi phí (đồng/tấn/km)		Tổng chi phí vận chuyển (đồng/tấn)	
			2002	2007*	2002	2007*
Ô tô	Thu mua cà phê	14	2.000	2.546	28.000	28.546
Công nông	Thu mua cà phê	8	1.500	1.910	12.000	12.410
Ô tô	Bán cho DNKK	22	1.625	2.065	35.750	36.190
Ô tô	XK tại cảng Sài Gòn	350	1.500	1.910	52.500	52.910

Nguồn: Điều tra kênh tiêu thụ sản phẩm cà phê tại Đắk Lắk năm 2002 và tính toán của nhóm tác giả

** Số liệu 2007 được tính toán theo phương pháp ngoại suy với giả định chi phí vận chuyển cà phê chỉ phụ thuộc vào sự biến động của giá xăng dầu, ảnh hưởng từ các yếu tố khác là như nhau ở các thời điểm tính toán. Năm 2002, giá bán lẻ xăng dầu bình quân 11.000 đ/lít, năm 2007 con số này là 14.000 đ/lít, mức tăng là 27,3%.*

Trước đây, cà phê của Việt Nam thường được xuất khẩu theo ĐKCSGH FOB (nhà xuất khẩu có nghĩa vụ phải chịu mọi chi phí cho đến khi hàng được giao qua khỏi lan can tàu tại cảng bốc hàng quy định). Hiện nay, hàng hóa thường được đóng trong các container và chuyên chở thẳng đến cảng nhận hàng hoặc thậm trí tới tận kho của người nhận hàng.

Các doanh nghiệp xuất khẩu không thể tự đưa các container hàng hóa giao cho nhà nhập khẩu tại lan can tàu mà họ phải giao hàng cho người chuyên chở tại các bãi để container (CY- Container Yard) hay các trạm giao hàng lẻ (CFS - Container Freight Station) ở trên bờ. Việc kiểm tra, kiểm đếm giữa hai bên và cả việc thông quan của cơ quan hải quan đều diễn ra ở CY hay CFS và đây mới chính là lan can tàu theo đúng nghĩa của hàng đóng container.

Thông thường, từ lúc giao container cho người chuyên chở tại CY cho tới lúc nhận được vận đơn của hãng tàu phải mất 5 đến 7 ngày, vào mùa xuất khẩu cao điểm phải chờ trên 10 ngày. Đây chính là thiệt hại cho doanh nghiệp vì hàng đã giao cho nhà nhập khẩu nhưng họ chưa thể nhận tiền, chưa kể trường hợp nhà nhập khẩu chưa thuê được tàu, hàng xếp trong container phải nằm chờ. Và vì container chứa hàng chưa được xếp lên tàu thì nhà xuất khẩu chưa nhận được vận đơn của hãng tàu để xin chứng nhận xuất xứ hàng hoá (C/O) và gửi hồ sơ cho nhà nhập khẩu để nhận tiền từ Ngân hàng.

Trên thị trường giao nhận hàng hóa quốc tế, nhiều nước đã áp dụng phương thức FCA cho giao nhận container. Với FCA, nhà xuất khẩu chỉ phải giao container hàng cho người chuyên chở của nhà nhập khẩu ở trên bờ, và chỉ cần nhận vận đơn của nhà chuyên chở container trên bờ là có thể thực hiện thanh toán với nhà nhập khẩu, thay vì phải đợi vận đơn của hãng tàu.

Nghiên cứu cụ thể chi phí vận tải đối với cà phê xuất khẩu bằng container

Để nghiên cứu chi phí vận tải cà phê ở các nước khác nhau, người ta tiến hành phân tích toàn bộ các khâu của dây chuyền vận tải đối với hàng hóa xuất khẩu từ kho của người sản xuất hay thu gom cho đến khi dỡ hàng ở cảng đến tại châu Âu, có tính đến các hình thức tổ chức vận tải hiện đại.

Chi phí vận tải cà phê xuất khẩu bằng container của một số nước đến các cảng Le Harve (CH Pháp) năm 2005

Đơn vị tính: USD/tấn

Nước xuất khẩu	Côte d'Ivoire	Camerun	Costa Rica	Việt Nam	Indonesia
Vận tải trên đất liền	73	66	68	2.5	21
Lệ phí cảng xuất khẩu	10	14	1	3	10
Cước phí vận tải biển	90	94	100	74	79
Phí xếp dỡ cảng nhập khẩu	10	10	10	10	10
Tổng chi phí vận tải	183	184	179	112	120
Giá bán (CIF cảng Ch. Âu)	2090	2090	2986	1700	1798
<i>Tỷ trọng chi phí vận tải/ Giá xuất khẩu</i>	<i>8,76%</i>	<i>8,80%</i>	<i>6,00%</i>	<i>6,6%</i>	<i>6,67%</i>

Nguồn: *Vận tải quốc tế và bảo hiểm vận tải quốc tế* - Trường Đại học Kinh tế TP. HCM, 2006.

Nhìn một cách chung nhất, chi phí vận tải hiện đang chiếm khoảng từ 6 - 9% trong tổng chi phí xuất khẩu của mặt hàng cà phê (tính theo giá CIF cảng Le Harve). Các nước Châu Phi có chi phí vận tải đến cảng Le Harve là cao nhất (Côte d'Ivoire là 183 USD/tấn; Cameroun là 184 USD/tấn, Costa Rica là 179 USD/tấn), chi phí vận tải cà phê đến Le Harve từ các nước Châu Á có mức thấp hơn (Indonesia là 120 USD/tấn, Việt Nam là 112 USD/tấn). Mức chênh lệch giữa chi phí vận tải cà phê của Việt Nam so với của Cameroun lên tới 75 USD/tấn (khoảng hơn 3% giá xuất khẩu cà phê của Cameroun).

1.2.2.3. Chi phí vận tải, giao nhận trong tổng chi phí xuất khẩu thủy sản

Như ta đã biết, từ nhiều năm nay, thủy sản là một trong những mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam. Đến năm 2007, Việt Nam trở thành một trong 10 nước xuất khẩu thủy sản lớn nhất thế giới sang 128 quốc gia với giá trị xuất khẩu đạt 3,7 tỷ USD.

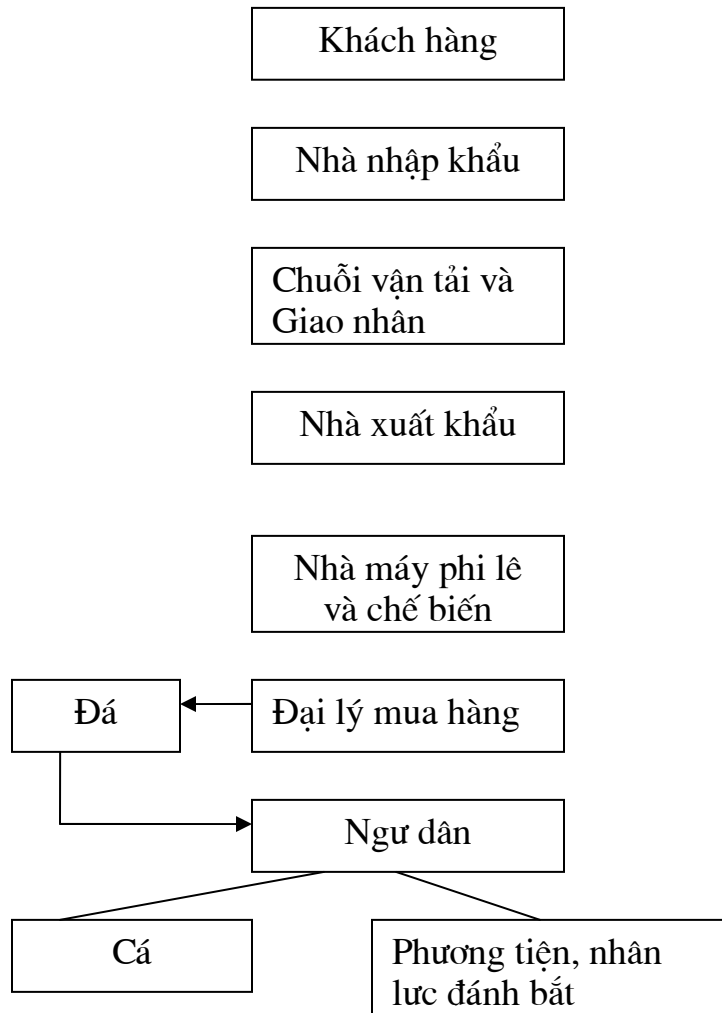
Khác với các mặt hàng khác, quá trình vận hành của thị trường thủy sản khá phức tạp. Đối với các sản phẩm khai thác, đường đi của các mặt hàng thủy sản như sau: Từ ngư dân đến người bán buôn, đến cơ sở chế biến, đến người xuất khẩu và người bán lẻ. Các sản phẩm thủy sản chế biến có thể đi từ người sản xuất và người nhập khẩu qua người bán buôn và người chế biến, người bán lẻ rồi đến người tiêu dùng (bao gồm cả các cơ sở tiêu dùng lớn).

Theo các số liệu điều tra, có tới 90% sản phẩm khai thác được đem bán cho người bán buôn, 62,1% sản phẩm lại từ người bán buôn tới các cơ sở chế biến. Từ các cơ sở chế biến, có tới 93,6% sản phẩm đem xuất khẩu. Nhiều doanh nghiệp hay tập đoàn sản xuất còn khép kín cả quy trình từ nuôi trồng đến chế biến xuất khẩu hay phục vụ tiêu thụ trong nước.

Do đặc tính dễ bị hư hỏng của thủy sản tươi sống nên hoạt động vận chuyển có vai trò quan trọng trong khâu phân phối sản phẩm tới thị trường. Đối với người sản xuất cũng như người bán buôn hay bán lẻ thủy sản, họ luôn cố gắng chuyên chở sản phẩm nhanh nhất tới nơi bán hàng. Các phương tiện vận chuyển thủy sản chủ yếu là: Xe tải (được 36,2% người bán buôn và 40,4% người bán lẻ sử dụng), xe tải có thiết bị lạnh để trung chuyển hàng thủy sản (được sử dụng ở 19,2% các cơ sở chế biến)...

Trong quá trình bảo quản và chế biến hàng hóa, đá và muối là các vật liệu được sử dụng rộng rãi ở bất cứ cấp độ nào khi tiếp cận thị trường. Đối với ngư dân, đá và muối được sử dụng để bảo quản thủy sản khai thác được cho tới khi bốc lên bờ hoặc giao lên tàu vận tải ra nước ngoài. Phần lớn ngư dân cho biết họ phải chở đá từ bờ ra biển để ướp cá sau khi đánh bắt. Chỉ có 3,9% ngư dân có máy phát lạnh và 2,8% có máy sản xuất đá ngay trên tàu cá. Đối với hàng xuất khẩu, các doanh nghiệp thường phải sử dụng phương tiện vận tải có trang bị thiết bị lạnh để bảo quản cho đến khi giao xong hàng lên các phương tiện vận tải chuyên dụng.

Hình 1.7. Quá trình tham gia thị trường của các sản phẩm thủy sản



Nguồn: *Hiệp hội Thủy sản Việt Nam*

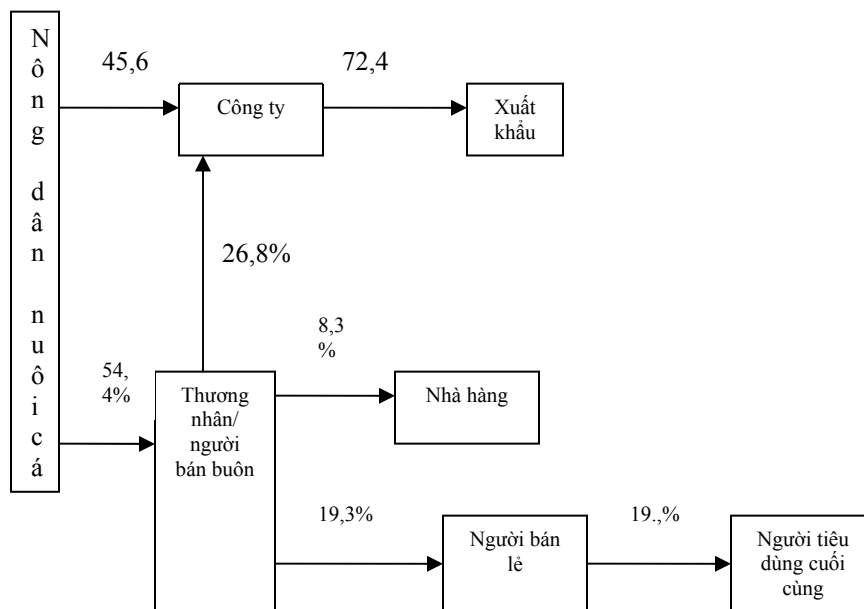
Đối với người bán buôn và bán lẻ thì phương tiện bảo quản còn rất thô sơ và thiếu. Chỉ có 2% người bán buôn và 1,6% người bán lẻ có máy phát lạnh, 2,3% người bán buôn và 7,4% người bán lẻ có kho lạnh và xe vận tải lạnh. Điều dễ nhận thấy là trong số các sản phẩm chế biến, các sản phẩm đông lạnh là chủ yếu, các sản phẩm giá trị gia tăng chiếm tỷ lệ nhỏ. Vì vậy, chi phí đối với các thành phần tham gia thị trường đối với các mặt hàng thủy sản là rất khác nhau. Đối với người bán buôn và bán lẻ thủy sản, chi phí mua

hàng chiếm tới hơn 94%, các mục khác như: Chi phí vận tải, giao dịch, quảng cáo nhỏ hơn 1% tổng chi phí kinh doanh. Đối với các cơ sở chế biến và xuất khẩu thủy sản thì chi phí cho nguyên liệu sản xuất chiếm tới 70,1% tổng chi phí, phần còn lại là các khoản chi phí vận tải, giao nhận, quảng cáo, xúc tiến xuất khẩu...

Hơn thế, với mỗi mặt hàng thủy sản xuất khẩu khác nhau thì tỷ trọng chi phí vận tải, giao nhận trong tổng chi phí xuất khẩu là không giống nhau.

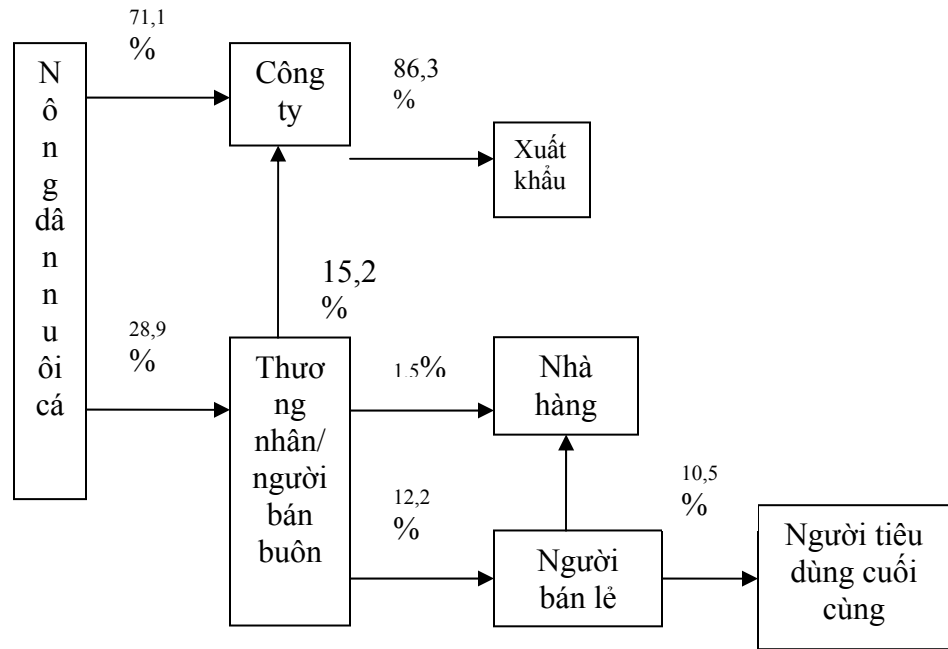
Cá tra và cá ba sa là các mặt hàng thủy sản xuất khẩu có kim ngạch lớn của Việt Nam hiện nay (sau mặt hàng tôm các loại). Trong Hồ sơ nuôi trồng thủy sản của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đã chỉ ra rằng, phần lớn cá tra, cá ba sa đi từ nông dân đến các nhà chế biến một cách trực tiếp hoặc thông qua thương nhân và khoảng 80% các sản phẩm cá tra, cá ba sa được xuất khẩu dưới các hình thức như: Sản phẩm chế biến, cà phi lê, nguyên liệu... Chi phí hình thành qua các khâu từ sản xuất đến tiêu thụ cá tra, cá ba sa được thể hiện như sau:

Hình 1.8. Chi phí trong quá trình tham gia thị trường đối với cá tra



Nguồn: Viện Kinh tế và Quy hoạch thủy sản

Hình 1.9. Chi phí trong quá trình tham gia thị trường đối với cá ba sa



Nguồn: Viện Kinh tế và Quy hoạch thủy sản

Khảo sát mới đây tại một số công ty xuất khẩu thủy sản tại các tỉnh vùng Đồng bằng Sông Cửu Long cho thấy: Trước đây, sau khi chế biến thủy sản ở các nhà máy trên địa bàn các tỉnh, các doanh nghiệp phải vận chuyển bằng xe trữ đông về TP. Hồ Chí Minh để đóng hàng vào container tại cảng Sài Gòn nên phát sinh nhiều chi phí xếp dỡ mà chất lượng hàng hóa không được đảm bảo.

Từ năm 2000 trở lại đây, để phục vụ nhu cầu vận chuyển hàng hóa xuất nhập khẩu nói chung và các mặt hàng thủy sản nói riêng tại các Tỉnh Đồng bằng Sông Cửu long, Công ty CP Hàng hải Sài Gòn đã mở tuyến vận chuyển container đường thủy nội địa bằng sà lan từ Cần Thơ - TP. Hồ Chí Minh thông qua Cảng Cần Thơ. Hàng hóa được chính công nhân đóng vào container tại kho nhà máy, được vận chuyển nguyên container từ Cần Thơ đến cảng Sài Gòn và giao lên tàu vận tải quốc tế chuyên chở đến cảng đích ở nước ngoài. Trong quá trình vận tải nội địa, nhiệt độ hàng hóa luôn được đảm bảo cho đến khi giao xong cho người vận tải quốc tế và đến khi giao xong cho nhà nhập khẩu.

Với sản lượng vận chuyển khoảng 1500 TEUs/tháng (chủ yếu là hàng thủy sản đông lạnh), việc đưa tuyến vận tải nội địa Cần Thơ - cảng TP. Hồ Chí Minh vào hoạt động đã đưa sản lượng và kim ngạch xuất khẩu hàng thủy sản năm 2007 tăng 15% so với năm 2006. Riêng kim ngạch xuất khẩu cá basa và cá tra của khu vực Đồng bằng Sông Cửu long tăng từ 328 triệu USD năm 2005 đến 661 triệu USD năm 2006, 1,5 tỉ USD năm 2007 và chi phí vận tải, giao nhận đối với các mặt hàng thủy sản được giảm thiểu đáng kể.

1.2.3. Thực trạng chi phí vận tải và giao nhận trong tổng chi phí xuất khẩu của một số mặt hàng thuộc nhóm hàng công nghiệp chế biến

1.2.3.1. Chi phí vận tải, giao nhận trong tổng chi phí xuất khẩu hàng dệt may

Xuất khẩu dệt may của Việt Nam trong giai đoạn 2001 - 2007 tăng khá cao (đạt mức bình quân 26,0%/năm), kim ngạch xuất khẩu tăng từ 1.975,4 triệu USD năm 2001 lên 7.749,7 triệu USD năm 2007.

Tuy nhiên, ngành dệt may Việt Nam vẫn chủ yếu là thực hiện gia công may mặc theo hợp đồng thầu phụ với các đối tác nước ngoài (Phần lớn thầu phụ được thực hiện thông qua các đối tác Đài Loan, Hàn Quốc, Hồng Kông và Nhật Bản) - người cung cấp các mẫu thiết kế, tiếp thị và nguyên liệu cho gia công. Sau khi hoàn tất, hàng dệt may thành phẩm được xuất khẩu sang các thị trường nhập khẩu cuối cùng theo ĐKCSGH FOB hay CFR. Các thị trường xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam là Mỹ, các nước thành viên EU, Nhật Bản... Cơ chế này tạo nên nhu cầu vận chuyển cao đối với hàng nguyên phụ liệu nhập khẩu và thành phẩm xuất khẩu trong ngành dệt may. Vì vậy, tổ chức logistic - vận chuyển, giao nhận nguyên phụ liệu nhập khẩu đến các nhà máy sản xuất cũng như giao nhận, vận chuyển hàng dệt may thành phẩm xuất khẩu - kịp thời, hiệu quả đóng vai trò rất quan trọng trong sản xuất và xuất khẩu hàng dệt may.

Bảng 1.8: Chi phí logistics đối với hàng dệt may xuất khẩu (USD/TEU)

CFR đến cảng nước ngoài			Hàng hoá			
			19.000 USD	37.500 USD	41.250 USD	80.000 USD
Chi phí vận tải đường bộ từ kho đến cảng Hải Phòng	A	Chi phí (USD)	112	112	112	112
		Chi phí/CFR(%)	0,6	0,3	0,3	0,1
	B	Chi phí (USD)	96	96	96	96
		Chi phí/CFR(%)	0,5	0,3	0,2	0,1
Chi phí vận chuyển từ CY Hải Phòng đến CY nước NK	Nhật	Chi phí (USD)	600	600	600	600
		Chi phí/CFR(%)	3,2	1,6	1,5	0,8
	EU	Chi phí (USD)	1.700	1.700	1.700	1.700
		Chi phí/CFR (%)	8,9	4,5	4,1	2,1
Chi phí Logistics từ kho đến CY nước NK (A+ phí vận chuyển)	Nhật	Chi phí (USD)	712	721	712	712
		Chi phí/CFR (%)	3,7	1,9	1,7	0,9
	EU	Chi phí (USD)	1.812	1.812	1.812	1.812
		Chi phí/CFR(%)	9,5	4,8	4,4	2,3

A: Chi phí vận chuyển nội địa, bao gồm cả C&Q;

B: Không bao gồm C&Q

Nguồn: World Bank, Vietnam Logistics Development, Trade Facilitation

Kết quả khảo sát các doanh nghiệp xuất khẩu hàng dệt may ở miền Bắc năm 2007 cho thấy họ phải tổ chức vận chuyển nguyên container hàng thành phẩm tới bãi xếp container (CY). Các thành viên của Vinatex thường sử dụng dịch vụ của Công ty giao nhận vận tải của Vinatex để thực hiện các hoạt động này.

Giá trị của mỗi lô hàng rất khác nhau phụ thuộc vào chủng loại hàng hóa, chi phí cho vận tải mỗi container ít phụ thuộc vào tính chất của hàng hóa mà thường giao động trong khoảng 1- 10% giá trị hàng hóa vận chuyển.

Theo Vinatex, tỷ lệ giữa chi phí của vật liệu, sản xuất và logistic thường vào khoảng 55 - 60 %, 25 – 30% và 5%, còn lại là các chi phí khác.

1.2.3.2. Chi phí vận tải, giao nhận trong tổng chi phí xuất khẩu hàng giày dép

Xuất khẩu giày dép của Việt Nam đạt tốc độ tăng trưởng bình quân 17,03%/năm trong giai đoạn 2001 - 2007 với kim ngạch xuất khẩu tăng từ 1.560 triệu USD năm 2001 lên 3.994 triệu USD năm 2007. Mỹ, EU và Nhật Bản là các thị trường xuất khẩu giày dép chủ yếu của Việt Nam.

Cũng như dệt may, sản xuất và xuất khẩu giày dép của Việt Nam phụ thuộc nhiều vào hàng nguyên, phụ liệu nhập khẩu, hầu hết là được cung cấp bởi các đối tác liên doanh theo điều kiện CIF cảng Việt Nam và xuất khẩu thành phẩm ra nước ngoài theo điều kiện FOB cảng Việt Nam.

Bảng 1.9: Chi phí vận tải nội địa đối với giày dép XK (USD/TEU)

FOB Hải Phòng	Giày dép			
		35.000 USD	75.000 USD	
Chi phí vận tải đường bộ từ kho của người sản xuất đến CY Hải Phòng	(A)	Chi phí	170	170
		Chi phí/FOB Hải Phòng	0,5%	0,2%
	(B)	Chi phí	150	150
		Chi phí/FOB Hải Phòng	0,4%	0,2%

A: phí vận chuyển nội địa, bao gồm cả C&Q;

B: không bao gồm C&Q

Nguồn: World Bank, *Vietnam Logistics Development, Trade Facilitation*

Đối với các cơ sở sản xuất tại miền Bắc, chi phí logistic bao gồm chi phí vận chuyển, giao nhận hàng thành phẩm từ cơ sở sản xuất đến CY Hải Phòng để vận chuyển đến nước nhập khẩu.

Cùng với chi phí vận tải nội địa, chi phí giao nhận hàng hóa cũng tăng nhanh trong thời gian qua đã làm cho chi phí xuất khẩu hàng hóa tăng lên đáng kể.

Bảng 1.10. Chi phí vận tải và giao nhận hàng hóa từ Hà Nội đến CY cảng Hải phòng đối với cont. 20 feet

TT	Chỉ tiêu	Năm 2007		Năm 2008	
		Giá thành (1000.đ)	Tỷ lệ (%)	Giá thành (1000.đ)	Tỷ lệ (%)
1	Cước phí vận tải	2.150	47,25	2.550	50,50
2	Phí nâng hạ container	500	10,99	500	9,90
3	Phí THC	1.100	24,18	1.200	23,76
4	Phí thuê đại lý nhận hàng, làm thủ tục Hải quan	800	17,58	800	15,84
	Tổng	4.550	100,0	5.050	100,0

Nguồn: Số liệu từ Hiệp hội Giao nhận vận tải Việt Nam năm 2008

Theo tính toán của các chuyên gia, tổng chi phí logistic từ cơ sở sản xuất đến CY Hải Phòng và đến CY nước ngoài thường vào khoảng 10% so với tổng chi phí xuất khẩu đối với các mặt hàng giày dép.

1.3. ĐÁNH GIÁ CHUNG VỀ THỰC TRẠNG CHI PHÍ VẬN TẢI VÀ GIAO NHẬN TRONG TỔNG CHI PHÍ XUẤT KHẨU CỦA MỘT SỐ MẶT HÀNG XUẤT KHẨU CHỦ LỰC CỦA VIỆT NAM

1.3.1. Những kết quả đạt được

- Trong những năm gần đây, các chi phí liên quan đến hoạt động vận tải, giao nhận hàng hoá xuất khẩu đã được giảm thiểu một cách đáng kể. Đặc biệt, từ năm 2005, Nhà nước không trực tiếp định mức cước phí vận tải (nội địa và quốc tế) đối với hàng hóa xuất khẩu mà các doanh nghiệp được quyền tự thỏa thuận theo quy luật cung - cầu trên thị trường.

- Mức giá cho dịch vụ vận tải, giao nhận hàng hóa xuất khẩu ở Việt Nam ngày càng được cải thiện do hệ thống doanh nghiệp cung cấp dịch vụ vận tải, giao nhận ngày càng chuyên nghiệp hơn, cơ sở hạ tầng cho dịch vụ nói trên ngày càng hoàn thiện hơn.

- Ngày càng có nhiều doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu của Việt Nam ký hợp đồng vận tải theo phương thức MTO (vận tải đa phương thức) nên chi phí vận tải và giao nhận được giảm thiểu đáng kể.

- Các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu các mặt hàng nông, lâm, thủy sản và hàng công nghiệp chế biến, chế tạo luôn chủ động trong việc sản xuất/thu gom để có đủ hàng hóa với chất lượng đảm bảo để sẵn sàng giao hàng cho người vận tải hoặc cho đại lý giao nhận đã được chỉ định.

Sự “sẵn sàng” này đã giúp cho các doanh nghiệp chủ hàng không phải trả thêm khoản chi phí do hàng hóa bị ứ đọng do phải đợi container hoặc chi phí do container phải chờ đợi do chưa có hoặc chưa đủ hàng hóa để giao.

- Các doanh nghiệp chủ hàng Việt Nam đã chủ động liên kết sản xuất, tạo những lô hàng xuất khẩu lớn (nhất là hàng nông, lâm, thủy sản) để tận dụng hết dung tích container, tránh phải trả chi phí vận tải và giao nhận hàng lẻ ở mức cao hơn chi phí vận tải và giao nhận hàng nguyên container gây tổn kém cho doanh nghiệp.

Nguyên nhân dẫn đến những kết quả nêu trên là do:

- Việc giảm thiểu chi phí vận tải, giao nhận đối với hàng hóa xuất khẩu sẽ là cơ sở để giảm chi phí xuất khẩu. Vì vậy, các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu Việt Nam luôn tìm mọi biện pháp để cắt giảm các chi phí này đến mức thấp nhất nhằm mục tiêu tăng lợi nhuận và nâng cao năng lực cạnh tranh của hàng hóa và doanh nghiệp trên thị trường.

- Hội nhập kinh tế quốc tế, đặc biệt việc trở thành thành viên chính thức thứ 150 của Tổ chức Thương mại thế giới đã tạo cho Việt Nam có được môi trường pháp lý ngày một minh bạch và dần tiệm cận với các tiêu chuẩn của quốc tế. Điều này đòi hỏi các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận tải, giao nhận phải đưa ra thị trường các dịch vụ có chất lượng cao và với chi phí thấp

và doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu được hưởng lợi từ việc cắt giảm chi phí đó.

- Để thực hiện được mục tiêu từng bước giảm thiểu chi phí liên quan đến hoạt động vận tải, giao nhận đối với hàng hóa xuất khẩu, các doanh nghiệp đã được sự hỗ trợ từ phía Chính phủ trong việc cải tạo và xây dựng mới hệ thống cơ sở hạ tầng hiện đại (đường sá, cầu cống, bến cảng, kho bãi...), đưa công nghệ thông tin vào phục vụ hoạt động của dịch vụ vận tải, giao nhận hàng hoá xuất khẩu, đưa ra các chính sách, biện pháp để giảm thiểu các chi phí liên quan đến các dịch vụ nêu trên... Sự hỗ trợ từ phía Chính phủ đang có tác động tốt cho các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận tải, giao nhận trong việc giảm thiểu chi phí và từ đó, doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu cũng được hưởng lợi.

1.3.2. Một số tồn tại cần giải quyết để giảm thiểu chi phí vận tải, giao nhận đối với các mặt hàng xuất khẩu chủ lực ở Việt Nam

Bên cạnh những kết quả đã đạt được, việc giảm thiểu các chi phí liên quan đến hoạt động vận tải, giao nhận đối với các mặt hàng nông, lâm, thủy sản và hàng công nghiệp chế biến của Việt Nam đang phải đối mặt với một số tồn tại cần quan tâm giải quyết là:

- Chi phí cho từng loại dịch vụ vận tải, giao nhận trong tổng giá xuất khẩu của các mặt hàng nông sản và hàng công nghiệp chế biến của Việt Nam đang ở mức cao so với chi phí cùng loại của các nước khác trong khu vực. Hay nói cách khác, tỷ trọng của chi phí vận tải, giao nhận đang là con số đáng kể trong tổng giá xuất khẩu của hàng hoá.

- Một hạn chế khác làm cho chi phí vận tải, giao nhận các mặt hàng nông sản và hàng công nghiệp chế biến của Việt Nam đang ở mức cao là do doanh nghiệp còn phải trả nhiều khoản chi phí không chính thức phát sinh trong quá trình đưa hàng hoá đến với người nhập khẩu.

- Trong quan hệ thương mại quốc tế, phần lớn các doanh nghiệp chủ hàng Việt Nam đều xuất khẩu hàng hóa theo điều kiện FOB, FCA trong incoterms (nghĩa là người bán chỉ cần giao hàng qua lan can tàu tại cảng bốc hàng theo qui định là hết trách nhiệm). Như vậy, quyền chỉ định hãng cung

cấp dịch vụ vận tải thuộc về người mua và đương nhiên họ sẽ chỉ định một doanh nghiệp/công ty nước họ để thực hiện nghiệp vụ này, khi đó các công ty vận tải, giao nhận của Việt Nam sẽ là người ngoài cuộc.

Bất cập này không phải dễ dàng giải quyết vì phần lớn các nhà xuất khẩu của Việt Nam đều gia công hoặc xuất hàng cho những khách hàng lớn - người mà đã có những hợp đồng dài hạn và toàn cầu với các công ty logistic. Đơn cử như hãng giày Nike - công ty có rất nhiều hợp đồng gia công xuất khẩu giày dép với các doanh nghiệp Việt Nam nhưng riêng về khâu vận tải và giao nhận thì các doanh nghiệp Việt Nam không thể tham gia vào trong quá trình thương thảo. Trên thực tế Nike đang sử dụng hai công ty là Maersk Logistics và APL Logistic chuyên cung cấp dịch vụ logistics cho mình.

Nguyên nhân của những bất cập trong việc giảm thiểu chi phí liên quan đến hoạt động vận tải, giao nhận hàng nông, lâm, thủy sản và hàng công nghiệp chế biến xuất khẩu của Việt Nam trong thời gian qua là:

- Chúng ta hiện đang thiếu một hệ thống các văn bản pháp lý đầy đủ và minh bạch nhằm điều chỉnh hoạt động vận tải, giao nhận một cách hợp lý và có hiệu quả, nhiều văn bản của các Bộ, Ngành liên quan chưa nhất quán, đôi khi chồng chéo làm hiệu quả thực thi kém và phát sinh thêm chi phí.

- Ở Việt Nam hiện đang thiếu các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ vận tải, giao nhận hàng hoá xuất khẩu chuyên nghiệp, có khả năng cung cấp các dịch vụ một cách hoàn hảo với chi phí thấp nên các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu hàng nông, lâm, thủy sản và hàng công nghiệp chế biến chủ yếu vẫn phải thuê dịch vụ của các hãng vận tải, giao nhận nước ngoài. Điều này sẽ không mấy thuận lợi nếu doanh nghiệp chủ hàng Việt Nam muốn thương lượng hay thỏa thuận mức giá cước vận tải hay mức chi phí giao nhận thấp.

- Công tác cải cách hành chính ở Việt Nam chưa được cải cách một cách triệt để, nhiều thủ tục rườm rà, chưa thật sự thuận lợi cho doanh nghiệp sử dụng dịch vụ.

- Việc giảm thiểu các chi phí liên quan đến hoạt động vận tải và giao nhận của các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu hàng nông sản và hàng công

ngành chế biến Việt Nam chịu sự ảnh hưởng của sự biến động khó dự đoán của giá xăng dầu thế giới và trong nước.

- Các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu hàng nông, lâm, thủy sản và hàng công nghiệp chế biến của Việt Nam còn thiếu hẳn sự liên kết cần thiết, chưa có các biện pháp thiết thực để tạo các lô hàng lớn theo yêu cầu của người nhập khẩu nhằm tránh những bất lợi về chi phí vận tải và giao nhận hàng hóa khi phải gửi hàng lẻ với mức chi phí cao hơn.

Chương 2

MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM GIẢM THIỂU CHI PHÍ VẬN TẢI VÀ GIAO NHẬN ĐỐI VỚI HÀNG HÓA XUẤT KHẨU CHỦ LỰC CỦA VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP

2.1. XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ LOGISTICS THẾ GIỚI VÀ NHỮNG CƠ HỘI, THÁCH THỨC CỦA DOANH NGHIỆP VIỆT NAM TRONG VIỆC GIẢM THIỂU CHI PHÍ VẬN TẢI VÀ GIAO NHẬN HÀNG HÓA XUẤT KHẨU

2.1.1. Xu hướng phát triển dịch vụ logistics thế giới

Như ta đã biết, sự phát triển của dịch vụ logistics thế giới phụ thuộc chủ yếu vào sự phát triển của khối lượng và trị giá hàng hoá, dịch vụ được lưu chuyển trên phạm vi toàn cầu đồng thời với sự phát triển của khoa học kỹ thuật và công nghệ thông tin.

Theo dự báo mới nhất của Ngân hàng thế giới, tổng thương mại toàn cầu về hàng hóa và dịch vụ sẽ đạt 11,2 ngàn tỷ USD vào năm 2010. Những thoả thuận về tự do hoá thương mại sẽ mở ra những cơ hội tiếp cận thị trường và việc cắt giảm các rào cản đối với sản phẩm nông nghiệp, hàng dệt, hàng may mặc và các hàng công nghiệp chế tạo sử dụng nhiều lao động khác là điều quan trọng có tính quyết định đối với triển vọng thương mại hàng hoá trong những năm tới.

Cùng với xu thế phát triển của kinh tế và thương mại thế giới, trong giai đoạn từ nay đến năm 2010 và những năm tiếp theo, dịch vụ logistics thế giới sẽ phát triển theo các xu hướng chính sau đây:

a/ Xu thế toàn cầu hoá và tự do hoá thương mại dịch vụ nói chung và dịch vụ logistics nói riêng

Xu thế tất yếu của thời đại ngày nay là xu hướng toàn cầu hoá nền kinh tế thế giới. Bất kỳ một quốc gia hay ngành nghề nào, không phân biệt lớn hay nhỏ, mới hay cũ, muốn tồn tại và phát triển thì phải chấp nhận và tích cực tham gia vào xu thế mới này. Toàn cầu hoá tuy có những nhược

điểm riêng nhưng ưu điểm lớn nhất của nó là làm cho nền kinh tế thế giới phát triển năng động và vững chắc hơn.

Tự do hoá thương mại và quá trình hội nhập kinh tế toàn cầu tiếp tục tạo điều kiện thuận lợi cho thương mại và đầu tư quốc tế phát triển. Các rào cản đối với thương mại được cắt giảm trong khuôn khổ các Hiệp định thương mại song phương và đa phương sẽ tạo điều kiện cho khối lượng thương mại gia tăng nhanh chóng. Chính sách tự do hoá thương mại và mở cửa đối với các dòng vốn sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho việc mở rộng nền kinh tế đối với các nước đang phát triển, đặc biệt là những nước mà ở đó thương mại quốc tế đã đóng một vai trò quan trọng trong phát triển kinh tế.

Đồng thời, toàn cầu hoá sẽ làm cho quan hệ thương mại giữa các quốc gia, khu vực trên thế giới phát triển mạnh mẽ và từ đó sẽ kéo theo những nhu cầu mới về vận chuyển hàng hoá, giao nhận, kho bãi, các dịch vụ phụ trợ...

Nói cách khác, xu thế toàn cầu hoá và tự do hoá thương mại (đặc biệt là thương mại dịch vụ) sẽ dẫn đến sự ra đời và phát triển tất yếu của dịch vụ logistics toàn cầu (Global Logistics).

b/ Xu thế hình thành các doanh nghiệp chuyên môn hoá, các tập đoàn chuyên kinh doanh dịch vụ logistics

Hiện nay, do nhu cầu lưu chuyển hàng hoá phục vụ người tiêu dùng trên phạm vi toàn cầu là rất lớn và ngày càng tăng cao nên nhu cầu phát triển dịch vụ logistics với các dịch vụ cụ thể như: Dịch vụ vận chuyển, dịch vụ giao nhận, dịch vụ kho bãi và các dịch vụ khác trong hệ thống dịch vụ logistics cũng rất lớn.

Mặt khác, sự phát triển của khoa học công nghệ đang tạo ra những áp lực mới đối với nhu cầu đổi mới và đòi hỏi sự phát triển nhanh chóng hơn của các ngành dịch vụ, đặc biệt là các dịch vụ logistics phục vụ cho việc lưu chuyển và phân phối hàng hoá.

Xuất phát từ nhu cầu trên, nhiều công ty, tập đoàn kinh doanh dịch vụ logistics đã xuất hiện và nhanh chóng trở thành các nhà cung cấp dịch vụ lớn, có tính chuyên nghiệp cao, có khả năng phục vụ hiệu quả hoạt động lưu chuyển của hàng hoá từ nơi sản xuất đến nơi tiêu thụ.

Hiện nay, có nhiều tập đoàn, công ty chuyên môn hoá kinh doanh dịch vụ logistics có quy mô lớn, có phạm vi hoạt động vượt khỏi biên giới quốc gia, có khả năng tài chính mạnh, đặt trụ sở và phục vụ cho nhiều thị trường ở các nước khác nhau trên thế giới. Điều này đòi hỏi phải thiết lập hệ thống dịch vụ logistics toàn cầu để cung cấp dịch vụ theo yêu cầu của khách hàng.

Tuy nhiên, hệ thống các dịch vụ logistics ở các khu vực khác nhau, các quốc gia khác nhau có thể không hoàn toàn giống nhau, nhưng chúng đều có điểm chung là sự kết hợp khéo léo, khoa học, chuyên nghiệp một chuỗi các hoạt động như: Marketing, sản xuất, vận chuyển, thu mua, dự trữ... để đạt được mục đích thỏa mãn yêu cầu của khách hàng một cách tối đa với chi phí tối thiểu.

Mặt khác, toàn cầu hoá nền kinh tế càng sâu rộng thì tính cạnh tranh lại càng gay gắt trên quy mô toàn thế giới. Đối với dịch vụ logistics cũng vậy. Để đáp ứng nhu cầu cung ứng sản phẩm, hàng hoá một cách hiệu quả đến tay người tiêu dùng, các công ty, doanh nghiệp luôn phải cân nhắc xem mình nên tự làm hay đi thuê ngoài các dịch vụ như: Vận chuyển, giao nhận, kho bãi, dự trữ.. và nếu đi thuê ngoài thì sử dụng dịch vụ của doanh nghiệp hay tập đoàn cung ứng dịch vụ nào?

Vì thế, trên thế giới hiện có nhiều hãng sản xuất có uy tín và có tiềm lực về tài chính... đã gặt hái được những thành công to lớn trong hoạt động kinh doanh nhờ khai thác tốt hệ thống dịch vụ logistics toàn cầu như: Hawlett - Packard, Spokane Company, Ladner Buiding Products, Favoured Blend Coffee Company, Sun Microsystems, SKF, Procter & Gamble...

Bên cạnh đó, các công ty vận tải, giao nhận cũng nhanh chóng phát triển và trở thành các doanh nghiệp chuyên môn hoá, những tập đoàn chuyên kinh doanh dịch vụ logistics hàng đầu thế giới với phạm vi hoạt động toàn cầu như: TNT, DHL, Maersk Logistics, NYK Logistics, APL Logistics, MOL Logistics, Kunhe Nagel, Schenker, Birkart, Ikea...

Và cũng chính từ khả năng rộng mở trên phạm vi toàn cầu của thị trường các dịch vụ logistics mà các doanh nghiệp đang phải cạnh tranh gay

gắt nhằm thu lợi nhuận cao từ việc cung cấp các loại dịch vụ này cho khách hàng.

c/ Xu thế hợp tác khu vực và quốc tế trong việc phát triển hệ thống dịch vụ logistics

Hiện nay, việc sử dụng dịch vụ của các nhà cung cấp dịch vụ logistics (dịch vụ thuê ngoài) đang là xu hướng phổ biến của các doanh nghiệp 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 ráp, 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... Thậm chí, họ còn có thể là những nhà tư vấn đáng tin cậy, có khả năng can thiệp vào một số vấn đề sau:

- Hợp lý hoá dây chuyền vận tải, loại bỏ những công đoạn, những khâu không hiệu quả;

- Thiết kế mạng lưới phân phối mới/mạng lưới phân phối ngược, ví dụ: trong trường hợp nhà sản xuất ô tô cần thu hồi thiết bị, phụ tùng đã qua sử dụng;

- Quản lý các trung tâm/trạm đóng hàng hỗn hợp để thu gom phụ tùng, bộ phận từ các nhà sản xuất khác nhau, rồi phân loại, ghép đồng bộ trước khi chuyển chúng đến cơ sở lắp ráp...

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 dịch vụ logistics đã phát triển lên một nấc thang mới. Giờ đây, chỉ cần ngồi tại một trung tâm dịch vụ logistics, nhờ mạng máy tính, doanh nghiệp trên phạm vi toàn cầu có thể biết được hàng của mình đang ở đâu? Trong tình trạng như thế nào? Và cũng nhờ công nghệ thông tin mà ta có thể tiết kiệm một khoản chi phí đáng kể khi tiến hành dịch vụ 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, vượt qua thách thức để nắm bắt được cơ hội mới

đang đến gần. Mỗi tập đoàn, công ty logistics sẽ có những chiến lược phát triển cho riêng mình, nhưng tựu chung lại thì chiến lược phát triển của tập đoàn, công ty logistics thường được xây dựng theo các hướng chính sau:

- Mở rộng phạm vi nguồn cung ứng và phân phối;
- Đẩy nhanh tốc độ lưu chuyển nguyên vật liệu, hàng hoá, dịch vụ;
- Phát triển các dịch vụ làm tăng giá trị gia tăng;
- Đẩy mạnh hoạt động marketing logistics;
- Thiết kế mạng lưới phân phối ngược, thực hiện quản lý việc trả lại hàng hoá cho nhà phân phối, nhà sản xuất hoặc người bán hàng;
- Phát triển mạnh thương mại điện tử, coi đây là một dịch vụ hỗ trợ quan trọng của dịch vụ logistics;
- Không ngừng cải tiến bộ máy quản lý, tích cực đào tạo nhân viên trong các công ty logistics;

Với xu hướng phát triển như trên, dự báo khả năng phát triển một số dịch vụ cụ thể trong hệ thống dịch vụ logistics thế giới đến 2010 như sau:

Về dịch vụ vận chuyển

Dịch vụ vận chuyển là ngành sản xuất vật chất đặc biệt được tiến hành nhằm đưa sản phẩm, hàng hoá từ nơi sản xuất đến nơi tiêu thụ nhằm phục vụ yêu cầu của người tiêu dùng.

Là ngành dịch vụ chủ yếu trong dịch vụ logistics, khối lượng hàng hoá vận chuyển và giá trị của dịch vụ vận tải phụ thuộc vào khối lượng và giá trị hàng hoá chuyên chở phục vụ tiêu thụ trong nội bộ các quốc gia và trên phạm vi toàn cầu.

Để thực hiện việc vận chuyển lượng hàng hoá có giá trị 11,2 ngàn tỷ USD vào năm 2010, các hãng vận tải biển đã tăng cường sử dụng container.

Theo số liệu dự báo của The Ocean Shipping Consultant, trong giai đoạn từ nay đến năm 2010, sản lượng container được thông qua cảng trên phạm vi toàn cầu dự kiến sẽ đạt khoảng 410 - 530 TEU vào năm 2010 (Tốc độ tăng trưởng đạt khoảng 9%/năm) và các cảng container trên thế giới sẽ phát triển với tốc độ nhanh.

Kết quả nghiên cứu mới đây về vận tải biển thế giới do Trung tâm nghiên cứu Nhật Bản tiến hành đã chỉ ra rằng: Trong thời gian từ nay đến năm 2010, vùng Châu á - Thái Bình Dương sẽ là khu vực vận chuyển nhiều container nhất, chiếm 43,7% lượng hàng hoá chuyên chở bằng container toàn cầu.

Một điểm nổi bật khác của ngành dịch vụ vận chuyển thế giới là xu thế sử dụng các tàu cực lớn. Trong thập kỷ trước đây, các tàu lớn nhất thế giới chỉ có sức chở 3.000 - 4.000 TEU thì đến năm 2001 đã xuất hiện loại tàu có sức chở 6.600 TEU (chuyên vận tải hàng hoá từ châu á sang châu âu và ngược lại) và cho đến nay, tàu Hamburg Express có trọng tải 7.500 TEU của hãng Hapag - Lloyd được coi là tàu biển lớn nhất thế giới. Thời gian tới đây, tập đoàn Maersk sẽ đặt đóng loại tàu biển có trọng tải 15.000 TEU.

Cùng với sự phát triển về phương tiện và phương thức vận tải, các tập đoàn vận tải biển, các hãng tàu biển có quy mô hàng đầu thế giới đã xuất hiện với năng lực và phạm vi hoạt động rất lớn.

Tóm lại, đến năm 2010 và những năm tiếp theo, hàng hoá lưu chuyển trên thị trường toàn cầu sẽ có khối lượng rất lớn. Điều này đòi hỏi ngành vận tải nói chung và ngành vận tải biển nói riêng phải không ngừng đổi mới cả về phương tiện lẫn cách thức vận chuyển nhằm phục vụ tốt cho việc lưu chuyển hàng hoá trên phạm vi toàn cầu.

Về dịch vụ giao nhận

Đây là dịch vụ mà người thực hiện nó có thể thay mặt người bán để giao hàng cho người mua hoặc thay mặt cho người mua nhận hàng từ người bán. Công tác giao nhận hàng hoá được tiến hành thuận tiện, hiệu quả sẽ giúp giảm chi phí cho hàng hoá trong quá trình lưu chuyển.

Tuy nhiên, sự phát triển của dịch vụ này cũng phụ thuộc nhiều vào thiết bị xếp dỡ và khả năng tổ chức hoạt động giao nhận của doanh nghiệp.

Hiện tại, nhiều loại thiết bị bốc xếp, máy móc chuyên tải mới, có năng suất cao đang được đưa vào sử dụng. Cảng Singapore với các thiết bị giao nhận hàng hiện đại, có số lượng về tổng tấn trọng tải tàu qua cảng lớn và nằm trong danh sách 10 quốc gia có dịch vụ hàng hải, dịch vụ cảng và dịch vụ giao nhận phát triển nhất thế giới.

Về dịch vụ kho bảo quản và dự trữ hàng hoá

Trong quá trình lưu chuyển từ người sản xuất đến người tiêu dùng (kể cả trong nước và xuất nhập khẩu), hàng hoá luôn được vận chuyển trên các phương tiện vận tải khác nhau, được xếp dỡ ở nhiều cảng khác nhau. Và cũng trong suốt quá trình vận động ấy, hàng hoá cần phải được lưu giữ, bảo quản trong kho để đảm bảo nguyên vẹn về số lượng và chất lượng trước khi giao cho chủ hàng.

Trong điều kiện cạnh tranh khốc liệt, người ta đang cố gắng không để hàng hoá lưu kho nhiều vì sẽ không hiệu quả và rất tốn kém. Vì vậy, cố gắng giảm đến mức tối thiểu lượng nguyên vật liệu, hàng hoá tồn đọng trong kho và sắp xếp sao cho hàng về ngay trước lúc nó cần được sử dụng là vấn đề hết sức quan trọng của các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ logistics.

Dịch vụ chuyển tải cũng được các chủ hàng rất quan tâm. Cảng biển nào được liên kết với các tuyến vận tải chính và với các tuyến chuyển tải thì cảng đó đương nhiên là có ưu thế hơn về thời gian chuyển tải và xếp dỡ. Container dỡ từ tuyến này sẽ lập tức được xếp sang tuyến tiếp theo để vận chuyển bằng tàu biển, tàu hoả hay ô tô mà không phải chờ đợi lâu. Các cảng biển không có dịch vụ này sẽ bị loại trừ khỏi hệ thống vận chuyển nhanh và tất nhiên, khả năng cạnh tranh và thu hút tàu biển cũng thua kém.

Ngoài dịch vụ chuyển tải và bảo quản hàng hoá trong quá trình lưu chuyển của nó, dịch vụ dự trữ hàng hoá hiện đang là một dịch vụ quan trọng trong hệ thống dịch vụ logistics.

Với xu hướng phát triển dịch vụ logistics toàn cầu theo hướng hiện đại, người ta đang phấn đấu giảm lượng hàng hoá dự trữ đến mức thấp nhất để tránh ứ đọng vốn. Tuy nhiên, dịch vụ dự trữ lại là rất cần thiết để doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ logistics luôn sẵn có hàng hoá để đáp ứng yêu cầu của người tiêu dùng khi có những biến động đột xuất của thị trường hoặc gặp thiên tai, địch hoạ... Chính vì vậy, việc xây dựng kho và mua sắm trong thiết bị trong kho để bảo quản hàng hoá và xác định mức dự trữ cần thiết hợp lý là vấn đề hết sức quan trọng đối với các doanh nghiệp cung ứng dịch vụ logistics.

2.1.2. Cơ hội và thách thức của doanh nghiệp Việt Nam trong việc giảm thiểu chi phí vận tải và giao nhận hàng hóa xuất khẩu trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế

Mặc dù mức chi phí cho các dịch vụ vận tải, giao nhận hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam đã được các doanh nghiệp giảm thiểu ở mức đáng kể nhưng việc phấn đấu để giảm chi phí ở từng khâu, từng công đoạn của quá trình đưa hàng hóa từ nơi sản xuất đến nơi tiêu thụ trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế hiện nay đang có nhiều cơ hội và thách thức đan xen.

a/ Những cơ hội của doanh nghiệp Việt Nam trong việc giảm thiểu chi phí vận tải và giao nhận hàng hóa xuất khẩu

- *Thứ nhất:* Hội nhập kinh tế quốc tế, đặc biệt việc trở thành thành viên chính thức thứ 150 của Tổ chức Thương mại thế giới đã tạo cho các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận tải, giao nhận hàng hóa xuất khẩu Việt Nam có được môi trường pháp lý minh bạch và dần tiệm cận với các tiêu chuẩn của quốc tế. Đây là cơ hội hết sức quan trọng để các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh được sử dụng các dịch vụ vận tải, giao nhận hoàn hảo với chi phí thấp.

- *Thứ hai:* Việc giảm thiểu chi phí vận tải, giao nhận đối với hàng hóa xuất khẩu không chỉ là mục tiêu của các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ logistics để họ thu hút khách hàng mà còn là mục tiêu rất quan trọng của các doanh nghiệp sản xuất hàng hóa vì giảm thiểu chi phí vận tải, giao nhận sẽ là cơ sở để giảm chi phí xuất khẩu, tăng lợi nhuận.

- *Thứ ba:* Chính phủ đã có nhiều chính sách và biện pháp hỗ trợ để các doanh nghiệp có thể chủ động trong việc giảm thiểu các chi phí liên quan đến các dịch vụ vận tải, giao nhận hàng hoá xuất khẩu như: Cải tạo và xây dựng mới hệ thống cơ sở hạ tầng hiện đại (đường sá, cầu cống, bến cảng, kho bãi...), đưa công nghệ E-Logistics vào thực tiễn kinh doanh... Sự hỗ trợ từ phía Chính phủ đang có tác động tốt cho các doanh nghiệp trong việc giảm thiểu chi phí đối với các dịch vụ hỗ trợ xuất khẩu hàng hóa.

- *Thứ tư:* Trên cơ sở các cam kết mở lĩnh vực dịch vụ khi gia nhập WTO của Việt Nam, cho đến nay, hệ thống các chi nhánh, văn phòng đại diện của các doanh nghiệp, tập đoàn kinh doanh dịch vụ logistics quốc tế đã được mở

rộng trên phạm vi cả nước. Lợi thế này là tiền đề quan trọng cho các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu hàng hóa Việt Nam có thêm nhiều cơ hội để lựa chọn cho mình các nhà cung cấp dịch vụ tốt nhất, với chi phí thấp nhất.

b/ Những thách thức của doanh nghiệp Việt Nam trong việc giảm thiểu chi phí vận tải và giao nhận hàng hóa xuất khẩu

Bên cạnh những cơ hội lớn, việc giảm thiểu các chi phí liên quan đến hoạt động vận tải, giao nhận hàng hoá xuất khẩu ở Việt Nam hiện nay cũng đang phải đối mặt những thách thức không nhỏ. Cụ thể là:

- Chi phí cho dịch vụ vận tải, giao nhận trong tổng chi phí xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam đang ở mức cao so với chi phí cùng loại của các nước khác trong khu vực. Đây là lý do giải thích tại sao các doanh nghiệp chủ hàng Việt Nam chủ yếu vẫn sử dụng dịch vụ logistics do các doanh nghiệp nước ngoài cung cấp.

- Tỷ trọng của chi phí vận tải, giao nhận, bảo hiểm đang là con số đáng kể trong tổng chi phí xuất khẩu của hàng hoá Việt Nam. Cũng chính vì vậy đã khiến giá xuất khẩu hàng hóa của các doanh nghiệp Việt Nam trên thị trường quốc tế thiếu tính cạnh tranh dẫn đến lợi nhuận thu về từ xuất khẩu bị hạn chế.

- Một thách thức khác không kém phần quan trọng làm cho chi phí vận tải, giao nhận hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam chưa được giảm thiểu triệt để là do còn nhiều chi phí không chính thức phát sinh trong quá trình vận tải, giao nhận hàng hoá xuất khẩu.

Những tồn tại này chủ yếu do các thủ tục hành chính của Việt Nam đang khá rườm rà và một phần khác là do đạo đức và năng lực quản lý của cán bộ viên chức thi hành công vụ còn hạn chế. Đây hiện vẫn đang là vấn đề bức xúc cần được giải quyết để thực hiện thuận lợi hóa và nâng cao hiệu quả cung cấp các dịch vụ phục vụ xuất khẩu hàng hóa.

Tuy nhiên, để giảm thiểu chi phí đối với từng dịch vụ cụ thể, những khó khăn, vướng mắc cần tháo gỡ là không giống nhau. Điều này phụ thuộc

vào tính chất, yêu cầu và đặc điểm của từng loại dịch vụ, các chính sách của Nhà nước điều chỉnh các yếu tố cấu thành của từng loại chi phí. Cụ thể:

- Đối với việc giảm thiểu chi phí liên quan đến hoạt động vận tải hàng hoá xuất khẩu

Trong những năm qua, dịch vụ vận tải hàng hoá phục vụ xuất khẩu của Việt Nam được đánh giá là có những bước phát triển tương đối tốt, chi phí vận tải đang từng bước được giảm thiểu. Tuy nhiên, việc giảm thiểu chi phí liên quan đến hoạt động vận tải hàng hoá xuất khẩu còn nhiều khó khăn, vướng mắc cần tháo gỡ.

+ Cước phí vận tải nội địa đang ở mức cao (kể cả cước phí vận tải nội địa bằng đường bộ hoặc đường thủy nội địa) chủ yếu do giá thuê phương tiện, giá xăng dầu cao và nhiều khoản phí và lệ phí không chính thức đang tồn tại.

+ Cước phí vận tải biển quốc tế của Việt Nam cao hơn giá cước phí của các hàng tàu biển quốc tế do năng lực vận chuyển của đội tàu biển quốc gia còn hạn chế, tuổi bình quân của đội tàu biển tương đối cao, trang thiết bị lạc hậu...nên không có khả năng vận chuyển được những lô hàng xuất khẩu có khối lượng lớn.

+ Dịch vụ hàng hải tại các cảng biển Việt Nam còn thiếu sự đồng bộ, các loại chi phí và lệ phí cao.

+ Dịch vụ cảng biển chưa được hiện đại hoá, thời gian chờ đợi để cập cảng và để bốc xếp hàng dài, năng suất bốc dỡ hàng hoá thấp, nhiều loại phí, lệ phí chưa hợp lý...làm nản lòng chủ tàu cũng như chủ hàng.

- Đối với việc giảm thiểu chi phí liên quan đến hoạt động giao nhận hàng hoá xuất khẩu

Những tồn tại cần giải quyết để giảm thiểu chi phí liên quan đến hoạt động giao nhận hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam hiện nay là:

+ Các cảng lớn của Việt Nam (Hải phòng, Sài Gòn...) đều không nằm sát ven biển, tàu vận tải biển phải đậu ngoài khơi, hàng hoá phải được

chuyển ra bằng các tàu, sà lan... nên cả tàu và hàng đều mất nhiều thời gian chờ đợi và chi phí chuyển tải là khá lớn.

+ Thiết bị phục vụ công tác giao nhận hàng hoá chưa được hiện đại hoá, tại các cảng có khả năng tiếp nhận hàng hoá chở bằng container chưa có hệ thống thiết bị bốc dỡ hiện đại để đảm bảo giải phóng tàu nhanh. Chi phí bốc hàng hoặc đưa container lên tàu đang ở mức cao.

+ Thời gian tàu ra/vào cảng để bốc/dỡ hàng còn tương đối dài do năng suất xếp dỡ hàng thấp. Việc này cũng có nghĩa là chủ hàng phải chịu một khoản chi phí do việc tàu nằm ở ngoài biển chờ vào cảng lấy hàng hoặc chờ ở cảng chờ xếp đủ hàng.

+ Các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ giao nhận hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam hoạt động chưa có sự liên kết chặt chẽ để có thể hỗ trợ lẫn nhau trong từng khâu của quá trình kinh doanh cũng như để tăng quy mô doanh nghiệp, đổi mới công nghệ, trao đổi kỹ năng quản trị, bổ sung nguồn vốn hình thành những tập đoàn kinh tế lớn đủ sức cạnh tranh trên thị trường dịch vụ giao nhận quốc tế.

2.1.3. Quan điểm và định hướng đối với việc giảm thiểu chi phí vận tải và giao nhận hàng hóa xuất khẩu ở Việt Nam

a/ Quan điểm về việc giảm thiểu chi phí vận tải và giao nhận đối với hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam

Với mục tiêu thúc đẩy phát triển xuất khẩu đi đôi với việc giảm thiểu chi phí xuất khẩu hàng hoá nhằm nâng cao sức cạnh tranh của hàng hóa Việt Nam trên thị trường quốc tế, việc giảm thiểu chi phí liên quan đến hoạt động vận tải, giao nhận hàng hoá đang là bài toán khó đòi hỏi Chính phủ và doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu và doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận tải, giao nhận cùng phối hợp tìm lời giải đáp. Để nâng cao khả năng cạnh tranh nói chung và khả năng cạnh tranh về giá nói riêng của hàng xuất khẩu Việt Nam, một số quan điểm về vấn đề giảm thiểu chi phí liên quan đến hoạt động vận tải, giao nhận hàng hoá xuất khẩu trong thời gian tới cần được quán triệt là:

Quan điểm thứ nhất: Việc giảm thiểu chi phí liên quan đến hoạt động vận tải, giao nhận hàng hoá xuất khẩu là hết sức cần thiết nhưng phải đảm bảo không làm ảnh hưởng đến khả năng phát triển xuất khẩu của hàng hoá Việt Nam sang thị trường các nước khu vực và thế giới.

Đây là quan điểm hết sức quan trọng nhằm đảm bảo cho hoạt động xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam luôn phát triển, không bị các trở ngại do việc không vận chuyển được hàng hoá ra nước ngoài hoặc hàng hoá đến với người nhập khẩu nước ngoài không đầy đủ hoặc chậm thời gian. Trong điều kiện hội nhập và mở cửa thị trường dịch vụ (trong đó có dịch vụ vận tải, giao nhận hàng hoá), nếu các nhà kinh doanh dịch vụ Việt Nam không cung cấp các dịch vụ hỗ trợ xuất khẩu hàng hoá một cách đầy đủ, kịp thời gian và chi phí thấp thì sẽ bị mất thị trường ngay trên sân nhà trước các doanh nghiệp nước ngoài có năng lực cạnh tranh mạnh hơn.

Quan điểm thứ hai: Việc giảm thiểu chi phí liên quan đến hoạt động vận tải, giao nhận hàng hoá xuất khẩu cần được thực hiện trong điều kiện luôn đảm bảo cho hàng hoá xuất khẩu được di chuyển một cách an toàn, nhanh chóng từ người sản xuất và xuất khẩu đến người tiêu dùng.

Quan điểm này nhằm đề cao sự tin cậy của chủ hàng đối với các doanh nghiệp vận tải, giao nhận khi họ cung cấp các dịch vụ phục vụ quá trình dịch chuyển của hàng hoá từ trong nước ra nước ngoài. Trong điều kiện tự do hoá thương mại dịch vụ, bên cạnh việc cung cấp dịch vụ với chi phí thấp, các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận tải, giao nhận cần phải đảm bảo an toàn cho hàng hoá xuất khẩu, tránh hiện tượng giá dịch vụ ở mức thấp đồng thời với việc cung cấp dịch vụ chất lượng thấp hoặc không hoàn hảo.

Quan điểm thứ ba: Việc giảm thiểu chi phí liên quan đến hoạt động vận tải, giao nhận hàng hoá xuất khẩu cần được xác định như là một phần, một bộ phận trong mục tiêu giảm chi phí xuất khẩu nhằm nâng cao sức cạnh tranh của hàng xuất khẩu Việt Nam.

Như ta đã biết, chi phí xuất khẩu của hàng hoá bao gồm: Chi phí sản xuất, chi phí vận chuyển, chi phí giao nhận và lưu kho bãi, chi phí giải quyết đơn hàng và cung cấp thông tin...

Để có chi phí xuất khẩu thấp thì các yếu tố cấu thành chi phí này cũng phải đạt mức thấp. Sự thiếu cạnh tranh về giá dịch vụ ở bất cứ khâu nào, công đoạn nào của quá trình dịch chuyển của hàng hoá cũng sẽ đẩy tổng chi phí xuất khẩu của hàng hoá lên cao. Đây là vấn đề hết sức quan trọng khiến các chủ hàng luôn đòi hỏi các nhà cung cấp dịch vụ vận tải giao nhận hàng hoá phải đưa ra giá dịch vụ thấp để đạt được tổng chi phí xuất khẩu thấp.

Quan điểm thứ tư: Việc giảm thiểu chi phí liên quan đến hoạt động vận tải, giao nhận hàng hoá xuất khẩu phải được tiến hành đồng bộ trong mọi khâu, mọi công đoạn trong lộ trình di chuyển của hàng xuất khẩu từ kho của người sản xuất Việt Nam đến nơi tiêu thụ ở nước ngoài.

Quan điểm này phù hợp với xu hướng hình thành các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ logistics trên phạm vi quốc gia, khu vực hay toàn cầu. Theo quan điểm này, việc giảm thiểu chi phí liên quan đến hoạt động vận tải, giao nhận hàng hoá xuất khẩu phải được tiến hành đồng bộ trong mọi khâu, mọi công đoạn trong lộ trình di chuyển của hàng hoá. Nếu chỉ giảm thiểu chi phí liên quan đến một hoặc một số khâu trong toàn bộ hệ thống dịch vụ hỗ trợ thì việc giảm thiểu tổng chi phí xuất khẩu hàng hoá sẽ không đạt hiệu quả cao.

Quan điểm thứ năm: Việc giảm thiểu chi phí liên quan đến hoạt động vận tải, giao nhận hàng hoá xuất khẩu phải được coi là cơ sở để các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận tải, giao nhận Việt Nam có thể hội nhập, nâng cao vị thế và năng lực cạnh tranh trên thị trường quốc tế.

Trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế, các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ vận tải, giao nhận hàng hoá xuất khẩu không chỉ chịu sức ép cạnh tranh trên thị trường trong nước mà phạm vi cạnh tranh được mở rộng trên quy mô toàn cầu. Giá cả dịch vụ là yếu tố được các chủ hàng quan tâm hàng đầu khi họ sử dụng dịch vụ của các hãng vận tải, giao nhận. Các Công ty, tập đoàn logistics lớn trên thế giới luôn sẵn sàng cung cấp mọi dịch vụ với giá cạnh tranh để thực hiện quá trình chuyển dịch của hàng hoá từ Việt Nam sang nước ngoài. Thực tế trên đòi hỏi các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận tải, giao nhận Việt Nam phải có những biện pháp tích cực để cung cấp

các dịch vụ có giá cả cạnh tranh thì mới có thể hội nhập cũng như nâng cao vị thế và năng lực cạnh tranh trên thị trường.

b/ Định hướng đối với việc giảm thiểu chi phí vận tải và giao nhận đối với hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam trong bối cảnh hội nhập

Trên cơ sở các quan điểm nêu trên, định hướng về việc giảm thiểu chi phí vận tải và giao nhận đối với hàng xuất khẩu của Việt Nam thời gian tới như sau:

- Việc phấn đấu giảm thiểu các chi phí liên quan đến hoạt động vận tải, giao nhận hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam cần được thực hiện trong điều kiện có một hành lang pháp lý đầy đủ, rõ ràng, minh bạch, công tác cải cách hành chính được thực hiện triệt để, không có các khoản lệ phí không chính thức phát sinh gây cản trở hành trình đến với người nhập khẩu của hàng hóa.

Định hướng này hoàn toàn phù hợp với cuộc cách mạng cải cách hành chính hiện đang được tiến hành tại hầu hết các Bộ, Ngành và hệ thống doanh nghiệp trong cả nước. Đây là cơ sở quan trọng để chủ hàng là các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu Việt Nam chỉ phải trả chi phí cho dịch vụ vận tải, giao nhận hàng hóa đúng với giá trị thật của nó, không phải trả các chi phí không chính thức phát sinh do sự những nhể, thiếu trách nhiệm của cán bộ quản lý và cán bộ thi hành công vụ.

- Các doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu hàng hóa cần chủ động trong việc tìm biện pháp thích hợp nhằm giảm thiểu chi phí vận tải và giao nhận đối với hàng hóa của mình.

Định hướng này hoàn toàn phù hợp với chủ trương giảm dần sự can thiệp của Nhà nước vào hoạt động của các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu hàng hóa cũng như các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận tải, giao nhận nhằm thực hiện tự do hóa thương mại hàng hóa và dịch vụ theo cam kết gia nhập WTO của Việt Nam.

- Trong quá trình đưa hàng hóa đến với người nhập khẩu, các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu hàng hóa Việt Nam nên tận dụng những ưu thế của xu hướng chuyên môn hóa dịch vụ logistics để giảm thiểu chi phí vận tải, giao nhận đối với hàng xuất khẩu của mình.

Hay nói cách khác, các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam nên tăng cường sử dụng dịch vụ thuê ngoài của các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ logistics trong và ngoài nước.

Làm như vậy, doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu Việt Nam chỉ tập trung vốn đầu tư để phát triển sản xuất, kinh doanh mà không phải phân tán nguồn vốn để đầu tư mua sắm phương tiện vận tải và trả lương cho lái xe, không phải đầu tư xây dựng kho bãi và mua sắm thiết bị để bảo quản hàng hóa mà lại không sử dụng hết công suất của chúng khi không có hàng.

Kinh nghiệm cho thấy, việc sử dụng dịch vụ vận tải, giao nhận thuê ngoài sẽ tiết kiệm chi phí một cách đáng kể so với việc các doanh nghiệp chủ hàng tự đầu tư thực hiện các dịch vụ này cho hàng xuất khẩu của mình như trước đây.

Định hướng này nhằm khuyến khích các doanh nghiệp nên đầu tư theo hướng chuyên môn hóa, tránh đầu tư dàn trải, hiệu quả đầu tư thấp. Tuy nhiên, các doanh nghiệp cũng cần tính toán kỹ khi sử dụng dịch vụ thuê ngoài của các hãng vận tải và giao nhận để vừa đảm bảo an toàn cho hàng hóa vừa có mức chi phí thấp nhằm giảm chi phí xuất khẩu.

- Tùy theo đặc điểm của hành trình và yêu cầu của hàng hóa mà các doanh nghiệp chủ hàng Việt Nam có thể lựa chọn các hãng vận tải, giao nhận quen thuộc, uy tín để có được mức giá dịch vụ thấp.

Tuy nhiên, các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam cần thỏa thuận với người nhập khẩu để giao hàng theo ĐKCSGH CIF hoặc C&F... với mục tiêu giành quyền thuê tàu và thuê dịch vụ giao nhận. Khi đó, họ hoàn toàn có thể ưu tiên sử dụng dịch vụ của các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ logistics Việt Nam để tăng thu ngoại tệ về cho đất nước.

- Cần sử dụng dịch vụ E - Logistics để quản lý, theo dõi hành trình di chuyển của hàng hóa. Có như vậy, chủ hàng Việt Nam mới kịp thời giải quyết những “sự cố” có liên quan như: Hàng hóa bị hư hỏng, đổ vỡ, hành trình bị kéo dài do tàu biển gặp điều kiện thời tiết không thuận lợi hay gặp các biến cố chính trị như: Chiến tranh, đình công...

Định hướng này giúp các doanh nghiệp chủ hàng và doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận tải, giao nhận hàng hóa đưa sự tiến bộ của công nghệ

thông tin vào hoạt động quản trị hàng hóa trong suốt quá trình dịch chuyển của chúng đến với người nhập khẩu. Đây cũng sẽ là tiền đề cơ bản để giảm thiểu các chi phí liên quan đến các khâu nghiệp vụ nêu trên.

2.2. Các giải pháp chủ yếu nhằm giảm thiểu chi phí vận tải, giao nhận để giảm chi phí xuất khẩu hàng hóa

2.2.1. Các giải pháp vĩ mô

Để giảm thiểu chi phí liên quan đến hoạt động xuất khẩu hàng hóa, cùng với nỗ lực của doanh nghiệp, Chính phủ cần có những giải pháp thiết thực như sau:

- Giải pháp về việc xây dựng và hoàn thiện hệ thống các văn bản pháp lý có liên quan để phát triển dịch vụ vận tải, giao nhận hàng hoá xuất khẩu

Để giảm thiểu chi phí xuất khẩu hàng hoá, Chính phủ cần xây dựng một hành lang pháp lý để điều chỉnh hoạt động vận tải, giao nhận. Việc xây dựng và hoàn thiện hệ thống các văn bản pháp luật điều chỉnh hoạt động vận tải, giao nhận đối với hàng hoá xuất khẩu có vai trò hết sức quan trọng trong việc tạo lập môi trường cạnh tranh công bằng, bình đẳng và lành mạnh cho các doanh nghiệp kinh doanh thuộc mọi thành phần kinh tế. Khi đã có một hành lang pháp lý thuận lợi, các doanh nghiệp có nghĩa vụ thực hiện đúng pháp luật của Nhà nước trong lĩnh vực hoạt động của mình, tránh hiện tượng độc quyền, cửa quyền hoặc lạm dụng những ưu thế về thị trường, giá cả, thương hiệu...

Tuy nhiên, để có được môi trường cạnh tranh công bằng, Chính phủ Việt Nam cần phải xây dựng hành lang - khung pháp lý mở và chọn lọc nhằm đảm bảo tính nhất quán, thông thoáng và hợp lý trong hệ thống văn bản, quy định có liên quan đến dịch vụ logistics nói chung và dịch vụ vận tải, giao nhận hàng hoá xuất khẩu nói riêng. Muốn vậy, khi xây dựng hệ thống các văn bản pháp lý điều chỉnh hoạt động của các dịch vụ vận tải, giao nhận hàng hoá xuất khẩu, Chính phủ cần tổ chức trao đổi, lấy ý kiến đóng góp của các doanh nghiệp và cơ quan quản lý nhằm nâng cao tính thực tiễn và tính hiệu quả của các văn bản chính sách, tránh hiện tượng bị chồng chéo, văn bản nọ phủ nhận văn bản kia gây khó khăn cho doanh nghiệp trong việc tổ

chức thực hiện. Việc hoàn thiện các chính sách, cơ chế liên quan đến hoạt động vận tải, giao nhận hàng hoá xuất khẩu là để tạo môi trường cạnh tranh bình đẳng cho các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế và phù hợp với quy định của WTO. Đây cũng là cơ sở để các doanh nghiệp có thể chủ động nâng cao chất lượng, giảm giá thành để dịch vụ của họ được chấp nhận trên thị trường.

- Tạo thuận lợi hơn nữa cho việc phát triển các doanh nghiệp vận tải, giao nhận chuyên nghiệp

Trước thực tế là ở Việt Nam hiện đang thiếu các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ logistics đầy đủ (các doanh nghiệp có khả năng cung cấp các loại dịch vụ từ khâu thu mua nguyên liệu đến khâu chuyển hoá thành sản phẩm phân phối đến người tiêu dùng).

Bằng việc áp dụng công nghệ thông tin vào việc điều hành và quản lý sự dịch chuyển của hàng hoá, thông qua các đơn hàng của người nhập khẩu, các doanh nghiệp Logistics sẽ thiết kế, lắp ráp các hàng hoá theo yêu cầu của khách hàng và chuyển đến cho người tiêu dùng.

Nhìn lại các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận chuyển hàng hoá, dịch vụ giao nhận, dịch vụ kho bãi của Việt Nam hiện nay, loại hình công ty TNHH đang chiếm tỷ lệ khá cao nhưng quy mô đều là các doanh nghiệp vừa và nhỏ, hoạt động tản mạn, manh mún, thị trường khai thác không ổn định, một số doanh nghiệp Nhà nước đang được cổ phần hoá nhưng chưa có doanh nghiệp nào có năng lực đủ mạnh để tham gia cung ứng dịch vụ Logistics hoặc cung ứng dịch vụ vận tải đa phương thức ở nước ngoài. Mô hình doanh nghiệp logistics đầy đủ, hiện đại và chuyên nghiệp nêu trên là mô hình mà Việt nam cần hướng tới để tạo cho các doanh nghiệp kinh doanh có đủ khả năng về vốn, về công nghệ, về năng lực quản lý... để tham gia cung ứng dịch vụ vận tải, giao nhận trên phạm vi toàn cầu với chi phí thấp nhất.

Để làm được điều đó, Chính phủ cần tạo điều kiện cho các doanh nghiệp chuyên kinh doanh dịch vụ vận tải, giao nhận để họ có thể điều hành, kiểm soát và giải quyết những vướng mắc nảy sinh trong toàn bộ quá trình lưu chuyển của hàng hoá từ kho của nhà sản xuất đến nơi tiêu thụ cuối cùng với chi phí ở mức thấp nhất.

- Nhà nước cần có các chính sách hỗ trợ để các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận tải, giao nhận hàng hoá xuất khẩu có khả năng tham gia các Hiệp định về vận tải, giao nhận hàng hoá quốc tế và khu vực.

Hiện nay, do hạn chế về năng lực đội tàu, về vốn đầu tư, về cơ sở hạ tầng kỹ thuật nên sức cạnh tranh của các doanh nghiệp Việt Nam trên thị trường dịch vụ thế giới chưa cao. Việt Nam đã tham gia vào Hiệp hội vận tải, giao nhận ASEAN, Hiệp hội giao nhận kho vận quốc tế và từng bước mở cửa thị trường dịch vụ vận tải, giao nhận theo cam kết gia nhập WTO.

Để các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận tải, giao nhận hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam có thể hội nhập sâu vào hệ thống dịch vụ logistics khu vực và toàn cầu, Nhà nước cần có chính sách hỗ trợ để các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận tải, giao nhận hàng hoá xuất khẩu có khả năng thực hiện hiệu quả các Hiệp định về vận tải, giao nhận hàng hoá quốc tế và khu vực.

Các chính sách hỗ trợ cho các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận tải, giao nhận hàng hoá xuất khẩu trong giai đoạn đầu của quá trình hội nhập quốc tế cần được thực hiện là: Cho vay ưu đãi hoặc tạo điều kiện để các doanh nghiệp ký hợp đồng vận chuyển, giao nhận... dài hạn với các doanh nghiệp, tập đoàn sản xuất có khối lượng hàng hoá xuất khẩu lớn, ổn định trong thời gian dài, khuyến khích các doanh nghiệp thuê tàu của Việt Nam chuyên chở hàng hoá xuất khẩu...

- Giải pháp tăng cường đầu tư vốn xây dựng cơ sở hạ tầng cho hoạt động vận tải, giao nhận như: Đường sá, hệ thống cầu cảng, kho tàng, bến bãi... để thực hiện hoạt động vận tải hàng hoá xuất khẩu; hỗ trợ doanh nghiệp đầu tư trang thiết bị hiện đại để thực hiện và quản lý quá trình di chuyển của hàng xuất khẩu từ người sản xuất đến người nhập khẩu.

Để giảm thiểu chi phí vận tải hàng hoá xuất khẩu, Nhà nước cần đầu tư xây dựng, nâng cấp hệ thống cảng biển Việt Nam nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của toàn ngành. Việc đầu tư xây dựng, nâng cấp hệ thống cảng biển của cả nước cần phải tập trung vào các cảng lớn, có sản lượng hàng hoá thông qua lớn và tăng nhanh qua các năm, một hệ thống các cảng có khả

năng tiếp nhận các tàu container lớn, xử lý được khối lượng hàng lớn trong thời gian ngắn. Kinh nghiệm của Trung Quốc cho thấy, việc lựa chọn các nhà đầu tư nước ngoài có uy tín và khả năng tài chính mạnh đầu tư xây dựng hệ thống cảng biển nước sâu hiện đại để khơi luồng vận chuyển hàng hoá trong và ngoài nước đóng vai trò rất quan trọng trong việc đẩy mạnh hoạt động vận tải, giao nhận hàng hoá trong nước phát triển.

- Hỗ trợ về pháp lý và cơ sở vật chất kỹ thuật cho chương trình E-Logistics để các doanh nghiệp kinh doanh vận tải, giao nhận hàng hoá xuất khẩu có thể từng bước ứng dụng công nghệ tin học hiện đại vào hoạt động của mình.

Như ta đã biết, trong thời đại ngày nay, nhờ những tiến bộ trong công nghệ tin học, việc sử dụng hệ thống trao đổi thông tin điện tử (EDI) với sự hỗ trợ của mạng lưới thông tin liên lạc và công nghệ xử lý thông tin đóng vai trò đặc biệt quan trọng trong việc quản lý quá trình lưu chuyển hàng hóa xuất khẩu và chứng từ của lô hàng đó. Hiện nay, các Công ty, tập đoàn kinh doanh dịch vụ vận tải, giao nhận hàng hoá xuất khẩu đang từng bước thực hiện E-logistics, đưa công nghệ thông tin vào việc khai hải quan và thông quan hàng hoá xuất khẩu, ứng dụng hệ thống mã vạch để phân loại hàng hoá trong quá trình giao nhận...Việc ứng dụng công nghệ tin học hiện đại vào hoạt động vận tải, giao nhận hàng hóa xuất khẩu sẽ giúp cho công tác tìm kiếm khách hàng, quản lý, theo dõi và giải quyết kịp thời mọi vướng mắc đối với hàng xuất khẩu trong suốt hành trình của nó với chi phí tiết kiệm nhất.

- Đẩy nhanh tiến trình cải cách hành chính, hỗ trợ doanh nghiệp trong việc đào tạo nguồn nhân lực và cung cấp thông tin thị trường.

Để nâng cao hơn nữa hiệu quả của công tác cải cách hành chính trong hoạt động kinh doanh dịch vụ vận tải, giao nhận, khắc phục hiện tượng chi phí hành chính tại doanh nghiệp quá cao, các Bộ chủ quản và Bộ, Ngành có liên quan như: Bộ Giao thông vận tải, Bộ Công Thương, Bộ Tài chính...cần tăng cường hơn nữa công tác cải cách hành chính trong quản lý, giám sát hoạt động của doanh nghiệp, thực hiện việc quản lý Nhà nước đối với doanh nghiệp thông qua hệ thống các văn bản pháp quy thay cho quản lý bằng các

biện pháp hành chính trước đây. Đây cũng là cơ sở ban đầu để các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận tải, giao nhận ở Việt Nam có đủ điều kiện tham gia vào hệ thống dịch vụ logistics trên phạm vi khu vực và toàn cầu.

Mặt khác, Nhà nước cũng cần hỗ trợ doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận tải, giao nhận trong việc đào tạo nguồn nhân lực có đủ trình độ nghiệp vụ, trình độ ngoại ngữ và kỹ năng quản lý kinh tế hiện đại. Đây là yếu tố rất quan trọng để hoạt động của doanh nghiệp được tiến hành một cách nhanh chóng và đạt hiệu quả cao, tránh được những chi phí không cần thiết do cán bộ của doanh nghiệp thiếu hiểu biết về chuyên môn nghiệp vụ, thiếu linh hoạt trong giải quyết các vấn đề nghiệp vụ gây thất thoát, lãng phí.

Ngoài ra, để hoạt động kinh doanh dịch vụ vận tải, giao nhận có thể đạt được hiệu quả cao, Nhà nước cần hỗ trợ doanh nghiệp trong việc cung cấp thông tin cần thiết để họ có thể ứng xử một cách linh hoạt cho phù hợp với những biến động trên thị trường trong điều kiện hội nhập.

- Nhà nước cần tạo dựng cơ chế kiểm tra, giám sát hai chiều một cách hiệu quả giữa các cơ quan quản lý Nhà nước với doanh nghiệp cung cấp dịch vụ vận tải, giao nhận cũng như doanh nghiệp sử dụng dịch vụ (doanh nghiệp xuất khẩu).

2.2.2. Các giải pháp đối với doanh nghiệp

2.2.2.1. Đối với doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận tải, giao nhận

+ Đối với các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận tải

- Đa dạng hoá các phương thức cung cấp dịch vụ vận tải để đưa hàng hoá đến nước nhập khẩu.

- Hiện đại hoá phương tiện vận tải, bốc xếp

- Chủ động xây dựng và tổ chức doanh nghiệp vận tải chuyên nghiệp theo hướng hiện đại, tăng cường khả năng hợp tác và hội nhập kinh tế với các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ logistics nước ngoài.

- Nâng cao chất lượng của hệ thống dịch vụ vận tải hàng hoá xuất khẩu nhằm đảm bảo hàng xuất khẩu của Việt Nam có thể đến tay người nhập khẩu một cách đầy đủ, an toàn và nhanh chóng để hạn chế chi phí phát sinh.

- Chủ động đưa khoa học công nghệ hiện đại vào hoạt động vận tải hàng hoá xuất khẩu.

- Tăng cường cải cách hành chính trong tất cả các khâu, các bộ phận của doanh nghiệp để thuận lợi hoá các chứng từ, thủ tục có liên quan.

- Đào tạo đội ngũ cán bộ có năng lực toàn diện cả về chuyên môn nghiệp vụ, ngoại ngữ và kỹ năng quản lý, có khả năng ứng xử linh hoạt với những biến động của thị trường nhất là thị trường dịch vụ vận tải quốc tế.

+ *Đối với các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ giao nhận*

- Tăng cường mở rộng qui mô, tăng cường đầu tư thiết bị và công nghệ hiện đại, đặc biệt phải có chiến lược kinh doanh một cách rõ ràng, khắc phục tình trạng qui mô doanh nghiệp nhỏ, phạm vi hoạt động hẹp, thiết bị công nghệ kém như hiện nay.

- Đa dạng hoá các loại dịch vụ, nâng cao chất lượng dịch vụ, giảm thiểu chi phí giao nhận...để thu hút khách hàng, nâng vị thế trên thị trường.

- Thực hiện hoạt động liên doanh, liên kết để tăng quy mô doanh nghiệp, hình thành những tập đoàn kinh tế lớn, đủ sức cạnh tranh trên thị trường thế giới, giúp đổi mới công nghệ, trao đổi kỹ năng quản trị, bổ sung nguồn vốn, nâng cao khả năng cạnh tranh...

- Tăng cường hoạt động nghiên cứu thị trường, nắm vững tập quán giao thương quốc tế để thực hiện hoạt động của mình một cách chính xác, tiết kiệm chi phí và đạt hiệu quả cao.

- Doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận tải, giao nhận cần chú trọng phát triển nguồn nhân lực (cả về số lượng lẫn năng lực cán bộ và tác phong nghề nghiệp), tránh hiện tượng gây phiền hà, nhiễu sách làm tốn thời gian và chi phí cho doanh nghiệp.

2.2.2.2. Đối với doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu hàng hóa nói chung

- *Các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu luôn phải chuẩn bị hàng hoá sẵn sàng giao cho người vận tải hay người cung cấp dịch vụ logistics*

Chuẩn bị hàng hoá sẵn sàng giao cho người vận tải hay người cung cấp dịch vụ logistics là giải pháp quan trọng nhất nhằm giảm thiểu các chi phí do phương tiện vận tải phải chờ đợi hàng hoá hoặc bị phạt vì giao hàng chậm.

Để thực hiện tốt giải pháp này, trước ngày, giờ xếp hàng lên phương tiện vận tải nội địa hay tàu biển ghi trong hợp đồng vận tải, chủ hàng phải chuẩn bị hàng hoá sẵn sàng để giao cho người vận tải. Nếu làm tốt việc này,

chủ phương tiện không phải tốn thời gian và chi phí do phải chờ đợi hàng hoặc không phải trả chi phí bến, bãi do phương tiện neo đậu. Ngược lại, chủ hàng cũng không nên đưa hàng hóa đến nơi giao lên phương tiện vận tải quá sớm vì như vậy sẽ tốn thêm khoản chi phí kho bãi hay chi phí thuê nhân lực trông coi, bảo quản.

Việc chuẩn bị hàng hoá sẵn sàng giao cho người vận tải đúng thời gian quy định là việc làm mà chủ hàng hoàn toàn có thể chủ động được nhằm mục đích đảm bảo an toàn cho hàng hoá, vừa giảm thiểu hoặc không phải tốn kém cho những khoản chi phí không cần thiết.

- Tùy từng loại hàng hóa, tùy tập quán tiêu dùng của người nhập khẩu mà người xuất khẩu chủ động lựa chọn loại bao bì và phương thức bao gói thích hợp

Tùy theo tính chất hay yêu cầu bảo quản trong quá trình vận chuyển của từng loại hàng hoá xuất khẩu mà chủ hàng cần sử dụng loại bao bì và cách đóng gói riêng. Cũng tùy theo yêu cầu và tập quán tiêu dùng của từng thị trường khác nhau mà hàng hoá được bao gói một cách khác nhau.

Tuy nhiên, để giảm thiểu cước phí vận tải và các chi phí liên quan khác, nhất là khi hàng hoá được vận chuyển bằng container, nhà sản xuất cần nghiên cứu và lựa chọn phương thức và loại bao bì dùng để bao gói hàng hóa một cách thích hợp. Điều này có ý nghĩa hết sức quan trọng trong việc đảm bảo cho hàng hoá được an toàn về số lượng (không bị đổ vỡ, thiếu hụt do bao bì bị hư hỏng) trong suốt quá trình vận chuyển, đồng thời tận dụng tối đa sức chứa của container nhằm giảm chi phí vận tải trên 1 đơn vị hàng hóa.

- Để đảm bảo cho hàng hóa xuất khẩu có thể đến được với người nhập khẩu một cách nhanh nhất, các doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu cần xác định cho hàng hóa của mình một lộ trình vận chuyển hợp lý

Xác định lộ trình vận chuyển hợp lý là yếu tố hết sức quan trọng để giảm thiểu cước phí vận tải trong quá trình chuyên chở. Với cùng khối lượng hàng hoá cần thiết phải chuyên chở đến cùng một địa điểm giao hàng, nếu chủ hàng không xác định được một lộ trình vận chuyển thích hợp thì sẽ gây tốn kém về cước phí nếu quãng đường vận chuyển không phải là ngắn nhất.

Tuy nhiên, chủ hàng sẽ không lựa chọn lộ trình vận chuyển hàng hoá có quãng đường vận chuyển là ngắn nhất nhưng lại phải đi qua vùng nguy hiểm như: Vùng có chiến tranh, vùng có núi lửa hoạt động, vùng hay gặp cướp biển...(vì như vậy sẽ không an toàn cho hàng hoá), hoặc tàu chở hàng cho họ phải ghé đỗ tại nhiều cảng biển để dỡ/xếp hàng (sẽ tốn nhiều thời gian từ cảng đi đến cảng đến, gây hư hỏng cho hàng hoá, nhất là hàng nông sản, thực phẩm ...).

- Trong bối cảnh tự do cạnh tranh trong hoạt động cung cấp dịch vụ logistics, các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam cần lựa chọn cho mình các hãng cung cấp dịch vụ vận tải chuyên nghiệp, là đối tác uy tín, có quan hệ làm ăn lâu dài

Ở Việt Nam hiện nay, dịch vụ vận tải, giao nhận hàng hoá xuất khẩu đang được cung cấp bởi nhiều tập đoàn, doanh nghiệp khác nhau cả ở trong và ngoài nước. Đặc biệt, khi gia nhập WTO, Việt Nam cam kết từng bước mở cửa thị trường dịch vụ logistics cho các doanh nghiệp có vốn FDI nên mức độ cạnh tranh ngày càng trở nên gay gắt.

Vấn đề đặt ra là các doanh nghiệp xuất khẩu hàng hoá phải tính toán và lựa chọn cho mình nhà cung cấp dịch vụ logistics tốt nhất, có tính chuyên nghiệp cao, có uy tín trên thị trường, có mức giá cước phí thấp nhất cùng với chất lượng dịch vụ tốt nhất. Đây là điều kiện quan trọng để người xuất khẩu có thể giảm thiểu được cước phí vận tải, góp phần giảm thiểu chi phí xuất khẩu hàng hoá.

Trong trường hợp cần thiết, doanh nghiệp nên tận dụng các nguồn thông tin từ các Hiệp hội doanh nghiệp và Hiệp hội ngành hàng để có quyết định đúng khi lựa chọn các nhà cung ứng dịch vụ vận tải và giao nhận cho hàng hóa của mình.

- Doanh nghiệp xuất khẩu cần linh hoạt trong đàm phán, giao dịch với người nhập khẩu để lựa chọn điều kiện cơ sở giao hàng phù hợp

Đây là giải pháp hết sức quan trọng để các doanh nghiệp xuất khẩu hàng hóa trong nước có thể chủ động trong việc thuê tàu biển Việt Nam chuyên chở hàng hoá xuất khẩu sang nước nhập khẩu. Do cả doanh nghiệp

xuất khẩu và doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận tải đều là doanh nghiệp Việt Nam nên các bên có thể chủ động đàm phán để có được mức cước phí vận tải hợp lý nhất.

Muốn vậy, các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam cần đàm phán với nhà nhập khẩu để bán hàng theo giá bao gồm cả phí vận tải (bán theo giá CIF hoặc C&F) thay cho thói quen bán hàng với giá không bao gồm cước phí vận tải (bán theo giá FOB) trước đây. Sự thay đổi này sẽ giúp cho các doanh nghiệp xuất khẩu hàng hoá có thể tận dụng tối đa ưu thế quyền thuê và mặc cả cước phí vận tải, giao nhận với các doanh nghiệp kinh doanh các dịch vụ nói trên ở trong nước vì mức phí vận tải và phí giao nhận hàng hóa đều có thể được thoả thuận và thương lượng một cách khá linh hoạt.

Hơn thế, trong bối cảnh hoạt động vận tải hàng hóa xuất khẩu đang được “container hóa”, nếu doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam thỏa thuận giao hàng theo giá CIF cảng đến thì họ hoàn toàn có thể chủ động về tàu để khi hàng hóa của họ từ kho đưa đến cảng gửi hàng là được chuyển ngay lên tàu, tránh không phải trả thêm khoản chi phí do container phải lưu ở cảng chờ được xếp lên tàu biển.

- Các doanh nghiệp cần chủ động liên kết sản xuất, tạo những lô hàng xuất khẩu lớn để tận dụng hết dung tích container, tránh để thừa dung tích hoặc phải gửi hàng vào các container hàng lẻ với chi phí vận tải cao và phí dịch vụ giao nhận khá tốn kém.

2.2.2.3. Các giải pháp đối với doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu nhóm hàng nông, lâm, thủy sản

Nông, lâm, thủy sản là một trong những nhóm hàng có kim ngạch xuất khẩu lớn của Việt Nam hiện nay. Với sự đa dạng về chủng loại và cấp độ chất lượng, các mặt hàng nông, lâm, thủy sản của Việt Nam đã có mặt và giữ thị phần đáng kể trên thị trường nhiều nước trên thế giới.

Để nâng cao khả năng cạnh tranh về giá xuất khẩu trên thị trường, cũng như các doanh nghiệp xuất khẩu khác, các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu các mặt hàng nông, lâm, thủy sản trong nước cũng đang nghiên cứu tìm kiếm

các giải pháp thích hợp để giảm thiểu chi phí liên quan đến hoạt động vận tải, giao nhận hàng hóa khi xuất khẩu sang thị trường nước ngoài.

Việc giảm thiểu chi phí liên quan đến hoạt động vận tải, giao nhận hàng nông, lâm, thủy sản xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam phụ thuộc rất nhiều vào đặc điểm, tính chất, yêu cầu đối với việc bảo quản hàng hóa trong suốt hành trình vận chuyển từ kho của người xuất khẩu sang giao cho người nhận hàng tại nước nhập khẩu. Một số đặc điểm của nhóm hàng nông, lâm, thủy sản có ảnh hưởng đến việc giảm thiểu chi phí liên quan đến hoạt động vận tải, giao nhận hàng hóa mà các doanh nghiệp chủ hàng cần chú ý là:

- Giá trị các mặt hàng nông, lâm, thủy sản xuất khẩu tuy không lớn nhưng khối lượng của chúng lại khá lớn. Điều này làm cho chi phí vận tải và chi phí giao nhận tính theo lô hàng trong hành trình của hàng hóa từ nơi giao hàng của người xuất khẩu đến người nhập khẩu là khá cao và việc tìm cách để giảm thiểu là rất khó khăn.

- Đa số các mặt hàng nông sản đều dễ bị hư hỏng nếu thời gian và quãng đường vận chuyển quá dài, qua các vùng có khí hậu khác nhau. Chính vì vậy, nhiều mặt hàng nông, lâm, thủy có yêu cầu về cách bao gói, về chế độ bảo quản và chăm sóc trong các khoang tàu chuyên dụng chạy suốt theo đúng lịch trình đã định sẵn... Đây là lý do khiến chi phí vận tải và giao nhận đối với hàng nông, lâm, thủy sản là tương đối cao.

- Các mặt hàng nông, lâm, thủy sản xuất khẩu dễ bị hư hỏng, hao hụt sau quá trình vận chuyển. Để khắc phục khó khăn này, các doanh nghiệp thường phải thuê người làm dịch vụ giao nhận tại cảng đến để tái chế, bao gói lại hàng hóa và phải chịu một khoản chi phí nhất định.

Căn cứ vào các đặc điểm nêu trên của hàng nông, lâm, thủy sản, để giảm thiểu chi phí trong hành trình của hàng hóa từ nước xuất khẩu sang nước nhập khẩu, các doanh nghiệp chủ hàng cần có một số giải pháp như sau:

a/ Các giải pháp có tính chủ động

- Các doanh nghiệp chủ hàng cần chuẩn bị hàng hóa đủ tiêu chuẩn về chất lượng và tiêu chuẩn về bao gói để sẵn sàng giao hàng khi người cung

cấp dịch vụ giao nhận đưa container đến để nhận hàng. Nếu làm tốt khâu công việc này, chủ hàng không tốn thêm khoản phụ phí do container phải lưu lại để chờ xếp hàng.

- Khi thuê vận chuyển và giao nhận hàng hóa là nông, lâm, thủy sản xuất khẩu (nhất là hàng thực phẩm tươi sống...), các doanh nghiệp chủ hàng Việt Nam cần lựa chọn các hãng vận tải có sử dụng tàu chuyên dụng, được trang bị thiết bị bảo ôn và công nghệ hiện đại để bảo đảm cho hàng hóa không bị hư hỏng, thối nát hoặc xuống phẩm cấp chất lượng khi phải trải qua thời gian và quãng đường vận chuyển dài. Mặt khác, đây phải là các hãng, các tập đoàn logistics quen thuộc, uy tín, luôn đảm bảo đúng lịch trình và thời gian giao hàng. Có như vậy, hàng hóa của doanh nghiệp mới có thể đến với người nhập khẩu một cách an toàn, không phải tiêu tốn cho những chi phí đột xuất phát sinh trong hành trình của chúng.

- Đối với hàng hóa là các loại ngũ cốc (dễ bị mốc mọt) hoặc hàng thủy sản dễ bị hư hỏng, doanh nghiệp cần nghiên cứu để có cách bao gói riêng, có yêu cầu về chế độ bảo quản trên tàu riêng, việc bốc/xếp, giao nhận hàng hóa được thực hiện theo phương cách riêng, phù hợp. Đây là giải pháp tốt giúp doanh nghiệp không phải tốn phí để khắc phục tình trạng hàng hóa bị hư hỏng trên đường vận chuyển do bao bì bị vỡ, rách...

- Doanh nghiệp cần chủ động về số lượng hàng hóa để xếp vừa đủ trong mỗi container, tránh hiện tượng không sử dụng hết dung tích của container làm hàng hóa bị xô đẩy, gây hư hỏng, đổ vỡ. Hơn thế, cước phí vận chuyển vẫn phải trả cho chủ tàu theo cả container nên chi phí cho 1 đơn vị hàng hóa sẽ bị đẩy lên cao.

b/ Các giải pháp mang tính hỗ trợ

- Các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu hàng hóa và các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận tải, giao nhận cần có sự phối hợp tạo sự đồng bộ, nhất quán trong hoạt động để đảm bảo có hàng là có tàu và có người cung ứng dịch vụ giao nhận. Giải pháp này nhằm tránh hiện tượng hàng hóa đã được thu gom nhưng không có tàu biển hoặc không thuê được container để

xếp hàng, gây ứ đọng và phải trả chi phí kho bãi và ngược lại, tàu biển và container đã sẵn sàng nhưng chưa có đủ hàng thì doanh nghiệp phải trả thêm chi phí do tàu và container phải đợi hàng.

- Tùy yêu cầu của từng lô hàng, các doanh nghiệp nên sử dụng phương thức MTO (vận tải đa phương thức) để giao hàng “từ kho đến kho” hoặc “từ cửa đến cửa” để phục vụ người nhập khẩu một cách tốt nhất, với chi phí thấp nhất.

- Tăng cường đào tạo nguồn nhân lực có khả năng hiểu biết về quy cách phẩm chất hàng nông, lâm, thủy sản xuất khẩu, về đặc điểm và yêu cầu của quá trình vận chuyển, về khả năng giải quyết khiếu nại (nếu có)... để họ có thể chủ động giao dịch với người nhập khẩu hoặc với các nhà cung cấp dịch vụ vận tải, giao nhận nhằm tranh thủ những điều kiện thuận lợi, tránh những bất trắc có thể xảy ra mà để giải quyết được doanh nghiệp phải chịu nhiều tổn phí.

- Các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu hàng nông, lâm, thủy sản Việt Nam nên sử dụng dịch vụ vận tải, giao nhận thuê ngoài để một mặt tiết kiệm chi phí so với việc các doanh nghiệp chủ hàng tự đầu tư thực hiện các dịch vụ này. Mặt khác, sử dụng dịch vụ vận tải, giao nhận thuê ngoài, doanh nghiệp có thể tập trung vốn đầu tư để phát triển sản xuất, kinh doanh mà không phải phân tán nguồn vốn để đầu tư mua sắm phương tiện vận tải và trả lương cho lái xe, không phải đầu tư xây dựng kho bãi và mua sắm thiết bị để tự bảo quản hàng hóa mà lại không sử dụng hết công suất của chúng khi không có hàng.

2.2.2.4. Các giải pháp đối với doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu nhóm hàng công nghiệp chế biến

Các mặt hàng trong nhóm hàng công nghiệp chế biến xuất khẩu của Việt Nam chủ yếu là: Dệt may, giày dép, hàng thực phẩm công nghệ...

Khác với nhóm hàng nông sản, các mặt hàng công nghiệp chế biến xuất khẩu có một số đặc điểm có ảnh hưởng đến chi phí vận tải, giao nhận như sau:

- Các mặt hàng công nghiệp chế biến không dễ bị hư hỏng, biến chất, không có yêu cầu phải được chuyên chở bằng tàu chuyên dụng và không có nhu cầu phải chăm sóc thường xuyên trong suốt quá trình vận chuyển.

- Là loại hàng hóa có thể trọng lượng không lớn nhưng lại khá cồng kềnh. Đặc điểm này đòi hỏi chủ hàng xuất khẩu phải có kỹ năng và hết sức khéo léo, khoa học trong việc sắp xếp hàng hóa trong container.

Nếu không làm tốt được các khâu công việc trên đây thì mặc cho container đã được chất đầy hàng nhưng số lượng đơn vị hàng hóa/container lại rất hạn chế. Trong khi đó, chi phí vận tải hàng hóa lại được tính theo container và vì vậy chi phí này/1 đơn vị hàng hóa là khá cao.

- Vấn đề bao gói cho mỗi đơn vị hàng hóa riêng biệt đối với hàng công nghiệp chế biến cũng là yếu tố rất quan trọng quyết định đến mức giá chi phí vận tải, giao nhận. Việc đàm phán với người nhập khẩu khi ký hợp đồng về điều khoản này để họ đảm nhận khâu bao gói cuối cùng đối với hàng hóa để giảm dung tích khi xếp hàng trong container nhằm giảm chi phí vận tải/1 đơn vị hàng hóa xuất khẩu trong quá trình vận tải là rất cần thiết .

Để đáp ứng các yêu cầu trên đây của các mặt hàng công nghiệp chế biến, chế tạo với mục tiêu giảm thiểu chi phí vận tải, giao nhận trong quá trình đưa hàng hóa đến với người nhập khẩu, các doanh nghiệp chủ hàng Việt Nam cần có những giải pháp thiết thực như sau:

a/ Các giải pháp có tính chủ động

- Chuẩn bị hàng hóa sẵn sàng giao hàng theo đúng thời hạn ghi trong hợp đồng với người nhập khẩu hoặc người cung cấp dịch vụ giao nhận để xếp vào container tại địa điểm quy định. Đây là khâu công việc mà chủ hàng hoàn toàn có thể chủ động được để tránh không phải trả thêm khoản phụ phí do container phải lưu lại để chờ xếp hàng.

- Doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu hàng hóa cần chủ động thỏa thuận với người nhập khẩu khi ký hợp đồng để họ đảm nhận khâu bao gói cuối cùng đối với hàng hóa để giảm dung tích khi xếp hàng trong container nhằm giảm chi phí vận tải cho 1 đơn vị hàng hóa xuất khẩu. Trong trường hợp

không thỏa thuận được với người nhập khẩu thì doanh nghiệp cần chủ động thuê người giao nhận thay mặt mình đóng gói hoàn chỉnh đối với hàng hóa và giao cho người nhập khẩu. Giải pháp này sẽ giúp doanh nghiệp xuất khẩu giảm thiểu được một phần đáng kể chi phí vận tải so với việc đóng gói hoàn chỉnh từ nơi gửi hàng rồi chở thẳng đến giao cho người nhập khẩu do tiết kiệm được chi phí thuê container để chuyên chở hàng. Ví dụ: Các mặt hàng làm bằng da nói chung và giày dép da nói riêng phải được đóng gói trong những hộp ca-tông cứng và có các tấm nhựa hoặc bìa cứng để ngăn cách lớp nọ với lớp kia. Nếu doanh nghiệp xuất khẩu thực hiện việc đóng gói hoàn chỉnh cho từng đơn vị hàng hóa rồi mới xếp vào container thì số đơn vị hàng hóa/container sẽ rất hạn chế và chi phí vận tải, giao nhận được phân bổ cho 1 đơn vị hàng hóa là khá cao. Thay vì thực hiện việc đóng gói hoàn chỉnh cho từng đơn vị hàng hóa rồi mới xếp vào container, các chủ hàng có thể dùng các vật liệu mềm để ngăn cách và xếp hàng vào container sao cho tiết kiệm dung tích nhất và gửi kèm theo đó số lượng bao bì cần thiết. Khi đến cảng nhận hàng, chủ hàng có thể thuê người cung cấp dịch vụ giao nhận đóng gói hoàn chỉnh đối với hàng hóa (giày dép theo đôi/hộp, quần áo theo bộ hoặc chiếc/hộp...) và giao cho người nhập khẩu.

Tất nhiên, chủ hàng phải cân đối sao cho chi phí này phải thấp hơn đáng kể so với chi phí vận tải nếu đóng gói hoàn chỉnh trước khi gửi hàng.

b/ Các giải pháp mang tính hỗ trợ

- Các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu hàng hóa cần đàm phán để bán hàng công nghiệp chế biến, chế tạo theo ĐKCSGH CIF hoặc C&F cảng Việt Nam để có thể chủ động trong việc thuê tàu và đưa container hàng hóa lên tàu đúng thời gian nhất. Đây là giải pháp quan trọng giúp chủ hàng Việt Nam tránh được tổn phí lưu container tại cảng vì phải chờ tàu do người mua chỉ định (nếu bán theo ĐKCSGH FOB cảng Việt Nam) hoặc phải trả chi phí do tàu phải đợi hàng quá thời gian quy định.

- Tận dụng triệt để ưu thế của vận tải đa phương thức (MTO) để giao hàng “từ kho đến kho” hoặc “từ cửa đến cửa” để phục vụ người nhập khẩu một cách tốt nhất, với chi phí thấp nhất.

- Áp dụng công nghệ thông tin hiện đại vào việc quản lý, theo dõi để kịp thời giải quyết những “sự cố đột xuất” nảy sinh trong suốt hành trình của hàng hóa từ người xuất khẩu đến với người nhập khẩu.

- Trong bối cảnh dịch vụ logistics thế giới đang phát triển theo xu hướng chuyên môn hóa và hiện đại hóa ở mức độ cao, các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu hàng công nghiệp chế biến của Việt Nam nên sử dụng dịch vụ thuê ngoài của các doanh nghiệp, tập đoàn cung cấp dịch vụ logistics chuyên nghiệp, uy tín, có khả năng cung cấp dịch vụ hoàn hảo để đảm bảo cho hàng hóa của mình đến được với người nhập khẩu một cách nhanh chóng nhất, an toàn, đầy đủ nhất và với chi phí thấp nhất.

KẾT LUẬN

Hiện nay, các doanh nghiệp Việt Nam đang từng bước thực hiện quá trình tự do hóa thương mại theo các cam kết gia nhập WTO. Bên cạnh những cơ hội do hội nhập kinh tế thương mại mang lại, các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu Việt Nam đang phải đối mặt với sức ép cạnh tranh (nhất là cạnh tranh về giá xuất khẩu hàng hóa) với các doanh nghiệp của các nước khác trên thị trường.

Để nâng cao sức cạnh tranh về giá xuất khẩu của hàng hóa Việt Nam trên thị trường khu vực và quốc tế (nhất là các mặt hàng nông, lâm, thủy sản và hàng công nghiệp chế biến), cùng với việc tìm giải pháp để giảm giá thành sản xuất/giá thu gom hàng hóa, các doanh nghiệp còn phải tìm các giải pháp để giảm thiểu các chi phí liên quan đến hoạt động vận tải và giao nhận - một trong những yếu tố quan trọng cấu thành nên giá xuất khẩu hàng hóa. Tuy nhiên, giảm thiểu chi phí có liên quan đến hoạt động vận tải, giao nhận nhằm giảm tổng chi phí xuất khẩu hàng hóa đang là bài toán đòi hỏi các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu tìm lời giải đáp.

Bám sát các mục tiêu, yêu cầu và nội dung nghiên cứu đã được phê duyệt, Ban chủ nhiệm đề tài đã hoàn thành được một số nhiệm vụ sau:

1/ Nghiên cứu làm rõ tác động của việc giảm thiểu chi phí vận tải và giao nhận đến việc giảm chi phí xuất khẩu và nâng cao năng lực cạnh tranh của hàng xuất khẩu Việt Nam trong bối cảnh tự do cạnh tranh.

2/ Nghiên cứu sự khác biệt về chi phí trong mô hình doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu hàng hóa tự thực hiện dịch vụ vận tải, giao nhận và mô hình sử dụng dịch vụ vận tải, giao nhận thuê ngoài trong xu hướng chuyên môn hóa các lĩnh vực dịch vụ hiện nay.

3/ Nghiên cứu thực trạng chi phí vận tải và giao nhận trong tổng chi phí xuất khẩu của một số mặt hàng thuộc nhóm hàng nông, lâm, thủy sản (Gạo, cà phê, thủy sản...) và một số mặt hàng thuộc nhóm hàng công nghiệp chế biến (Dệt may, giày dép...) và từ đó tìm ra những hạn chế cần khắc phục để giảm thiểu chi phí vận tải, giao nhận nhằm giảm tổng chi phí xuất khẩu của hàng hóa.

4/ Trên cơ sở nghiên cứu xu hướng phát triển dịch vụ logistics thế giới và những cơ hội, thách thức, quan điểm và định hướng của Việt Nam trong việc giảm thiểu chi phí vận tải, giao nhận hàng hóa xuất khẩu, đề tài đã đề xuất được các nhóm giải pháp để giảm thiểu chi phí vận tải, giao nhận nhằm giảm chi phí xuất khẩu hàng hóa bao gồm: Nhóm các giải pháp vĩ mô, nhóm các giải pháp đối với doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận tải, giao nhận, nhóm các giải pháp đối với doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu các mặt hàng nông, lâm, thủy sản và nhóm các giải pháp đối với doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu nhóm hàng công nghiệp chế biến.

Đối với từng nhóm mặt hàng, đề tài tập trung đề xuất các giải pháp mang tính chủ động của doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh hàng xuất khẩu và nhóm các giải pháp mang tính hỗ trợ để doanh nghiệp có thể giảm thiểu được chi phí vận tải và giao nhận xuống đến mức thấp nhất.

Trong quá trình nghiên cứu, nhóm tác giả đã cố gắng đáp ứng các mục tiêu đề tài đặt ra. Tuy nhiên, do hạn chế về nhiều mặt, kết quả nghiên cứu của đề tài không thể tránh khỏi những thiếu sót.

Ban chủ nhiệm đề tài xin chân thành cảm ơn các cơ quan, các chuyên gia, các nhà khoa học, các đồng nghiệp đã giúp đỡ để chúng tôi hoàn thành việc nghiên cứu Đề tài.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

TÀI LIỆU TIẾNG VIỆT

1 - Nguyễn Thâm, *Vận tải đa phương thức & Logistics*, Tạp chí Visaba Times của Hiệp hội giao nhận, kho vận Việt Nam số 62, tháng 7/2004.

2 - Phạm Thị Cải, *Nghiên cứu kinh nghiệm quốc tế về dịch vụ hậu cần và những bài học rút ra cho Việt Nam*, Đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ, Bộ Thương mại, mã số 2005 - 78 - 006.

3 - Phạm Thị Cải, *Các giải pháp để giảm thiểu chi phí liên quan đến hoạt động vận tải, giao nhận và bảo hiểm nhằm nâng cao sức cạnh tranh của hàng xuất khẩu Việt Nam*, Đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ, Bộ Công Thương, mã số 2006 - 78 - 003.

4 - Cục Hàng hải Việt Nam, *Báo cáo đánh giá thực trạng hoạt động vận tải biển và dịch vụ hàng hải sau 4 năm thi hành Luật doanh nghiệp, những kiến nghị với Chính phủ*, Hà Nội, tháng 7/2004.

5 - Cục Hàng hải Việt Nam, *Các bài tham luận tại Hội nghị vận tải và dịch vụ hàng hải 2004*, Hà Nội, tháng 7/2004.

6- PGS. TS. Đoàn Thị Hồng Vân, *Logistics - Những vấn đề cơ bản*, NXb Thống kê năm 2003.

7- Nguyễn Tú Anh - *Thực trạng và định hướng phát triển nguồn nhân lực trong ngành dịch vụ logistics tại Việt Nam* - Báo cáo tham luận tại hội thảo: “Phát triển dịch vụ logistics: Cơ hội và thách thức” ngày 24/7/2006.

8- Nguyễn Hùng - *Một số giải pháp cơ bản phát triển dịch vụ logistics tại Việt Nam trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế* - Báo cáo tham luận tại hội thảo: “Phát triển dịch vụ logistics: Cơ hội và thách thức” ngày 24/7/2006.

9- Viện Chiến lược và phát triển giao thông vận tải và Tổng công ty Hàng hải Việt Nam, *Quy hoạch phát triển vận tải biển Việt Nam đến năm 2010 và định hướng đến 2020*, Hà Nội 2003.

10 - Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế TW - *Nâng cao năng lực cạnh tranh xuất khẩu trên cơ sở cắt giảm chi phí, trường hợp của Việt Nam*

11- Viện Nghiên cứu Thương mại- Bộ Công Thương, *Điều tra kênh tiêu thụ sản phẩm cà phê ở Đắk Lắk, 2002*

12- *SCM Corporation, Supply Chain Insight*, Kết quả khảo sát về logistics 2008.

TÀI LIỆU TIẾNG ANH

1 - UNCTAD/UNDP, *Handbook on Multimodal Transport*, Geneva 3/1992.

2 - UN. ESCAP. *Manual book on Freight Forwarding*. 2nd ed.

3- *Review of Transport and Logistics Development in Viet Nam*, Dongwoo Ha, Transport and Tourism Division, United Nation ESCAP, 10/2004.

4 - *Institutional & Legal Framework Required to Establish & Strengthen Multimodal Transport & Logistics Service*, Geetha Karandawala, Transport and Tourism Division, UNESCAP, 10/2004.

5- World Bank, *Vietnam Logistics Development, Trade Facilitation*

**BỘ CÔNG THƯƠNG
VIỆN NGHIÊN CỨU THƯƠNG MẠI**

**ĐỀ TÀI NGHIÊN CỨU KHOA HỌC CẤP BỘ
MÃ SỐ: 2006 - 78 - 003**

**CÁC GIẢI PHÁP ĐỂ GIẢM THIỂU CHI PHÍ
LIÊN QUAN ĐẾN HOẠT ĐỘNG VẬN TẢI, GIAO NHẬN
VÀ BẢO HIỂM NHẪM NÂNG CAO SỨC CẠNH TRANH
CỦA HÀNG XUẤT KHẨU VIỆT NAM
(BÁO CÁO TÓM TẮT)**

HÀ NỘI, 2007

**BỘ CÔNG THƯƠNG
VIỆN NGHIÊN CỨU THƯƠNG MẠI**

**ĐỀ TÀI NGHIÊN CỨU KHOA HỌC CẤP BỘ
MÃ SỐ: 2006 -78 - 003**

**CÁC GIẢI PHÁP ĐỂ GIẢM THIỂU CHI PHÍ
LIÊN QUAN ĐẾN HOẠT ĐỘNG VẬN TẢI, GIAO NHẬN
VÀ BẢO HIỂM NHẪM NÂNG CAO SỨC CẠNH TRANH
CỦA HÀNG XUẤT KHẨU VIỆT NAM
(BÁO CÁO TÓM TẮT)**

Cơ quan chủ quản:
Cơ quan chủ trì:
Chủ nhiệm đề tài:
Các thành viên:

Bộ Công Thương
Viện nghiên cứu Thương mại
Ths. Phạm Thị Cải
Ths. Lê Huy Khôi
CN. Hoàng Thị Hương Lan
CN. Phan Thị Bạch Tuyết

Cơ quan chủ trì đề tài
thu (Ký tên, đóng dấu)

Cơ quan chủ quản đề tài
(Ký tên, đóng dấu)

Chủ tịch Hội đồng nghiệm
(Ký tên)

HÀ NỘI, 2007

LỜI MỞ ĐẦU

Trong những năm gần đây, quá trình tự do hóa thương mại và hội nhập kinh tế quốc tế đã làm cho nhu cầu mua bán, trao đổi hàng hoá trên thế giới là rất lớn và tăng trưởng không ngừng. Trong bối cảnh như vậy, việc tổ chức thực hiện dịch vụ vận tải và giao nhận theo hướng hiện đại nhằm giảm chi phí logistics để từ đó giảm tổng chi phí xuất khẩu, nâng cao năng lực cạnh tranh cho hàng hóa và doanh nghiệp Việt Nam là hết sức cần thiết.

Tuy nhiên, kết quả của các nghiên cứu trong và ngoài nước cho thấy, năng lực cạnh tranh về giá của hàng xuất khẩu Việt Nam nói chung và của hàng nông, lâm, thủy sản và hàng công nghiệp chế biến, chế tạo nói riêng so với các mặt hàng cùng loại của các nước trong khu vực và trên thế giới hiện chưa đạt mức cao. Nguyên nhân của vấn đề trên một phần do chi phí cho các hoạt động vận tải, giao nhận còn chiếm tỷ trọng đáng kể trong cơ cấu giá xuất khẩu của hàng hoá. Chính vì vậy, việc tìm lời giải cho bài toán giảm thiểu chi phí vận tải, giao nhận đang là vấn đề quan trọng để các doanh nghiệp có thể giảm tổng chi phí xuất khẩu, tạo cho hàng xuất khẩu Việt Nam có giá cạnh tranh cao trên thị trường.

Hiện nay, đã có một số tài liệu, công trình nghiên cứu ở trong nước và nước ngoài đề cập đến các vấn đề có liên quan đến hoạt động vận tải, giao nhận hàng hoá xuất khẩu dưới các góc độ khác nhau như: (1) Nguyễn Thâm, *Vận tải đa phương thức & Logistics*, Tạp chí Visaba Times của Hiệp hội giao nhận, kho vận Việt Nam số 62, tháng 7/2004; (2) Phạm Thị Cải, *Nghiên cứu kinh nghiệm quốc tế về dịch vụ hậu cần và những bài học rút ra cho Việt Nam*, Đề tài NCKH cấp Bộ, Bộ Thương mại, mã số 2005 - 78 - 006; (3) Phạm Thị Cải, *Các giải pháp để giảm thiểu chi phí liên quan đến hoạt động vận tải, giao nhận và bảo hiểm nhằm nâng cao sức cạnh tranh của hàng XK Việt Nam*, Đề tài NCKH cấp Bộ, Bộ Công Thương, mã số 2006 - 78 - 003; (4) Cục Hàng hải Việt Nam, *Các bài tham luận tại Hội nghị vận tải và dịch vụ hàng hải 2004*, Hà Nội, tháng 7/2004; (5) Viện Chiến lược và phát triển giao thông vận tải và Tổng công ty Hàng hải Việt Nam, *Quy hoạch phát triển vận tải biển VN đến năm 2010 và định hướng đến 2020*, Hà Nội 2003; (6) Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế TW - *Nâng cao năng lực cạnh tranh xuất khẩu trên cơ sở cắt giảm chi phí, trường hợp của Việt Nam*; (7) Viện Nghiên cứu Thương mại- Bộ Công Thương, *Điều tra kênh tiêu thụ sản phẩm cà phê ở Đắk Lắk*, 2002; (8) SCM Corporation, *Supply Chain Insight, Kết quả khảo sát về logistics 2008*; (9) Geetha Karandawala, *Transport and Tourism Division, UNESCAP, Institutional & Legal Framework Required to Establish & Strengthen Multimodal Transport & Logistics Service*, 10/2004; (12) World Bank, *Vietnam Logistics Development, Trade Facilitation...*

Tuy vậy, chưa có công trình nào tiến hành nghiên cứu một cách đầy đủ và có hệ thống về thực trạng chi phí vận tải, giao nhận đối với một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam, đặc biệt là đối với các mặt hàng nông, lâm, thủy sản và hàng công nghiệp chế biến.

Để giúp các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu Việt Nam nói chung và các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu các nhóm hàng nông sản và nhóm hàng công nghiệp chế biến nói riêng có được giải pháp thiết thực để giảm thiểu chi phí vận tải, giao nhận, góp phần giảm tổng chi phí xuất khẩu hàng hóa, nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường quốc tế, Bộ Công Thương đã cho phép tổ chức nghiên cứu đề tài: “*Giải pháp nhằm giảm thiểu chi phí vận tải và giao nhận đối với một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam hiện nay*”.

Mục tiêu chính của đề tài là: Nghiên cứu đề xuất các giải pháp để giảm thiểu chi phí liên quan đến hoạt động vận tải và giao nhận nhằm giảm chi phí xuất khẩu và nâng cao năng lực cạnh tranh đối với một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam trong bối cảnh hội nhập.

Đối tượng nghiên cứu của Đề tài là:

- Các chi phí liên quan đến hoạt động vận tải, giao nhận đối với một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam

- Các chính sách và giải pháp vĩ mô và các giải pháp của doanh nghiệp xuất khẩu và doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận tải, giao nhận để giảm thiểu các chi phí liên quan đối với hàng xuất khẩu.

Phạm vi nghiên cứu của Đề tài:

- **Về nội dung:** Do các vấn đề về phương pháp luận, kinh nghiệm của các nước trong việc phát triển dịch vụ logistics và giải pháp chủ yếu để giảm thiểu chi phí liên quan đến hoạt động vận tải, giao nhận đối với hàng xuất khẩu của Việt Nam nói chung đã được nghiên cứu ở các đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ - Bộ Công Thương mã số 2005- 8- 006 (năm 2005) và 2006- 78- 003 (năm 2006) nên Đề tài chỉ tập trung nghiên cứu các chi phí liên quan đến hoạt động vận tải, giao nhận đối với một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam, các mặt hàng đạt kim ngạch xuất khẩu lớn, Việt Nam có tiềm năng xuất khẩu và chi phí vận tải, giao nhận có ảnh hưởng lớn đến chi phí xuất khẩu. Do giới hạn về nhiều mặt, Đề tài tập trung nghiên cứu giải pháp để giảm thiểu chi phí vận tải, giao nhận đối với hai nhóm hàng chính là: Nhóm các mặt hàng nông, lâm, thủy sản và nhóm các mặt hàng công nghiệp chế biến.

- **Về thời gian:** Đề tài nghiên cứu các chi phí và giải pháp giảm thiểu chi phí liên quan đến hoạt động vận tải, giao nhận hàng hoá xuất khẩu ở Việt Nam giai đoạn 2001 - 2007 và cho những năm tiếp theo.

Các phương pháp chủ yếu được sử dụng: Phương pháp khảo sát, thu thập thông tin, tổng hợp, phân tích, so sánh, hội thảo, lấy ý kiến chuyên gia...

Ngoài phần mở đầu, kết luận, Đề tài được kết cấu thành 2 chương:

Chương 1: *Tổng quan về chi phí vận tải và giao nhận đối với hàng xuất khẩu của Việt Nam trong giai đoạn hiện nay*

Chương 2: *Một số giải pháp nhằm giảm thiểu chi phí vận tải và giao nhận đối với hàng hóa xuất khẩu chủ lực của Việt Nam trong bối cảnh hội nhập*

Chương 1

TỔNG QUAN VỀ CHI PHÍ VẬN TẢI VÀ GIAO NHẬN ĐỐI VỚI HÀNG XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM TRONG GIAI ĐOẠN HIỆN NAY

1.1. TÁC ĐỘNG CỦA VIỆC GIẢM THIỂU CHI PHÍ VẬN TẢI VÀ GIAO NHẬN ĐẾN CHI PHÍ XUẤT KHẨU CỦA HÀNG HÓA TRONG BỐI CẢNH TỰ DO CẠNH TRANH

1.1.1. Các yếu tố cấu thành chi phí xuất khẩu

Như ta đã biết, chi phí xuất khẩu hàng hóa được xác định là tổng chi phí sản xuất/thu mua cộng với tất cả các chi phí phát sinh trong quá trình đưa hàng hóa từ kho của người xuất khẩu sang nơi nhận hàng của người nhập khẩu. Một cách tổng quát, chi phí xuất khẩu được tính theo công thức sau:

Tổng chi phí xuất khẩu của hàng hóa = Chi phí sản xuất/thu mua + Chi phí vận tải + chi phí lưu kho, lưu bãi + chi phí dự trữ + chi phí giải quyết đơn hàng và cung cấp thông tin...

Trong số các loại chi phí trên, chi phí sản xuất/thu mua hàng hóa có tỷ trọng lớn nhất trong tổng chi phí xuất khẩu của hàng hóa (khoảng 75 - 80%), phần còn lại là các chi phí có liên quan đến hoạt động vận tải, giao nhận và lợi nhuận của doanh nghiệp.

Để giảm chi phí xuất khẩu hàng hóa nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của hàng xuất khẩu Việt Nam trên thị trường, bên cạnh các giải pháp của Nhà nước và sự nỗ lực giảm chi phí sản xuất/thu mua hàng hóa, các doanh nghiệp cũng cần tìm những giải pháp hữu hiệu để giảm thiểu đến mức thấp nhất các chi phí có liên quan đến quá trình đưa hàng hóa đến với người nhập khẩu ở nước ngoài, đặc biệt là giảm thiểu các chi phí vận tải và giao nhận - các khoản chi phí chiếm tỷ trọng lớn (chỉ sau giá sản xuất/thu mua) trong tổng chi phí xuất khẩu của hàng hóa.

Ngoài các chi phí trực tiếp cấu thành như trên, chi phí xuất khẩu của hàng hóa còn chịu ảnh hưởng của các yếu tố khác như: Hạ tầng giao thông vận tải, hệ thống kho ngoại quan, hiệu quả công tác cải cách hành, sự biến động của giá xăng dầu trên thị trường, sự độc quyền của một số doanh nghiệp ngành vận tải...

1.1.2. Chi phí vận tải và giao nhận trong tổng chi phí xuất khẩu của hàng hóa

a/ Chi phí vận tải

Chi phí vận tải hàng hóa xuất khẩu là tất cả các khoản chi phí để thực hiện việc vận chuyển hàng hóa từ kho của người sản xuất/thu gom lên phương tiện vận tải quốc tế hoặc đến kho của người nhập khẩu (Tùy theo thỏa thuận ghi trong hợp đồng vận tải quốc tế). Về cơ cấu, chi phí vận tải hàng hoá xuất khẩu bao gồm: Chi phí vận tải địa và chi phí vận tải quốc tế.

Trong tổng chi phí vận tải hàng hoá xuất khẩu, cước phí vận tải chiếm tỷ trọng *khoảng 65 - 70% tổng chi phí vận tải hàng hoá xuất khẩu*. Ngoài cước phí, phần còn lại của chi phí vận tải là các chi phí khác và các khoản lệ phí.

- *Chi phí vận tải nội địa*: Là toàn bộ chi phí để vận chuyển hàng hoá từ nơi sản xuất hoặc nơi gom hàng ra đến cảng biển hoặc cửa khẩu để xếp lên phương tiện vận tải quốc tế, bao gồm: Cước phí vận chuyển nội địa; Chi phí làm các thủ tục cần thiết; Chi phí cho việc chờ đợi xếp hàng lên hoặc dỡ hàng khỏi phương tiện; Các khoản lệ phí...

- *Chi phí vận tải quốc tế*: Là toàn bộ chi phí liên quan đến quá trình chuyên chở hàng hoá xuất khẩu (kể cả bằng container) từ nơi gửi hàng (gốc) ở Việt Nam đến nơi nhận hàng (đích) ở nước ngoài, bao gồm: Cước phí vận chuyển quốc tế, chi phí làm các thủ tục cần thiết, chi phí cho việc chờ đợi xếp hàng lên hoặc dỡ hàng khỏi phương tiện, các khoản lệ phí...

b/ Chi phí giao nhận

- *Chi phí giao nhận nội địa*: Là số tiền mà người gửi hàng xuất khẩu phải trả cho người giao nhận để họ thực hiện các công việc cần thiết nhằm đưa số hàng hoá đó đến được cảng/cửa khẩu đích một cách an toàn và kịp thời gian, bao gồm: Chi phí bốc hàng lên phương tiện vận tải nội địa; Chi phí gom các lô hàng nhỏ thành lô hàng lớn hoặc tách một lô hàng lớn thành các lô hàng nhỏ để thuê chuyên chở; Chi phí lưu kho, lưu bãi, đóng gói, bao bì, ghi ký mã hiệu...(nếu có).

- *Chi phí giao nhận quốc tế*: Nếu doanh nghiệp Việt Nam xuất khẩu hàng hoá theo ĐKCSGH FOB cảng Việt Nam thì chi phí giao nhận quốc tế bao gồm mọi chi phí để đưa hàng đến cảng/cửa khẩu gửi hàng và giao cho người vận tải tại lan can tàu/toa xe quy định. Nếu doanh nghiệp Việt Nam xuất khẩu hàng hoá theo ĐKCSGH CIF hoặc C&F tại cảng nước nhập khẩu thì chi phí giao nhận quốc tế bao gồm: Chi phí bốc xếp; Chi phí gom/tách các lô hàng; Phí lưu kho, bãi; Chi phí đóng gói, bao bì, ghi ký mã hiệu...(nếu có); Chi phí làm thủ tục hải quan, lệ phí chứng từ, phí vận đơn, phí giám định hàng hoá, lệ phí C/O, phí hun trùng, phí kiểm dịch, phí làm thủ tục khiếu nại, đòi bồi thường; Chi phí chuyển tải (nếu có)...

Hiện tại, đối với các doanh nghiệp Việt Nam, chi phí cho dịch vụ vận tải và giao nhận đang chiếm tới gần 20% trong tổng chi phí xuất khẩu hàng hóa, trong khi tỷ lệ này ở các nước phát triển chỉ vào khoảng 8 - 12%.

1.1.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến chi phí vận tải, giao nhận và tác động của việc giảm thiểu các chi phí nêu trên đến chi phí xuất khẩu hàng hóa

a/ Các nhân tố ảnh hưởng đến chi phí vận tải và giao nhận hàng xuất khẩu

Như đã nêu ở mục 1.1, chi phí vận tải, giao nhận là các bộ phận cấu thành và chiếm tỷ lệ nhất định trong giá xuất khẩu hàng hoá. Vậy nếu bỏ qua các yếu tố ảnh hưởng khác, nếu chi phí vận tải, giao nhận ở mức cao sẽ trực tiếp làm cho giá xuất khẩu hàng hoá tăng cao và ngược lại.

+ Các yếu tố ảnh hưởng đến chi phí vận tải hàng xuất khẩu:

- Ảnh hưởng của chính sách, cơ chế hiện hành

Chính sách, cơ chế về hoạt động vận tải của Nhà nước là yếu tố chủ quan rất quan trọng ảnh hưởng đến chi phí vận tải hàng hoá xuất khẩu. Trong thời gian gần đây, mặc dù Nhà nước đã có nhiều biện pháp thực hiện cải cách hành chính, đơn giản hoá thủ tục trong các dịch vụ vận tải hàng hoá xuất khẩu như: Đơn giản hoá, giảm bớt các thủ tục trong quá trình vận tải, bỏ bớt các “giấy phép con”... vì đây là nguyên nhân phát sinh các khoản lệ phí “không chính thức” làm cho chi phí vận tải hàng hoá của Việt Nam đang ở mức cao.

- Ảnh hưởng của chi phí phương tiện vận tải, chất lượng đường sá

Cước vận chuyển bằng mọi phương tiện nói chung còn chịu ảnh hưởng của chi phí về phương tiện vận tải. Nếu hàng hoá được vận chuyển bằng đường biển thì mức độ ảnh hưởng của chi phí phương tiện không cao, cước vận chuyển đường bộ chịu ảnh hưởng của chi phí phương tiện lớn hơn cả. Điều này đã tác động không nhỏ làm cho chi phí phương tiện/đơn vị hàng hoá vận chuyển bằng đường bộ tăng, từ đó làm gia tăng mức cước phí vận chuyển hàng hoá. Ngoài việc chịu ảnh hưởng của chi phí phương tiện vận tải, cước phí vận tải đường bộ còn chịu ảnh hưởng của **chất lượng đường sá**. Thực tế cho thấy, nếu đường sá có chất lượng tốt sẽ làm cho chi phí xăng dầu giảm và chi phí phương tiện vận tải cũng ở mức thấp và ngược lại.

- Ảnh hưởng của sự biến động giá xăng dầu

Cước phí vận tải nói chung và cước phí vận tải nội địa ở Việt Nam nói riêng hiện đang chịu tác động mạnh của chi phí xăng dầu. Theo tính toán của các doanh nghiệp vận tải đường bộ, thông thường, chi phí nhiên liệu chiếm khoảng 30% giá thành vận tải bằng ô tô. Hiện nay, Nhà nước đang giảm dần sự can thiệp vào giá xăng dầu khiến giá xăng dầu ở Việt Nam tăng tương đương với giá của các nước trong khu vực và sự biến động của cước phí vận tải luôn gắn với sự biến động của giá xăng dầu trên thị trường. Theo tính toán của các chuyên gia về logistics, *trong chi phí vận tải hàng hóa bằng container từ Việt Nam sang các cảng Châu Âu, ảnh hưởng của việc tăng giá xăng dầu chiếm tới khoảng 11%*.

- Ảnh hưởng của các yếu tố khác

Ngoài 2 yếu tố chính là chi phí phương tiện vận tải và chi phí xăng dầu, cước phí vận tải hàng hoá xuất khẩu còn phụ thuộc vào các yếu tố có tính bất ngờ khác mà cả chủ hàng và chủ phương tiện đều không thể tính toán trước hay không lường trước được như: Thiên tai, đình công (trong vận tải quốc tế) và các khoản lệ phí không chính thức (hay xuất hiện trong vận tải đường bộ trong nước).

+ Các yếu tố ảnh hưởng đến chi phí giao nhận hàng xuất khẩu:

- Ảnh hưởng của sự độc quyền của các nhà cung cấp dịch vụ giao nhận

Thị trường dịch vụ giao nhận Việt Nam nói riêng và thế giới nói chung đang chịu ảnh hưởng lớn bởi sự độc quyền của các nhà cung cấp dịch vụ logistics lớn, có khả năng hoạt động trên phạm vi toàn cầu. Với sự lớn mạnh về tài chính và khả

năng tiếp cận và mở rộng thị trường cao, các Công ty, tập đoàn trên đã có đủ năng lực cung cấp “chuỗi dịch vụ logistics” cho khách hàng một cách hoàn hảo, với chi phí thấp.

- Ảnh hưởng của vận tải đa phương thức

Trong vận tải đa phương thức, người kinh doanh dịch vụ giao nhận cung cấp dịch vụ Door to Door cho khách hàng. Với phương thức này, hành trình của hàng hóa xuất khẩu sẽ được liên tục, nhanh chóng, chính xác và mức chi phí cho các dịch vụ là thấp nhất. Theo tính toán của các doanh nghiệp kinh doanh giao nhận, quốc tế, chi phí “Door to Door” trong vận tải đa phương thức luôn thấp hơn nhiều so với việc thực hiện đơn lẻ các dịch vụ để đưa hàng hóa đến tay người nhập khẩu

b/ Tác động của việc giảm thiểu các chi phí nêu trên đến chi phí xuất khẩu hàng hóa

Thực tế cho thấy, khi các điều kiện khác như nhau, hàng hoá của doanh nghiệp/quốc gia nào có giá xuất khẩu thấp do chi phí vận tải, giao nhận thấp sẽ giành được ưu thế cạnh tranh về giá cao hơn so với hàng hoá của doanh nghiệp/quốc gia khác có giá xuất khẩu cao do không tiết kiệm được các loại chi phí này. Đây là lý do khiến các nước luôn không ngừng đấu tranh giảm cước phí vận tải, giảm chi phí giao nhận để có được giá xuất khẩu hàng hoá thấp - điều kiện cơ bản để tạo dựng và nâng cao sức cạnh tranh của hàng hoá xuất khẩu trên thị trường thế giới

Hiện nay, do chịu ảnh hưởng của giá cước vận tải đường biển tăng cao và dự đoán sẽ còn tiếp tục tăng trong vài năm tới, cùng với mức giá cước vận tải biển từ cảng Việt Nam đi các cảng quốc tế luôn ở mức cao hơn so với các nước khác trong khu vực nên giá xuất khẩu của hàng hoá Việt Nam tương đối cao, dẫn đến sức cạnh tranh của hàng xuất khẩu bị hạn chế.

Trong tổng chi phí xuất khẩu của hàng hoá, cước phí vận tải chiếm tỷ trọng khá lớn và là yếu tố quan trọng, có ảnh hưởng trực tiếp đến sự hình thành và biến động của giá xuất khẩu hàng hoá. Chi phí vận tải thấp sẽ có tác động trực tiếp và hết sức quan trọng đến việc giảm tổng chi phí xuất khẩu của hàng hoá, nâng cao hiệu quả xuất khẩu của doanh nghiệp.

Ngoài chi phí vận tải, các chi phí giao nhận cũng có ảnh hưởng trực tiếp đến việc tăng hay giảm tổng chi phí xuất khẩu hàng hoá. Tuy nhiên, việc các doanh nghiệp đã áp dụng các biện pháp nhằm giảm và hạ thấp chi phí giao nhận phụ thuộc vào cả yếu tố bên ngoài (chính sách của Chính phủ, năng lực của các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ logistics) lẫn yếu tố bên trong (khả năng về nghiệp vụ kinh doanh xuất khẩu hàng hoá của các doanh nghiệp xuất khẩu).

1.1.4. Vai trò, tác động và thực trạng sử dụng dịch vụ thuê ngoài trong hoạt động vận tải, giao nhận hàng hpoas xuất khẩu

Có nhiều lý do để thuyết phục khách hàng sử dụng dịch vụ 3PL: Chi phí, thời gian lưu thông, độ tin cậy, khả năng đáp ứng và an ninh đối với hàng hoá... Tiết kiệm chi phí là yếu tố then chốt ảnh hưởng đến quyết định nên chọn lựa

nhà cung cấp dịch vụ 3PL độc lập hay không và nên lựa chọn cung cấp dịch vụ 3PL nào sẵn có trên thị trường.

Các yếu tố ảnh hưởng đến việc thực hiện dịch vụ 3PL tại Việt Nam là: (1) Các yếu tố từ thị trường như: Cơ cấu mặt hàng, ưu thế cạnh tranh giữa các phương thức vận tải, các yếu tố khác như: Những thay đổi chính sách của Nhà nước, sự chuyển dịch cơ cấu ngành nghề của các doanh nghiệp vận tải ven biển... (2) Những yếu tố từ phía người sử dụng dịch vụ 3PL; (3) Những yếu tố từ phía người cung cấp. Kết quả khảo sát về dịch vụ logistic năm 2008¹ tại 300 công ty thuộc các lĩnh vực phân phối, công nghiệp điện tử, công nghiệp thực phẩm tiêu dùng, chế biến và xuất khẩu nông sản tại Việt Nam có sử dụng dịch vụ logistics thuê ngoài.

Kết quả đạt được khi doanh nghiệp sử dụng dịch vụ thuê ngoài

Ngành hàng	Mức giảm chi phí logistics (%)	Mức giảm tổng tài sản cố định (%)	Giảm vòng quay đơn hàng (ngày)
Ngành hàng tiêu dùng đóng gói	13	15	7
Ngành phân phối / Bán lẻ	16	14	5
Ngành công nghiệp Ô tô	10	11	3
Ngành Chế biến gỗ	10	9	9
Ngành hàng điện tử tiêu dùng	15	8	8
Thủy sản	11	10	6
Trung bình	13	11	6

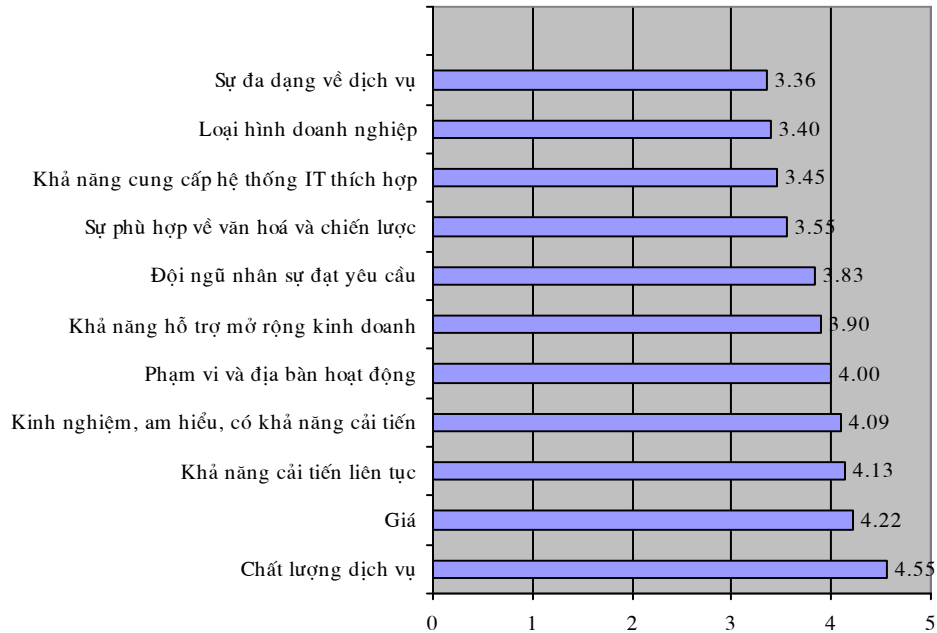
Nguồn: Capgemini, Georgia Institute of Technology, SAP, DHL,

12th Annual Third-Party Logistics Study 2007

Kết quả khảo sát trên đây cho thấy: (1) Các ngành hàng sử dụng dịch vụ thuê ngoài vẫn chủ yếu là ngành hàng tiêu dùng đóng gói, ngành hàng điện tử tiêu dùng và ngành thủy sản; (2) Các dịch vụ logistics truyền thống như: Vận tải, kho bãi, khai quan và giao nhận vẫn được thuê ngoài nhiều nhất và triển vọng sử dụng dịch vụ logistics thuê ngoài đang có chiều hướng gia tăng nhanh; (3) Giá và chất lượng dịch vụ vẫn là các nhân tố đầu tiên và đứng đầu khi ký kết hợp đồng sử dụng dịch vụ thuê ngoài của các hãng chuyên nghiệp; (4) Các doanh nghiệp sử dụng dịch vụ thuê ngoài ngày càng mong đợi có hệ thống công nghệ thông tin hỗ trợ cho các hoạt động logistics truyền thống; (5) Xu hướng sử dụng dịch vụ thuê ngoài của các doanh nghiệp sẽ tiếp tục gia tăng trong tương lai.

¹ *SCM Corporation, Supply Chain Insight, Kết quả khảo sát về logistic 2008*

Các tiêu chí được xếp hạng khi lựa chọn nhà cung cấp dịch vụ logistics



Nguồn: Capgemini, Georgia Institute of Technology, SAP, DHL, 12th Annual Third-Party Logistics Study 2007

Mặc dù có được một số lợi ích như trên nhưng vẫn còn một số bất cập khi làm việc với các nhà cung cấp như: Vấn đề về chất lượng dịch vụ không đúng như cam kết (chiếm 55%), thiếu sự cải tiến liên tục từ phía nhà cung cấp (chiếm 55%), chi phí không giảm như mong đợi (chiếm 50%), hệ thống IT không đạt yêu cầu (45%), bất cập về nhân sự (36%) và thiếu kinh nghiệm thực sự về logistics (27%)...

1.2. THỰC TRẠNG CHI PHÍ VẬN TẢI, GIAO NHẬN TRONG TỔNG CHI PHÍ XUẤT KHẨU CỦA MỘT SỐ MẶT HÀNG XUẤT KHẨU CHỦ LỰC CỦA VIỆT NAM

Trong những năm qua, xuất khẩu của Việt Nam đã có bước tăng trưởng đáng kể. Kim ngạch xuất khẩu của cả nước tăng từ 15.029 triệu USD năm 2001 lên 48.387 triệu USD năm 2007, cơ cấu hàng hoá xuất khẩu có những chuyển dịch tích cực theo hướng tăng tỷ trọng nhóm hàng chế biến, chế tạo, nhóm hàng có hàm lượng công nghệ và chất xám cao, giảm dần xuất khẩu hàng chưa chế biến hoặc sơ chế. Tuy nhiên, có thể thấy nông, lâm, thủy sản, dệt may, da giày, sản phẩm gỗ, sản phẩm nhựa... đều là những mặt hàng công kênh, giá rẻ và khi vận tải ra nước ngoài đều tổn dụng tích container làm cho chi phí vận tải/đơn vị hàng hóa khá cao.

1.2.1. Thực trạng chính sách của Nhà nước đối với chi phí vận tải, giao nhận hàng hóa

Trong những năm gần đây, Chính phủ và các Bộ, Ngành liên quan (Bộ Giao thông vận tải, Bộ Công Thương, Bộ Tài chính...) đã có nhiều văn bản pháp lý điều

chỉnh hoạt động vận tải, giao nhận hàng hoá nói chung và hàng hóa xuất khẩu nói riêng nhằm giảm thiểu các chi phí liên quan.

Từ năm 2005, Nhà nước không trực tiếp định mức cước phí vận tải (nội địa và quốc tế) đối với hàng hóa xuất khẩu mà các doanh nghiệp được quyền tự quyết định theo quy luật cung - cầu trên thị trường. Mặt khác, mức giá các dịch vụ cảng biển là tương đối “mở” đã giúp cho các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ cảng biển Việt Nam được chủ động quyết định để họ được tự do cạnh tranh cung cấp dịch vụ tốt nhất cho khách hàng.

Đối với dịch vụ hàng hải, Quyết định số 88/2004/QĐ- BTC ngày 19/11/2004 quy định từ ngày 1/1/2005, phí trọng tải tàu giảm thêm 45%; phí đảm bảo hàng hải giảm thêm 27%, phí hoa tiêu đối với các tuyến có cự ly từ 30 hải lý trở lên giảm từ 21% - 29%, phí neo đậu và phí sử dụng cầu, bến, phao neo giảm từ 11% đến 17% so với trước năm 2005. Đặc biệt, từ 1/1/2006 phí đảm bảo hàng hải được điều chỉnh giảm còn 75% so với mức năm 2005 theo quy định tại Thông tư số 58/2005/TT-BTC ngày 18/07/2005 của Bộ Tài chính về chế độ thu, nộp và quản lý sử dụng phí, lệ phí cảng vụ vận chuyển bằng đường thủy nội địa. So với quy định tại Quyết định số 62/2003/QĐ/BTC ngày 25/4/2003 của Bộ Tài chính thì mức phí, lệ phí cảng vụ đường thủy nội địa của Việt Nam đã được cắt giảm tương đối nhiều.

Bên cạnh đó, mức giá cho dịch vụ giao nhận hàng hóa xuất khẩu ở Việt Nam ngày càng được cải thiện do hệ thống doanh nghiệp ngày càng chuyên nghiệp hơn, cơ sở hạ tầng cho dịch vụ giao nhận ngày càng hoàn thiện hơn và ngày càng có nhiều chủ hàng ký hợp đồng vận tải theo phương thức MTO nên chi phí giao nhận được giảm thiểu rất đáng kể.

Nhìn chung, trong những năm gần đây, giá các dịch vụ vận tải, giao nhận và hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam đã được giảm thiểu đáng kể do hệ thống chính sách của Nhà nước được ban hành ngày càng đầy đủ, các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận tải, giao nhận được cạnh tranh bình đẳng và các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu được hưởng lợi từ khả năng cung cấp dịch vụ hoàn hảo, với chi phí thấp của các doanh nghiệp này.

1.2.2. Thực trạng chi phí vận tải và giao nhận trong tổng chi phí xuất khẩu của một số mặt hàng thuộc nhóm hàng nông, lâm, thủy sản

1.2.2.1. Chi phí vận tải, giao nhận trong tổng chi phí xuất khẩu gạo

Gạo là mặt hàng xuất khẩu chủ lực, chiếm khoảng 40% tổng kim ngạch xuất khẩu nông sản và trên 7% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam với tốc độ tăng trưởng xuất khẩu giai đoạn 2001 - 2007 đạt 17,14%/năm, kim ngạch xuất khẩu tăng từ 624,7 triệu USD năm 2001 lên 1.490 triệu USD năm 2007. Thị trường xuất khẩu gạo chủ yếu của Việt Nam là Indonesia, Philippines, Trung Đông và Châu Phi. Hiện nay, Việt Nam xuất khẩu khoảng 20% tổng sản lượng gạo sản xuất hàng năm và chủ yếu là gạo sản xuất ở vùng Đồng bằng Sông Cửu Long. Ở miền Bắc tỷ lệ lúa gạo hàng hóa thấp, phần lớn chỉ để tiêu dùng nội địa, phần giành cho xuất khẩu không lớn.

Nghiên cứu sự hình thành tổng chi phí xuất khẩu gạo ở vùng Đồng bằng Sông Cửu Long những năm gần đây cho thấy: Giá gạo thu mua của nông dân chỉ chiếm khoảng 92%, các chi phí phát sinh trong quá trình lưu thông xuất khẩu chỉ chiếm khoảng 8% trong tổng chi phí xuất khẩu gạo. Riêng tại Cần Thơ: Gạo 5% tấm có giá xuất khẩu trung bình khoảng 200 - 205 USD/tấn FOB cảng TP. Hồ Chí Minh. Chi phí trên bao gồm giá thu mua của người sản xuất tại kho thu gom

(khoảng 190 -195 USD/tấn) và chi phí vận tải, giao nhận nội địa (khoảng 10 USD/tấn). Như vậy, chi phí vận tải, giao nhận nội địa đối với gạo xuất khẩu được sản xuất ở ĐBSCL chiếm khoảng 5% trong tổng chi phí xuất khẩu hàng hóa.

Các chi phí cấu thành giá gạo xuất khẩu thu mua ở Cần Thơ giao tại cảng TP. Hồ Chí Minh

	Loại chi phí	Mức chi phí (USD/tấn)	(%)/chi phí xuất khẩu
Thu mua ở Cần Thơ	Gạo xay xát	156,0	82,1
	VAT	3,30	1,6
	Thu gom	1,98	1,0
	Đánh bóng	20,35	10,1
	Tổng	190,65	94,9
Vận chuyển từ Cần Thơ đến TPHCM	Đóng gói	2,64	1,3
	Bốc hàng lên phương tiện từ kho	0,46	0,2
	Vận tải từ kho đến cảng	2,77	1,4
	Dỡ hàng	2,11	1,1
	Chi phí trong quá trình vận tải (không chính thức)	0,99	0,5
	Thủ tục hải quan	1,32	0,7
	Tổng chi phí vận tải nội địa	10,30	5,1
Tổng		200,95	100,0

Nguồn: Phỏng vấn các công ty xuất khẩu gạo tại Cần Thơ

Để nâng cao năng lực cạnh tranh về giá trong xuất khẩu gạo trên thị trường thế giới, đặc biệt trong xu hướng giảm của giá xuất khẩu gạo trên thị trường, nhiều công ty, doanh nghiệp xuất khẩu đã ký hợp đồng giao hàng theo giá FOB cảng Cần Thơ thay vì giao hàng theo giá FOB cảng TP. Hồ Chí Minh trên cơ sở tính toán có thể giảm thiểu chi phí ở một số mục trong chi phí vận tải nội địa.

Mức tiết kiệm chi phí vận tải nội địa khi XK gạo tại cảng Cần Thơ ((USD/tấn)

Các chi phí liên quan đến hoạt động vận tải	Cảng HCM	Cảng Cần Thơ
Chi phí vận tải từ kho thu gom đến cảng	2,77	0,66
Chi phí không chính thức phát sinh trong quá trình vận tải	0,99	-
Tổng	3,76	0,66
<i>Mức tiết kiệm chi phí vận tải nếu giao hàng tại cảng Cần Thơ</i>	3,10	

Nguồn: Phỏng vấn các công ty xuất khẩu gạo tại Cần Thơ

1.2.2.2. Chi phí vận tải, giao nhận trong tổng chi phí xuất khẩu cà phê

Kim ngạch xuất khẩu cà phê hiện chiếm khoảng 20% tổng kim ngạch xuất khẩu nông sản của Việt Nam với tốc độ tăng trưởng xuất khẩu bình quân trong giai đoạn 2001 - 2007 đạt 33,87%/năm, kim ngạch xuất khẩu tăng từ 391,3 triệu USD

năm 2001 lên 1.911,5 triệu USD năm 2007. Các thị trường xuất khẩu cà phê chủ yếu của Việt Nam là Đức, Hoa Kỳ, Tây Ban Nha, Thụy Sĩ và Nhật Bản.

Theo kết quả điều tra tại các vùng trồng cà phê thuộc tỉnh Đắk Lắk, phần lớn các hộ trồng cà phê đã bán cà phê sấy khô cho các cơ sở thu mua tư nhân. Những người này dùng xe công nông/ô tô tải để vận chuyển cà phê đến điểm thu mua. Tính bình quân, chi phí vận chuyển cà phê đến điểm thu mua bằng xe công nông khoảng 1.625đ/tấn/km, nếu chở bằng ô tô bình quân 1.750 đ/tấn/km. Hiện nay, khoảng 94% sản phẩm cà phê nhân xô của Việt Nam được xuất khẩu qua cảng Sài Gòn. Chi phí vận chuyển xuất khẩu từ Đắk Lắk đến cảng Sài Gòn (350 km) bình quân 1.500 đ/tấn/km (bao gồm cả tiền ăn, ở cho lái xe và những chi phí khác phát sinh trên đường).

Chi phí vận chuyển cà phê từ Đắk Lắk đến cảng TP. HCM 2007

Phương tiện vận chuyển	Các công đoạn	Cự ly bq (km)	Chi phí (đồng/tấn/km)		Tổng chi phí vận chuyển (đồng/tấn)	
			2002	2007*	2002	2007*
Ô tô	Thu mua cà phê	14	2.000	2.546	28.000	28.546
Công nông	Thu mua cà phê	8	1.500	1.910	12.000	12.410
Ô tô	Bán cho DNKK	22	1.625	2.065	35.750	36.190
Ô tô	XK tại cảng Sài Gòn	350	1.500	1.910	52.500	52.910

Nguồn: Điều tra kênh tiêu thụ sản phẩm cà phê tại Đắk Lắk năm 2002 và tính toán của nhóm tác giả

* Số liệu 2007 được tính toán theo phương pháp ngoại suy với giả định chi phí vận chuyển cà phê chỉ phụ thuộc vào sự biến động của giá xăng dầu, ảnh hưởng từ các yếu tố khác là như nhau ở thời điểm tính toán. Năm 2002, giá bán lẻ xăng dầu bình quân 11.000 đ/lít, năm 2007 là 14.000 đ/lít, mức tăng là 27,3%.

So sánh chi phí vận tải đối với cà phê xuất khẩu bằng container (từ kho của người sản xuất/thu gom đến khi dỡ hàng ở cảng đến tại châu Âu của một số nước xuất khẩu, chi phí này ở Việt Nam đang ở mức khá cao.

Chi phí vận tải cà phê xuất khẩu bằng container của một số nước đến các cảng Le Harve (CH Pháp) năm 2006 (USD/tấn)

Nước xuất khẩu	Côte d'Ivoire	Camerun	Costa Rica	Việt Nam	Indonesia
Vận tải trên đất liền	73	66	68	2.5	21
Lệ phí cảng xuất khẩu	10	14	1	3	10
Cước phí vận tải biển	90	94	100	74	79
Phí xếp dỡ cảng nhập khẩu	10	10	10	10	10
Tổng chi phí vận tải	183	184	179	112	120
Giá bán (CIF cảng Ch. Âu)	2090	2090	2986	1700	1798
Chi phí vận tải/ Giá xuất khẩu	8,76%	8,80%	6,00%	6,6%	6,67%

Nguồn: Vận tải quốc tế và bảo hiểm vận tải quốc tế - Đại học Kinh tế TP. HCM, 2006.

Nhìn một cách chung nhất, chi phí vận tải hiện đang chiếm khoảng từ 6 - 9% trong tổng chi phí xuất khẩu của mặt hàng cà phê (tính theo giá CIF cảng Le Harve). Các nước Châu Phi có chi phí vận tải đến cảng Le Harve là cao nhất (Côte d'Ivoire là 183 USD/tấn; Cameroun là 184 USD/tấn, Costa Rica là 179 USD/tấn), chi phí vận tải cà phê đến Le Harve từ các nước Châu Á có mức thấp hơn (Indonesia là 120 USD/tấn, Việt Nam là 112 USD/tấn). Mức chênh lệch giữa chi phí vận tải cà phê của Việt Nam so với của Cameroun lên tới 75 USD/tấn (khoảng hơn 3% giá xuất khẩu cà phê của Cameroun).

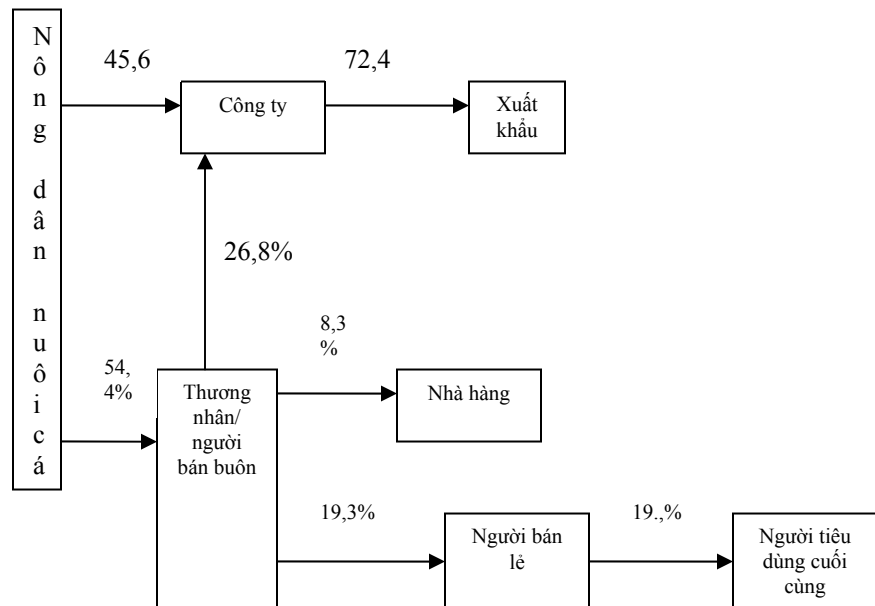
1.2.2.3. Chi phí vận tải, giao nhận trong tổng chi phí xuất khẩu thủy sản

Thủy sản là một trong những mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam. Đến năm 2007, Việt Nam trở thành một trong 10 nước xuất khẩu thủy sản lớn nhất thế giới với giá trị xuất khẩu đạt 3,7 tỷ USD. Quá trình vận hành của thị trường thủy sản khá phức tạp. Đối với các sản phẩm khai thác, đường đi của các mặt hàng thủy sản như sau: Từ ngư dân đến người bán buôn, cơ sở chế biến, người xuất khẩu và người bán lẻ. Các sản phẩm thủy sản chế biến đi từ người sản xuất và người nhập khẩu qua người bán buôn và người chế biến, người bán lẻ rồi đến người tiêu dùng. Đối với hàng xuất khẩu, các doanh nghiệp thường phải sử dụng phương tiện vận tải có trang bị thiết bị lạnh để bảo quản hàng hóa trong toàn bộ hành trình của nó.

Đối với các cơ sở chế biến và xuất khẩu thủy sản thì chi phí cho nguyên liệu chiếm tới 70,1% tổng chi phí, phần còn lại là các khoản chi phí vận tải, giao nhận, quảng cáo, xúc tiến xuất khẩu...

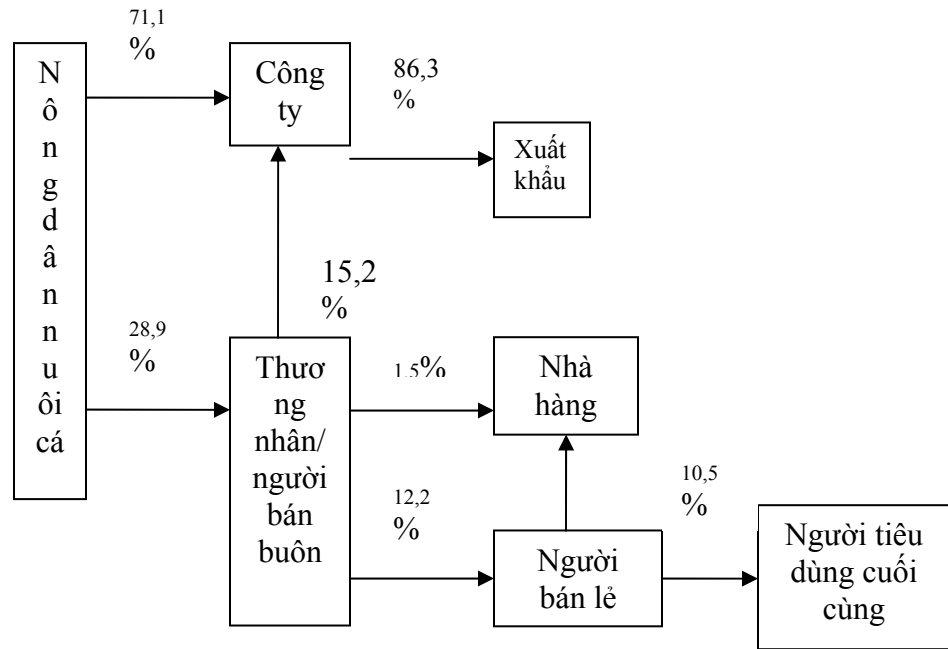
Cá tra và cá ba sa là các mặt hàng thủy sản xuất khẩu có kim ngạch lớn của Việt Nam hiện nay. Khoảng 80% sản phẩm cá tra, cá ba sa được xuất khẩu dưới các hình thức như: Sản phẩm chế biến, cà phi lê, nguyên liệu...

Hình 1.8. Chi phí trong quá trình tham gia thị trường đối với cá tra



Nguồn: Viện Kinh tế và Quy hoạch thủy sản

Hình 1.9. Chi phí trong quá trình tham gia thị trường đối với cá basa



Nguồn: Viện Kinh tế và Quy hoạch thủy sản

Trước đây, sau khi chế biến thủy sản ở các nhà máy trên địa bàn các tỉnh, các doanh nghiệp phải vận chuyển bằng xe trữ đông về cảng Sài Gòn để đóng hàng vào container nên phát sinh nhiều chi phí. Từ năm 2000 trở lại đây, Công ty CP Hàng hải Sài Gòn đã mở tuyến vận chuyển container đường thủy nội địa bằng sà lan từ Cần Thơ - TP. Hồ Chí Minh thông qua Cảng Cần Thơ. Hàng hóa được đóng vào container tại kho nhà máy, vận chuyển nguyên container từ Cần Thơ đến cảng Sài Gòn và giao lên tàu vận tải quốc tế. Với sản lượng vận chuyển khoảng 1500 TEUs/tháng (chủ yếu là hàng thủy sản đông lạnh), sản lượng và kim ngạch xuất khẩu hàng thủy sản năm 2007 tăng 15% so với năm 2006. Riêng kim ngạch xuất khẩu cá basa và cá tra của khu vực Đồng bằng Sông Cửu long tăng từ 328 triệu USD năm 2005 đến 661 triệu USD năm 2006, 1,5 tỉ USD năm 2007 và chi phí vận tải, giao nhận đối với các mặt hàng thủy sản được giảm thiểu đáng kể.

1.2.3. Thực trạng chi phí vận tải và giao nhận trong tổng chi phí xuất khẩu của một số mặt hàng thuộc nhóm hàng công nghiệp chế biến

1.2.3.1. Chi phí vận tải, giao nhận trong tổng chi phí xuất khẩu hàng dệt may

Xuất khẩu dệt may của Việt Nam trong giai đoạn 2001 - 2007 tăng khá cao (đạt mức bình quân 26,0%/năm), kim ngạch xuất khẩu tăng từ 1.975,4 triệu USD năm 2001 lên 7.749,7 triệu USD năm 2007.

Tuy nhiên, ngành dệt may Việt Nam vẫn chủ yếu là thực hiện gia công may mặc theo hợp đồng thầu phụ với các đối tác nước ngoài (Đài Loan, Hàn Quốc, Hồng Kông và Nhật Bản), hàng dệt may thành phẩm được xuất khẩu sang các thị

trường nhập khẩu cuối cùng theo ĐKCSGH FOB hay CFR. Các thị trường xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam là Mỹ, các nước thành viên EU, Nhật Bản... Cơ chế này tạo nên nhu cầu vận chuyển cao đối với hàng nguyên phụ liệu nhập khẩu và thành phẩm xuất khẩu trong ngành dệt may.

Chi phí logistics đối với hàng dệt may xuất khẩu (USD/TEU)

CFR đến cảng nước ngoài			Hàng hoá			
			19.000 USD	37.500 USD	41.250 USD	80.000 USD
Chi phí vận tải đường bộ từ kho đến cảng Hải Phòng	A	Chi phí (USD)	112	112	112	112
		Chi phí/CFR(%)	0,6	0,3	0,3	0,1
	B	Chi phí (USD)	96	96	96	96
		Chi phí/CFR(%)	0,5	0,3	0,2	0,1
Chi phí vận chuyển từ CY Hải Phòng đến CY nước NK	Nhật	Chi phí (USD)	600	600	600	600
		Chi phí/CFR(%)	3,2	1,6	1,5	0,8
	EU	Chi phí (USD)	1.700	1.700	1.700	1.700
		Chi phí/CFR (%)	8,9	4,5	4,1	2,1
Chi phí Logistics từ kho đến CY nước NK (A+ phí vận chuyển)	Nhật	Chi phí (USD)	712	721	712	712
		Chi phí/CFR (%)	3,7	1,9	1,7	0,9
	EU	Chi phí (USD)	1.812	1.812	1.812	1.812
		Chi phí/CFR(%)	9,5	4,8	4,4	2,3

A: Chi phí vận chuyển nội địa, bao gồm cả C&Q; B: Không bao gồm C&Q

Nguồn: World Bank, Vietnam Logistics Development, Trade Facilitation

Kết quả khảo sát các doanh nghiệp xuất khẩu hàng dệt may ở miền Bắc năm 2007 cho thấy họ phải tổ chức vận chuyển nguyên container hàng thành phẩm tới bãi xếp container (CY). Các thành viên của Vinatex thường sử dụng dịch vụ của Công ty giao nhận vận tải của Vinatex để thực hiện các hoạt động này.

Giá trị của mỗi lô hàng rất khác nhau phụ thuộc vào chủng loại hàng hóa, chi phí cho vận tải mỗi container ít phụ thuộc vào tính chất của hàng hóa mà thường giao động trong khoảng 1- 10% giá trị hàng hóa vận chuyển. Theo Vinatex, tỷ lệ giữa chi phí của vật liệu, sản xuất và logistic thường vào khoảng 55 - 60 %, 25 - 30% và 5%, còn lại là các chi phí khác.

1.2.3.2. Chi phí vận tải, giao nhận trong tổng chi phí xuất khẩu hàng giày dép

Xuất khẩu giày dép của Việt Nam đạt tốc độ tăng trưởng bình quân 17,03%/năm trong giai đoạn 2001 - 2007 với kim ngạch xuất khẩu tăng từ 1.560 triệu USD năm 2001 lên 3.994 triệu USD năm 2007. Mỹ, EU và Nhật Bản là các thị trường xuất khẩu giày dép chủ yếu của Việt Nam.

Cũng như dệt may, sản xuất và xuất khẩu giày dép của Việt Nam phụ thuộc nhiều vào hàng nguyên, phụ liệu nhập khẩu, hầu hết là được cung cấp bởi các đối tác liên doanh theo điều kiện CIF cảng Việt Nam và xuất khẩu thành phẩm ra nước ngoài theo điều kiện FOB cảng Việt Nam.

Chi phí vận tải nội địa đối với giày dép XK (USD/TEU)

FOB Hải Phòng	Giày dép			
		35.000 USD	75.000 USD	
Chi phí vận tải đường bộ từ kho của người sản xuất đến CY Hải Phòng	(A)	Chi phí	170	170
		Chi phí/FOB Hải Phòng	0,5%	0,2%
	(B)	Chi phí	150	150
		Chi phí/FOB HP	0,4%	0,2%

A: phí vận chuyển nội địa, bao gồm cả C&Q; B: không bao gồm C&Q

Nguồn: World Bank, *Vietnam Logistics Development, Trade Facilitation*

Đối với các cơ sở sản xuất tại miền Bắc, chi phí logistic bao gồm chi phí vận chuyển, giao nhận hàng thành phẩm từ cơ sở sản xuất đến CY Hải Phòng để vận chuyển đến nước nhập khẩu.

Cùng với chi phí vận tải nội địa, chi phí giao nhận hàng hóa cũng tăng nhanh trong thời gian qua đã làm cho chi phí xuất khẩu hàng hóa tăng lên đáng kể.

Theo tính toán của các chuyên gia, tổng chi phí logistic từ cơ sở sản xuất đến CY Hải Phòng và đến CY nước ngoài thường vào khoảng 10% so với tổng chi phí xuất khẩu đối với các mặt hàng giày dép.

Chi phí vận tải và giao nhận HH từ Hà Nội đến CY HP với cont. 20 feet

TT	Chỉ tiêu	Năm 2007		Năm 2008	
		Giá thành (1000.đ)	Tỷ lệ (%)	Giá thành (1000.đ)	Tỷ lệ (%)
1	Cước phí vận tải	2.150	47,25	2.550	50,50
2	Phí nâng hạ container	500	10,99	500	9,90
3	Phí THC	1.100	24,18	1.200	23,76
4	Phí thuê đại lý nhận hàng, làm thủ tục Hải quan	800	17,58	800	15,84
	Tổng	4.550	100,0	5.050	100,0

Nguồn: Số liệu từ Hiệp hội Giao nhận vận tải Việt Nam năm 2008

1.3. ĐÁNH GIÁ CHUNG VỀ THỰC TRẠNG CHI PHÍ VẬN TẢI VÀ GIAO NHẬN TRONG TỔNG CHI PHÍ XUẤT KHẨU CỦA MỘT SỐ MẶT HÀNG XUẤT KHẨU CHỦ LỰC CỦA VIỆT NAM

1.3.1. Những kết quả đạt được

- Trong những năm gần đây, các chi phí liên quan đến hoạt động vận tải, giao nhận hàng hoá xuất khẩu đã được giảm thiểu một cách đáng kể. Đặc biệt, từ năm

2005, Nhà nước không trực tiếp định mức cước phí vận tải (nội địa và quốc tế) đối với hàng hóa xuất khẩu mà các doanh nghiệp được quyền tự thỏa thuận theo quy luật cung - cầu trên thị trường.

- Mức giá cho dịch vụ vận tải, giao nhận hàng hóa xuất khẩu ở Việt Nam được cải thiện do hệ thống doanh nghiệp cung cấp dịch vụ vận tải, giao nhận ngày càng chuyên nghiệp hơn, cơ sở hạ tầng cho dịch vụ nói trên hoàn thiện hơn.

- Ngày càng có nhiều doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu của Việt Nam ký hợp đồng vận tải theo phương thức MTO (vận tải đa phương thức) nên chi phí vận tải và giao nhận được giảm thiểu đáng kể.

- Các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu luôn chủ động trong việc sản xuất/thu gom để có đủ hàng hóa với chất lượng đảm bảo để giao hàng cho người vận tải hoặc cho đại lý giao nhận đã được chỉ định.

- Các doanh nghiệp chủ hàng Việt Nam đã chủ động liên kết sản xuất, tạo những lô hàng xuất khẩu lớn (nhất là hàng nông, lâm, thủy sản) để tận dụng hết dung tích container, tránh phải trả chi phí vận tải và giao nhận hàng lẻ ở mức cao hơn chi phí vận tải và giao nhận hàng nguyên container.

Nguyên nhân dẫn đến những kết quả nêu trên là do:

- Việc giảm thiểu chi phí vận tải, giao nhận đối với hàng hóa xuất khẩu là cơ sở để giảm chi phí xuất khẩu nên các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu luôn tìm mọi biện pháp để cắt giảm chi phí đến mức thấp nhất nhằm mục tiêu tăng lợi nhuận, nâng cao năng lực cạnh tranh của hàng hóa và doanh nghiệp trên thị trường.

- Hội nhập kinh tế quốc tế đã tạo cho Việt Nam có được môi trường pháp lý ngày một minh bạch, đòi hỏi các doanh nghiệp vận tải, giao nhận phải đưa ra thị trường các dịch vụ có chất lượng cao, chi phí thấp và doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu được hưởng lợi từ việc cắt giảm chi phí đó.

- Để thực hiện được mục tiêu từng bước giảm thiểu chi phí liên quan đến hoạt động vận tải, giao nhận đối với hàng hóa xuất khẩu, các doanh nghiệp đã được sự hỗ trợ từ phía Chính phủ trong việc cải tạo và xây dựng mới hệ thống cơ sở hạ tầng hiện đại (đường sá, cầu cống, bến cảng, kho bãi...), đưa công nghệ thông tin vào phục vụ hoạt động của dịch vụ vận tải, giao nhận hàng hoá xuất khẩu... Sự hỗ trợ của Chính phủ có tác động tốt cho các doanh nghiệp vận tải, giao nhận trong việc giảm thiểu chi phí và từ đó, doanh nghiệp xuất khẩu được hưởng lợi.

1.3.2. Một số tồn tại cần giải quyết để giảm thiểu chi phí vận tải, giao nhận đối với các mặt hàng xuất khẩu chủ lực ở Việt Nam

Bên cạnh những kết quả đã đạt được, việc giảm thiểu các chi phí liên quan đến hoạt động vận tải, giao nhận đối với các mặt hàng nông sản và hàng công nghiệp chế biến của Việt Nam đang phải đối mặt với một số tồn tại cần quan tâm giải quyết là:

- Chi phí cho từng loại dịch vụ vận tải, giao nhận trong tổng giá xuất khẩu của các mặt hàng nông sản và hàng công nghiệp chế biến của Việt Nam đang ở mức cao so với chi phí cùng loại của các nước khác trong khu vực.

- Một hạn chế khác làm cho chi phí vận tải, giao nhận hàng hóa của Việt Nam đang ở mức cao là do còn tồn tại nhiều khoản chi phí không chính thức trong quá trình đưa hàng hoá đến với người nhập khẩu.

- Trong quan hệ thương mại quốc tế, phần lớn các doanh nghiệp chủ hàng Việt Nam đều xuất khẩu hàng hóa theo điều kiện FOB, FCA trong incoterms nên quyền chỉ định hãng cung cấp dịch vụ vận tải thuộc về người mua và đương nhiên họ sẽ chỉ định một doanh nghiệp/công ty nước họ để thực hiện nghiệp vụ này, khi đó các công ty vận tải, giao nhận của Việt Nam sẽ là người ngoài cuộc. Bất cập này không phải dễ dàng giải quyết vì phần lớn các nhà xuất khẩu của Việt Nam đều gia công hoặc xuất hàng cho những khách hàng lớn - người mà đã có những hợp đồng dài hạn và toàn cầu với các công ty logistic.

- Do phải chịu ảnh hưởng của sự biến động khó dự đoán của giá xăng dầu thế giới và trong nước nên doanh nghiệp phải nộp thêm khoản phụ phí do giá xăng dầu tăng dẫn đến tổng chi phí xuất khẩu hàng hóa cũng tăng theo.

Nguyên nhân của những bất cập trong việc giảm thiểu chi phí liên quan đến hoạt động vận tải, giao nhận hàng nông sản và hàng công nghiệp chế biến xuất khẩu của Việt Nam trong thời gian qua là:

- Chúng ta hiện đang thiếu một hệ thống các văn bản pháp lý đầy đủ và minh bạch nhằm điều chỉnh hoạt động vận tải, giao nhận một cách hợp lý và có hiệu quả, nhiều văn bản của các Bộ, Ngành liên quan chưa nhất quán, đôi khi chồng chéo làm hiệu quả thực thi kém và phát sinh thêm chi phí.

- Ở Việt Nam hiện đang thiếu các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ vận tải, giao nhận hàng hoá xuất khẩu chuyên nghiệp, có khả năng cung cấp các dịch vụ một cách hoàn hảo với chi phí thấp nên các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu hàng nông sản và hàng công nghiệp chế biến chủ yếu vẫn phải thuê dịch vụ của các hãng vận tải, giao nhận nước ngoài. Điều này sẽ không mấy thuận lợi nếu doanh nghiệp chủ hàng Việt Nam muốn thương lượng hay thỏa thuận mức giá cước vận tải hay mức chi phí giao nhận thấp.

- Các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu Việt Nam còn thiếu hẳn sự liên kết cần thiết, chưa có các biện pháp thiết thực để tạo các lô hàng lớn theo yêu cầu của người nhập khẩu nhằm tránh những bất lợi về chi phí vận tải và giao nhận hàng hóa khi phải gửi hàng lẻ với mức chi phí cao hơn.

- Công tác cải cách hành chính ở Việt Nam chưa được cải cách một cách triệt để, nhiều thủ tục rườm rà, chưa thuận lợi cho doanh nghiệp sử dụng dịch vụ.

- Các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu hiện đang còn phải gánh chịu những khoản chi phí bất hợp lý - những khoản chi phí không chính thức phát sinh do sự phức tạp của thủ tục hành chính và thái độ cửa quyền, những nhiễu của một số người thi hành công vụ.

Chương 2

MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM GIẢM THIỂU CHI PHÍ VẬN TẢI VÀ GIAO NHẬN ĐỐI VỚI HÀNG HÓA XUẤT KHẨU CỦA VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP

2.1. XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ LOGISTICS THẾ GIỚI VÀ NHỮNG CƠ HỘI, THÁCH THỨC CỦA DOANH NGHIỆP VIỆT NAM TRONG VIỆC GIẢM THIỂU CHI PHÍ VẬN TẢI VÀ GIAO NHẬN HÀNG HÓA XUẤT KHẨU

2.1.1. Xu hướng phát triển dịch vụ logistics thế giới

a/ Xu thế toàn cầu hoá và tự do hoá thương mại dịch vụ nói chung và dịch vụ logistics nói riêng

Tự do hoá thương mại, quá trình hội nhập kinh tế toàn cầu và việc cắt giảm các rào cản đối với thương mại theo các Hiệp định thương mại song phương và đa phương sẽ tạo cho khối lượng thương mại quốc tế gia tăng. Đồng thời, toàn cầu hoá sẽ làm cho quan hệ thương mại giữa các quốc gia, khu vực trên thế giới phát triển mạnh mẽ và từ đó sẽ kéo theo những nhu cầu mới về vận chuyển hàng hoá, giao nhận, kho bãi, các dịch vụ phụ trợ... Nói cách khác, xu thế toàn cầu hoá và tự do hoá thương mại (đặc biệt là thương mại dịch vụ) sẽ dẫn đến sự ra đời và phát triển tất yếu của dịch vụ logistics toàn cầu (Global Logistics).

b/ Xu thế hình thành các doanh nghiệp chuyên môn hoá, các tập đoàn chuyên kinh doanh dịch vụ logistics

Xuất phát từ nhu cầu lưu chuyển hàng hoá phục vụ người tiêu dùng trên phạm vi toàn cầu là rất lớn và ngày càng tăng cao nên nhiều công ty, tập đoàn kinh doanh dịch vụ logistics đã xuất hiện và trở thành các nhà cung cấp dịch vụ lớn, có tính chuyên nghiệp cao, để phục vụ hoạt động lưu chuyển của hàng hoá. Hoạt động của các doanh nghiệp này là sự kết hợp khéo léo, khoa học, chuyên nghiệp một chuỗi các hoạt động: Marketing, sản xuất, vận chuyển, thu mua, dự trữ... để thỏa mãn yêu cầu của khách hàng một cách tối đa với chi phí tối thiểu.

c/ Xu thế hợp tác khu vực và quốc tế trong việc phát triển hệ thống dịch vụ logistics

Hiện nay, việc sử dụng dịch vụ của các nhà cung cấp dịch vụ logistics (dịch vụ thuê ngoài) đang là xu hướng phổ biến của các doanh nghiệp 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 ráp, 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...

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, vượt qua thách thức để nắm bắt được cơ hội mới đang đến gần.

2.1.2. Cơ hội và thách thức của doanh nghiệp Việt Nam trong việc giảm thiểu chi phí vận tải và giao nhận hàng hóa xuất khẩu trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế

a/ Những cơ hội của doanh nghiệp Việt Nam trong việc giảm thiểu chi phí vận tải và giao nhận hàng hóa xuất khẩu

- *Thứ nhất:* Hội nhập kinh tế quốc tế đã tạo cho các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận tải, giao nhận hàng hóa xuất khẩu Việt Nam có được môi trường pháp lý minh bạch và dần tiệm cận với các tiêu chuẩn của quốc tế. Đây là cơ hội hết sức quan trọng để các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh được sử dụng các dịch vụ vận tải, giao nhận hoàn hảo với chi phí thấp.

- *Thứ hai:* Việc giảm thiểu chi phí vận tải, giao nhận đối với hàng hóa xuất khẩu không chỉ là mục tiêu của các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ logistics để họ thu hút khách hàng mà còn là mục tiêu rất quan trọng của các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh hàng hóa vì giảm thiểu chi phí vận tải, giao nhận sẽ là cơ sở để giảm chi phí xuất khẩu, tăng lợi nhuận.

- *Thứ ba:* Chính phủ đã có nhiều chính sách và biện pháp hỗ trợ để các doanh nghiệp có thể chủ động trong việc giảm thiểu các chi phí liên quan đến các dịch vụ vận tải, giao nhận hàng hoá xuất khẩu như: Cải tạo và xây dựng mới hệ thống cơ sở hạ tầng hiện đại (đường sá, cầu cống, bến cảng, kho bãi...), đưa công nghệ E-Logistics vào thực tiễn kinh doanh...

- *Thứ tư:* Trên cơ sở các cam kết mở lĩnh vực dịch vụ khi gia nhập WTO của Việt Nam, cho đến nay, hệ thống các chi nhánh, văn phòng đại diện của các doanh nghiệp, tập đoàn kinh doanh dịch vụ logistics quốc tế đã được mở rộng trên phạm vi cả nước tạo cho các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu hàng hóa Việt Nam có cơ hội để lựa chọn cho mình các nhà cung cấp dịch vụ tốt nhất, với chi phí thấp nhất.

b/ Những thách thức của doanh nghiệp Việt Nam trong việc giảm thiểu chi phí vận tải và giao nhận hàng hóa xuất khẩu

- Chi phí cho dịch vụ vận tải, giao nhận trong tổng chi phí xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam đang ở mức cao so với chi phí cùng loại của các nước khác trong khu vực.

- Tỷ trọng của chi phí vận tải, giao nhận, bảo hiểm đang là con số đáng kể trong tổng chi phí xuất khẩu của hàng hoá Việt Nam.

- Một thách thức khác không kém phần quan trọng làm cho chi phí vận tải, giao nhận hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam chưa được giảm thiểu triệt để là do còn nhiều chi phí không chính thức phát sinh trong quá trình vận tải, giao nhận hàng hoá xuất khẩu.

* *Các thách thức đối với việc giảm thiểu chi phí liên quan đến hoạt động vận tải hàng hoá xuất khẩu*

+ Cước phí vận tải nội địa đang ở mức cao (kể cả cước phí vận tải nội địa bằng đường bộ hoặc đường thủy nội địa) chủ yếu do giá thuê phương tiện, giá xăng dầu cao và nhiều khoản phí và lệ phí không chính thức đang tồn tại.

+ Cước phí vận tải biển quốc tế của Việt Nam cao hơn giá cước phí của các hàng tàu biển quốc tế do năng lực vận chuyển của đội tàu biển quốc gia còn hạn chế, tuổi bình quân của đội tàu biển tương đối cao, trang thiết bị lạc hậu... nên không có khả năng vận chuyển được những lô hàng xuất khẩu có khối lượng lớn.

+ Dịch vụ hàng hải tại các cảng biển Việt Nam còn thiếu sự đồng bộ, các loại chi phí và lệ phí cao.

+ Dịch vụ cảng biển chưa được hiện đại hoá, thời gian chờ đợi để cập cảng và để bốc xếp hàng dài, năng suất bốc dỡ hàng hoá thấp, nhiều loại phí, lệ phí chưa hợp lý...

** Các thách thức đối với việc giảm thiểu chi phí liên quan đến hoạt động giao nhận hàng hoá xuất khẩu*

+ Các cảng lớn của Việt Nam (Hải phòng, Sài Gòn...) đều không nằm sát ven biển, tàu vận tải biển phải đậu ngoài khơi, hàng hoá phải được chuyển ra bằng các tàu, sà lan... nên cả tàu và hàng đều mất nhiều thời gian chờ đợi và chi phí chuyển tải là khá lớn.

+ Thiết bị phục vụ công tác giao nhận hàng hoá chưa được hiện đại hoá.

+ Thời gian tàu ra/vào cảng để bốc/dỡ hàng còn tương đối dài do năng suất xếp dỡ hàng thấp.

+ Các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ giao nhận hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam hoạt động chưa có sự liên kết chặt chẽ để có thể hỗ trợ lẫn nhau trong từng khâu của quá trình kinh doanh cũng như để tăng quy mô doanh nghiệp, đổi mới công nghệ, trao đổi kỹ năng quản trị, bổ sung nguồn vốn hình thành những tập đoàn kinh tế lớn đủ sức cạnh tranh trên thị trường dịch vụ giao nhận quốc tế.

2.1.3. Quan điểm và định hướng đối với việc giảm thiểu chi phí vận tải và giao nhận hàng hoá xuất khẩu ở Việt Nam

a/ Quan điểm về việc giảm thiểu chi phí vận tải và giao nhận đối với hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam

Quan điểm thứ nhất: Việc giảm thiểu chi phí liên quan đến hoạt động vận tải, giao nhận hàng hoá xuất khẩu là hết sức cần thiết nhưng phải đảm bảo không làm ảnh hưởng đến khả năng phát triển xuất khẩu của hàng hoá Việt Nam sang thị trường các nước khu vực và thế giới.

Quan điểm thứ hai: Việc giảm thiểu chi phí liên quan đến hoạt động vận tải, giao nhận hàng hoá xuất khẩu cần được thực hiện trong điều kiện luôn đảm bảo cho hàng hoá xuất khẩu được di chuyển một cách an toàn, nhanh chóng từ người sản xuất và xuất khẩu đến người tiêu dùng.

Quan điểm thứ ba: Việc giảm thiểu chi phí liên quan đến hoạt động vận tải, giao nhận hàng hoá xuất khẩu cần được xác định như là một phần, một bộ phận

trong mục tiêu giảm chi phí xuất khẩu nhằm nâng cao sức cạnh tranh của hàng xuất khẩu Việt Nam.

Quan điểm thứ tư: Việc giảm thiểu chi phí liên quan đến hoạt động vận tải, giao nhận hàng hoá xuất khẩu phải được tiến hành đồng bộ trong mọi khâu, mọi công đoạn trong lộ trình di chuyển của hàng xuất khẩu từ kho của người sản xuất Việt Nam đến nơi tiêu thụ ở nước ngoài.

Quan điểm thứ năm: Việc giảm thiểu chi phí liên quan đến hoạt động vận tải, giao nhận hàng hoá xuất khẩu phải được coi là cơ sở để các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận tải, giao nhận Việt Nam có thể hội nhập, nâng cao vị thế và năng lực cạnh tranh trên thị trường quốc tế.

b/ Định hướng đối với việc giảm thiểu chi phí vận tải và giao nhận đối với hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam trong bối cảnh hội nhập

- Việc phấn đấu giảm thiểu các chi phí liên quan đến hoạt động vận tải, giao nhận hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam cần được thực hiện trong điều kiện có một hành lang pháp lý đầy đủ, rõ ràng, minh bạch, công tác cải cách hành chính được thực hiện triệt để, không có các khoản lệ phí không chính thức phát sinh gây cản trở hành trình đến với người nhập khẩu của hàng hóa.

- Các doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu hàng hóa cần chủ động trong việc tìm biện pháp thích hợp nhằm giảm thiểu chi phí vận tải và giao nhận đối với hàng hóa của mình.

- Trong quá trình đưa hàng hóa đến với người nhập khẩu, các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu hàng hóa Việt Nam nên tận dụng những ưu thế của xu hướng chuyên môn hóa, sử dụng dịch vụ logistics thuê ngoài để giảm thiểu chi phí vận tải, giao nhận đối với hàng xuất khẩu của mình.

- Tùy theo đặc điểm của hành trình và yêu cầu của hàng hóa mà các doanh nghiệp chủ hàng Việt Nam có thể lựa chọn các hãng vận tải, giao nhận quen thuộc, uy tín để có được mức giá dịch vụ thấp. Tuy nhiên, các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam cần thỏa thuận với người nhập khẩu để giao hàng theo ĐKCSGH CIF hoặc C&F... với mục tiêu giành quyền thuê tàu và thuê dịch vụ giao nhận.

- Cần sử dụng dịch vụ E - Logistics để quản lý, theo dõi hành trình di chuyển của hàng hóa. Có như vậy, chủ hàng Việt Nam mới kịp thời giải quyết những “sự cố” có liên quan như: Hàng hóa bị hư hỏng, đổ vỡ, hành trình bị kéo dài do tàu biển gặp điều kiện thời tiết không thuận lợi hay gặp các biến cố chính trị như: Chiến tranh, đình công...

2.2. Các giải pháp chủ yếu nhằm giảm thiểu chi phí vận tải, giao nhận nhằm giảm chi phí xuất khẩu hàng hóa

2.2.1. Các giải pháp vĩ mô

- Giải pháp về việc xây dựng và hoàn thiện hệ thống các văn bản pháp lý có liên quan để phát triển dịch vụ vận tải, giao nhận hàng hoá xuất khẩu

Để giảm thiểu chi phí xuất khẩu hàng hoá, Chính phủ cần xây dựng một hành lang pháp lý để điều chỉnh hoạt động vận tải, giao nhận.

Việc hoàn thiện các chính sách, cơ chế liên quan đến hoạt động vận tải, giao nhận hàng hoá xuất khẩu là để tạo môi trường cạnh tranh bình đẳng cho các doanh

ngành thuộc mọi thành phần kinh tế và phù hợp với quy định của WTO. Đây cũng là cơ sở để các doanh nghiệp có thể chủ động nâng cao chất lượng, giảm giá thành để dịch vụ của họ được chấp nhận trên thị trường.

- Tạo thuận lợi hơn nữa cho việc phát triển các doanh nghiệp vận tải, giao nhận chuyên nghiệp

Trước thực tế là ở Việt Nam hiện đang thiếu các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ logistics đầy đủ (các doanh nghiệp có khả năng cung cấp các loại dịch vụ từ khâu thu mua nguyên liệu đến khâu chuyển hoá thành sản phẩm phân phối đến người tiêu dùng).

Mô hình doanh nghiệp logistics đầy đủ, hiện đại và chuyên nghiệp nêu trên là mô hình mà Việt nam cần hướng tới để tạo cho các doanh nghiệp kinh doanh có đủ khả năng về vốn, về công nghệ, về năng lực quản lý... để tham gia cung ứng dịch vụ vận tải, giao nhận trên phạm vi toàn cầu với chi phí thấp nhất.

- Nhà nước cần có các chính sách hỗ trợ để các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận tải, giao nhận hàng hoá xuất khẩu có khả năng tham gia các Hiệp định về vận tải, giao nhận hàng hoá quốc tế và khu vực.

Hiện nay, do hạn chế về năng lực đội tàu, về vốn đầu tư, về cơ sở hạ tầng kỹ thuật nên sức cạnh tranh của các doanh nghiệp Việt Nam trên thị trường dịch vụ thế giới chưa cao. Các chính sách hỗ trợ cho các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận tải, giao nhận hàng hoá xuất khẩu trong giai đoạn đầu của quá trình hội nhập quốc tế cần được thực hiện là: Cho vay ưu đãi hoặc tạo điều kiện để các doanh nghiệp ký hợp đồng vận chuyển, giao nhận... dài hạn với các doanh nghiệp, tập đoàn sản xuất có khối lượng hàng hoá xuất khẩu lớn, ổn định trong thời gian dài, khuyến khích các doanh nghiệp thuê tàu của Việt Nam chuyên chở hàng hoá xuất khẩu...

- Giải pháp tăng cường đầu tư vốn xây dựng cơ sở hạ tầng cho hoạt động vận tải, giao nhận như: Đường sá, hệ thống cầu cảng, kho tàng, bến bãi... để thực hiện hoạt động vận tải hàng hoá xuất khẩu; hỗ trợ doanh nghiệp đầu tư trang thiết bị hiện đại để thực hiện và quản lý quá trình di chuyển của hàng xuất khẩu từ người sản xuất đến người nhập khẩu.

Để giảm thiểu chi phí vận tải hàng hoá xuất khẩu, Nhà nước cần đầu tư xây dựng, nâng cấp hệ thống cảng biển Việt Nam nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của toàn ngành. Việc đầu tư xây dựng, nâng cấp hệ thống cảng biển của cả nước cần phải tập trung vào các cảng lớn, có sản lượng hàng hoá thông qua lớn và tăng nhanh qua các năm, một hệ thống các cảng có khả năng tiếp nhận các tàu container lớn, xử lý được khối lượng hàng lớn trong thời gian ngắn.

- Hỗ trợ về pháp lý và cơ sở vật chất kỹ thuật cho chương trình E-Logistics để các doanh nghiệp kinh doanh vận tải, giao nhận hàng hoá xuất khẩu có thể từng bước ứng dụng công nghệ tin học hiện đại vào hoạt động của mình.

Như ta đã biết, trong thời đại ngày nay, nhờ những tiến bộ trong công nghệ tin học, việc sử dụng hệ thống trao đổi thông tin điện tử (EDI) với sự hỗ trợ của mạng lưới thông tin liên lạc và công nghệ xử lý thông tin đóng vai trò đặc biệt quan trọng trong việc quản lý quá trình lưu chuyển hàng hóa xuất khẩu và chứng từ của lô hàng đó. Việc ứng dụng công nghệ tin học hiện đại vào hoạt động vận tải,

giao nhận hàng hóa xuất khẩu sẽ giúp cho công tác tìm kiếm khách hàng, quản lý, theo dõi và giải quyết mọi vướng mắc đối với hàng xuất khẩu trong suốt hành trình của nó với chi phí tiết kiệm nhất.

- *Đẩy nhanh tiến trình cải cách hành chính, hỗ trợ doanh nghiệp trong việc cung cấp thông tin và đào tạo nguồn nhân lực.*

Để nâng cao hơn nữa hiệu quả của công tác cải cách hành chính trong hoạt động kinh doanh dịch vụ vận tải, giao nhận, khắc phục hiện tượng chi phí hành chính tại doanh nghiệp quá cao, các Bộ chủ quản và Bộ, Ngành có liên quan như: Bộ Giao thông vận tải, Bộ Công Thương, Bộ Tài chính...cần tăng cường hơn nữa công tác cải cách hành chính trong quản lý, giám sát hoạt động của doanh nghiệp, thực hiện việc quản lý Nhà nước đối với doanh nghiệp thông qua hệ thống các văn bản pháp quy thay cho quản lý bằng các biện pháp hành chính trước đây.

Ngoài ra, để hoạt động kinh doanh dịch vụ vận tải, giao nhận có thể đạt được hiệu quả cao, Nhà nước cần hỗ trợ doanh nghiệp trong việc cung cấp thông tin cần thiết để họ có thể ứng xử một cách linh hoạt cho phù hợp với những biến động trên thị trường trong điều kiện hội nhập.

- Nhà nước cần tạo dựng cơ chế kiểm tra, giám sát hai chiều một cách hiệu quả giữa các cơ quan quản lý Nhà nước với doanh nghiệp cung cấp dịch vụ vận tải, giao nhận cũng như doanh nghiệp sử dụng dịch vụ (doanh nghiệp xuất khẩu).

2.2.2. Các giải pháp đối với doanh nghiệp

2.2.2.1. Đối với doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận tải, giao nhận

+ *Đối với các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận tải*

- Đa dạng hoá các phương thức cung cấp dịch vụ vận tải để đưa hàng hoá đến nước nhập khẩu.

- Hiện đại hoá phương tiện vận tải, bốc xếp

- Chủ động xây dựng và tổ chức doanh nghiệp vận tải chuyên nghiệp theo hướng hiện đại, tăng cường khả năng hợp tác và hội nhập kinh tế với các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ Logistics nước ngoài.

- Nâng cao chất lượng của hệ thống dịch vụ vận tải hàng hoá xuất khẩu nhằm đảm bảo hàng xuất khẩu của Việt Nam có thể đến tay người nhập khẩu một cách đầy đủ, an toàn và nhanh chóng để hạn chế chi phí phát sinh.

- Chủ động đưa khoa học công nghệ hiện đại vào hoạt động vận tải hàng hoá xuất khẩu.

- Tăng cường cải cách hành chính trong tất cả các khâu, các bộ phận của doanh nghiệp để thuận lợi hoá các chứng từ, thủ tục có liên quan.

- Đào tạo đội ngũ cán bộ có năng lực toàn diện cả về chuyên môn nghiệp vụ, ngoại ngữ và kỹ năng quản lý, có khả năng ứng xử linh hoạt với những biến động của thị trường nhất là thị trường dịch vụ vận tải quốc tế.

+ *Đối với các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ giao nhận*

- Tăng cường mở rộng qui mô, tăng cường đầu tư thiết bị và công nghệ hiện đại, đặc biệt phải có chiến lược kinh doanh một cách rõ ràng, khắc phục tình trạng qui mô doanh nghiệp nhỏ, phạm vi hoạt động hẹp, thiết bị công nghệ kém như hiện nay.

- Đa dạng hoá các loại dịch vụ, nâng cao chất lượng dịch vụ, giảm thiểu chi phí giao nhận...để thu hút khách hàng, nâng vị thế trên thị trường.

- Thực hiện hoạt động liên doanh, liên kết để tăng quy mô doanh nghiệp, hình thành những tập đoàn kinh tế lớn, đủ sức cạnh tranh trên thị trường thế giới, giúp đổi mới công nghệ, trao đổi kỹ năng quản trị, bổ sung nguồn vốn, nâng cao khả năng cạnh tranh...

- Tăng cường hoạt động nghiên cứu thị trường, nắm vững tập quán giao thương quốc tế để thực hiện hoạt động của mình một cách chính xác, tiết kiệm chi phí và đạt hiệu quả cao.

- Cần chú trọng phát triển nguồn nhân lực (cả về số lượng lẫn năng lực cán bộ và tác phong nghề nghiệp), tránh hiện tượng gây phiền hà, nhiễu sách làm tốn thời gian và chi phí cho doanh nghiệp.

2.2.2.2. Đối với doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu hàng hoá nói chung

- Các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu luôn phải chuẩn bị hàng hoá sẵn sàng giao cho người vận tải hay người cung cấp dịch vụ logistics

Chuẩn bị hàng hoá sẵn sàng giao cho người vận tải hay người cung cấp dịch vụ logistics là giải pháp quan trọng nhất nhằm giảm thiểu các chi phí do phương tiện vận tải phải chờ đợi hàng hoá hoặc bị phạt vì giao hàng chậm.

- Tùy từng loại hàng hóa, tùy tập quán tiêu dùng của người nhập khẩu mà người xuất khẩu chủ động lựa chọn loại bao bì và phương thức bao gói thích hợp

Để giảm thiểu cước phí vận tải và các chi phí liên quan khác, nhất là khi hàng hoá được vận chuyển bằng container, nhà sản xuất cần nghiên cứu và lựa chọn phương thức và loại bao bì dùng để bao gói hàng hóa một cách thích hợp. nhằm đảm bảo không bị đổ vỡ, thiếu hụt do bao bì bị hư hỏng, tận dụng tối đa sức chứa của container nhằm giảm chi phí vận tải/đơn vị hàng hóa.

- Để đảm bảo cho hàng hóa xuất khẩu có thể đến được với người nhập khẩu một cách nhanh nhất, các doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu cần xác định cho hàng hóa của mình một lộ trình vận chuyển hợp lý

Xác định lộ trình vận chuyển hợp lý là yếu tố hết sức quan trọng để giảm thiểu cước phí vận tải trong quá trình chuyên chở. Với cùng khối lượng hàng hoá cần thiết phải chuyên chở đến cùng một địa điểm giao hàng, nếu chủ hàng không xác định được một lộ trình vận chuyển thích hợp thì sẽ gây tốn kém về cước phí nếu quãng đường vận chuyển không phải là ngắn nhất.

- Trong bối cảnh tự do cạnh tranh trong hoạt động cung cấp dịch vụ logistics, các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam cần lựa chọn cho mình các hãng cung cấp dịch vụ vận tải chuyên nghiệp, là đối tác uy tín, có quan hệ làm ăn lâu dài

Ở Việt Nam hiện nay, dịch vụ vận tải, giao nhận hàng hoá xuất khẩu đang được cung cấp bởi nhiều tập đoàn, doanh nghiệp khác nhau cả ở trong và ngoài nước. Đặc biệt, khi gia nhập WTO, Việt Nam cam kết từng bước mở cửa thị trường dịch vụ logistics cho các doanh nghiệp có vốn FDI nên mức độ cạnh tranh ngày càng trở nên gay gắt.

Vấn đề đặt ra là các doanh nghiệp xuất khẩu hàng hoá phải tính toán và lựa chọn cho mình nhà cung cấp dịch vụ logistics tốt nhất, có tính chuyên nghiệp cao,

có uy tín trên thị trường, có mức giá cước phí thấp nhất cùng với chất lượng dịch vụ tốt nhất. Đây là điều kiện quan trọng để người xuất khẩu có thể giảm thiểu được cước phí vận tải, góp phần giảm thiểu chi phí xuất khẩu hàng hoá.

- Doanh nghiệp xuất khẩu cần khéo léo trong đàm phán, giao dịch với người nhập khẩu để lựa chọn điều kiện cơ sở giao hàng phù hợp

Đây là giải pháp hết sức quan trọng để các doanh nghiệp xuất khẩu hàng hóa trong nước có thể chủ động trong việc thuê tàu biển Việt Nam chuyên chở hàng hoá xuất khẩu sang nước nhập khẩu. Do cả doanh nghiệp xuất khẩu và doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận tải đều là doanh nghiệp Việt Nam nên các bên có thể chủ động đàm phán để có được mức cước phí vận tải hợp lý nhất.

- Các doanh nghiệp cần chủ động liên kết sản xuất, tạo những lô hàng xuất khẩu lớn để tận dụng hết dung tích container, tránh để thừa dung tích hoặc phải gửi hàng vào các container hàng lẻ với chi phí vận tải cao và phí dịch vụ giao nhận khá tốn kém.

2.2.2.3. Các giải pháp đối với doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu nhóm hàng nông, lâm, thủy sản

a/ Các giải pháp có tính chủ động

- Các doanh nghiệp chủ hàng cần chuẩn bị hàng hóa đủ tiêu chuẩn về chất lượng và tiêu chuẩn về bao gói để sẵn sàng giao hàng khi người cung cấp dịch vụ giao nhận đưa container đến để nhận hàng. Nếu làm tốt khâu công việc này, chủ hàng không tốn thêm khoản phụ phí do container phải lưu lại để chờ xếp hàng.

- Khi thuê vận chuyển và giao nhận hàng hóa là nông, lâm, thủy sản xuất khẩu, các doanh nghiệp chủ hàng Việt Nam cần lựa chọn các hãng vận tải có sử dụng tàu chuyên dụng, được trang bị thiết bị bảo ôn và công nghệ hiện đại để bảo đảm cho hàng hóa không bị hư hỏng, thối nát hoặc xuống phẩm cấp chất lượng khi phải trải qua thời gian và quãng đường vận chuyển dài.

- Đối với hàng hóa là các loại ngũ cốc (dễ bị mốc mọt)...doanh nghiệp cần nghiên cứu để có cách bao gói riêng, có yêu cầu về chế độ bảo quản trên tàu riêng, việc bốc/xếp, giao nhận hàng hóa được thực hiện theo phương cách riêng, phù hợp. Đây là giải pháp tốt giúp doanh nghiệp không phải tốn phí để khắc phục tình trạng hàng hóa bị hư hỏng trên đường vận chuyển do bao bì bị vỡ, rách...

- Doanh nghiệp cần chủ động về số lượng hàng hóa để xếp vừa đủ trong mỗi container, tránh hiện tượng không sử dụng hết dung tích của container làm hàng hóa bị xô đẩy, gây hư hỏng, đổ vỡ. Hơn thế, cước phí vận chuyển vẫn phải trả cho chủ tàu theo cả container nên chi phí cho 1 đơn vị hàng hóa sẽ bị đẩy lên cao.

b/ Các giải pháp mang tính hỗ trợ

- Các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu hàng hóa và các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận tải, giao nhận cần có sự phối hợp tạo sự đồng bộ, nhất quán trong hoạt động để đảm bảo có hàng là có tàu và có người cung ứng dịch vụ giao nhận.

- Tùy yêu cầu của từng lô hàng, các doanh nghiệp nên sử dụng phương thức MTO (vận tải đa phương thức) để giao hàng “từ kho đến kho” hoặc “từ cửa đến cửa” để phục vụ người nhập khẩu một cách tốt nhất, với chi phí thấp nhất.

- Tăng cường đào tạo nguồn nhân lực có khả năng hiểu biết về quy cách phẩm chất hàng nông, lâm, thủy sản xuất khẩu, về đặc điểm và yêu cầu của quá trình vận chuyển, về khả năng giải quyết khiếu nại (nếu có)... để họ có thể chủ động giao dịch với người nhập khẩu hoặc với các nhà cung cấp dịch vụ vận tải, giao nhận nhằm tranh thủ những điều kiện thuận lợi, tránh những bất trắc có thể xảy ra mà để giải quyết được doanh nghiệp phải chịu nhiều tổn phí.

- Các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu hàng nông, lâm, thủy sản Việt Nam nên sử dụng dịch vụ vận tải, giao nhận thuê ngoài để một mặt tiết kiệm chi phí so với việc các doanh nghiệp chủ hàng tự đầu tư thực hiện các dịch vụ này.

2.2.2.4. Các giải pháp đối với doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu nhóm hàng công nghiệp chế biến

a/ Các giải pháp có tính chủ động

- Chuẩn bị hàng hóa sẵn sàng giao hàng theo đúng thời hạn ghi trong hợp đồng với người nhập khẩu hoặc người cung cấp dịch vụ giao nhận để xếp vào container tại địa điểm quy định.

- Doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu hàng hóa cần chủ động thỏa thuận với người nhập khẩu khi ký hợp đồng để họ đảm nhận khâu bao gói cuối cùng đối với hàng hóa để giảm dung tích khi xếp hàng trong container nhằm giảm chi phí vận tải cho 1 đơn vị hàng hóa xuất khẩu.

b/ Các giải pháp mang tính hỗ trợ

- Các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu hàng hóa cần đàm phán để bán hàng công nghiệp chế biến, chế tạo theo ĐKCSGH CIF hoặc C&F cảng Việt Nam để có thể chủ động trong việc thuê tàu và đưa container hàng lên tàu đúng thời gian nhất.

- Tận dụng triệt để ưu thế của vận tải đa phương thức (MTO) để giao hàng “từ kho đến kho” hoặc “từ cửa đến cửa” để phục vụ người nhập khẩu một cách tốt nhất, với chi phí thấp nhất.

- Áp dụng công nghệ thông tin hiện đại vào việc quản lý, theo dõi để kịp thời giải quyết những “sự cố đột xuất” nảy sinh trong suốt hành trình của hàng hóa từ người xuất khẩu đến với người nhập khẩu.

- Các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu hàng công nghiệp chế biến của Việt Nam nên sử dụng dịch vụ thuê ngoài của các doanh nghiệp, tập đoàn cung cấp dịch vụ logistics chuyên nghiệp, uy tín, có khả năng cung cấp dịch vụ hoàn hảo để đảm bảo cho hàng hóa của mình đến được với người nhập khẩu một cách nhanh chóng nhất, an toàn, đầy đủ nhất và với chi phí thấp nhất.

KẾT LUẬN

Hiện nay, các doanh nghiệp Việt Nam đang từng bước thực hiện quá trình tự do hóa thương mại theo các cam kết gia nhập WTO. Bên cạnh những cơ hội do hội nhập kinh tế thương mại mang lại, các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu Việt Nam đang phải đối mặt với sức ép cạnh tranh (nhất là cạnh tranh về giá xuất khẩu hàng hóa) với các doanh nghiệp của các nước khác trên thị trường.

Để nâng cao sức cạnh tranh về giá xuất khẩu của hàng hóa Việt Nam trên thị trường khu vực và quốc tế (nhất là các mặt hàng nông sản và hàng công nghiệp chế biến), cùng với việc tìm giải pháp để giảm giá thành sản xuất/giá thu gom hàng hóa, các doanh nghiệp còn phải tìm các giải pháp để giảm thiểu các chi phí liên quan đến hoạt động vận tải và giao nhận. Tuy nhiên, giảm thiểu chi phí có liên quan đến hoạt động vận tải, giao nhận nhằm giảm tổng chi phí xuất khẩu hàng hoá đang là bài toán đòi hỏi các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu tìm lời giải đáp.

Bám sát các mục tiêu, yêu cầu và nội dung nghiên cứu đã được phê duyệt, Ban chủ nhiệm đề tài đã hoàn thành được một số nhiệm vụ sau:

1/ Nghiên cứu làm rõ tác động của việc giảm thiểu chi phí vận tải và giao nhận đến việc giảm chi phí xuất khẩu và nâng cao năng lực cạnh tranh của hàng xuất khẩu Việt Nam trong bối cảnh tự do cạnh tranh.

2/ Nghiên cứu sự khác biệt về chi phí trong mô hình doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu hàng hóa tự thực hiện dịch vụ vận tải, giao nhận và mô hình sử dụng dịch vụ vận tải, giao nhận thuê ngoài trong xu hướng chuyên môn hóa các lĩnh vực dịch vụ hiện nay.

3/ Nghiên cứu thực trạng chi phí vận tải và giao nhận trong tổng chi phí xuất khẩu của một số mặt hàng thuộc nhóm hàng nông, lâm, thủy sản (Gạo, cà phê, thủy sản) và một số mặt hàng thuộc nhóm hàng công nghiệp chế biến (Dệt may, giày dép...) và từ đó tìm ra những hạn chế cần khắc phục để giảm thiểu chi phí vận tải, giao nhận nhằm giảm tổng chi phí xuất khẩu của hàng hóa.

4/ Trên cơ sở nghiên cứu xu hướng phát triển dịch vụ logistics thế giới và những cơ hội, thách thức, quan điểm, định hướng của Việt Nam trong việc giảm thiểu chi phí vận tải, giao nhận hàng hóa xuất khẩu, đề tài đã đề xuất được các nhóm giải pháp để giảm thiểu các chi phí trên nhằm giảm chi phí xuất khẩu hàng hóa gồm: Nhóm các giải pháp vĩ mô, nhóm các giải pháp đối với doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận tải, giao nhận, nhóm các giải pháp đối với doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu các mặt hàng nông, lâm, thủy sản và các mặt hàng công nghiệp chế biến.

Đối với từng nhóm mặt hàng, đề tài đã đề xuất các giải pháp mang tính chủ động của doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu và nhóm các giải pháp mang tính hỗ trợ để doanh nghiệp có thể giảm thiểu được các chi phí trên xuống mức thấp nhất.

Trong quá trình nghiên cứu, nhóm tác giả đã cố gắng đáp ứng các mục tiêu đề tài đặt ra. Tuy nhiên, do hạn chế về nhiều mặt, kết quả nghiên cứu của đề tài không thể tránh khỏi những thiếu sót. Ban chủ nhiệm đề tài xin chân thành cảm ơn các cơ quan, các chuyên gia, các nhà khoa học, các đồng nghiệp đã giúp đỡ để chúng tôi hoàn thành việc nghiên cứu Đề tài.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

TÀI LIỆU TIẾNG VIỆT

1 - Nguyễn Thâm, *Vận tải đa phương thức & Logistics*, Tạp chí Visaba Times của Hiệp hội giao nhận, kho vận Việt Nam số 62, tháng 7/2004.

2 - Phạm Thị Cải, *Nghiên cứu kinh nghiệm quốc tế về dịch vụ hậu cần và những bài học rút ra cho Việt Nam*, Đề tài NCKH cấp Bộ, Bộ Thương mại, 2006.

3 - Phạm Thị Cải, *Các giải pháp để giảm thiểu chi phí liên quan đến hoạt động vận tải, giao nhận và bảo hiểm nhằm nâng cao sức cạnh tranh của hàng xuất khẩu Việt Nam*, Đề tài NCKH cấp Bộ, Bộ Công Thương, mã số 2006 - 78 - 003.

4 - Cục Hàng hải Việt Nam, *Báo cáo đánh giá thực trạng hoạt động vận tải biển và DV hàng hải sau 4 năm thi hành Luật doanh nghiệp*, Hà Nội, 7/2004.

5 - Cục Hàng hải Việt Nam, *Các bài tham luận tại Hội nghị vận tải và dịch vụ hàng hải 2004*, Hà Nội, tháng 7/2004.

6-PGS.TS.Đoàn Thị Hồng Vân, *Logistics - Những vấn đề cơ bản*, NXb Thống kê năm 2003.

7- Nguyễn Tú Anh - *Thực trạng và định hướng phát triển nguồn nhân lực trong ngành dịch vụ logistics tại Việt Nam* - Báo cáo tham luận tại hội thảo: “Phát triển dịch vụ logistics: Cơ hội và thách thức” ngày 24/7/2006.

8- Nguyễn Hùng - *Một số giải pháp cơ bản phát triển dịch vụ logistics tại Việt Nam trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế* - Báo cáo tham luận tại hội thảo: “Phát triển dịch vụ logistics: Cơ hội và thách thức” ngày 24/7/2006.

9- Viện Chiến lược và phát triển giao thông vận tải và Tổng công ty Hàng hải Việt Nam, *Quy hoạch phát triển vận tải biển Việt Nam đến năm 2010 và định hướng đến 2020*, Hà Nội 2003.

10 - Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế TW - *Nâng cao năng lực cạnh tranh xuất khẩu trên cơ sở cắt giảm chi phí, trường hợp của Việt Nam*

11- Viện Nghiên cứu Thương mại- Bộ Công Thương, *Điều tra kênh tiêu thụ sản phẩm cà phê ở Đắk Lắk*, 2002

12- *SCM Corporation, Supply Chain Insight, Kết quả khảo sát về logistics 2008.*

TÀI LIỆU TIẾNG ANH

1 - UNCTAD/UNDP, *Handbook on Multimodal Transport*, Geneve 3/1992.

2 - UN. ESCAP. *Manual book on Freight Forwarding*. 2nd ed.

3- *Review of Transport and Logistics Development in Viet Nam*, Dongwoo Ha, Transport and Tourism Division, United Nation ESCAP, 10/2004.

4 - *Institutional & Legal Framework Required to Establish & Strengthen Multimodal Transport & Logistics Service*, Geetha Karandawala, Transport and Tourism Division, UNESCAP, 10/2004.

5- World Bank, *Vietnam Logistics Development, Trade Facilitation*