

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

---

**ĐỀ TÀI NGHIÊN CỨU KHOA HỌC CẤP BỘ  
MÃ SỐ: 2005 - 78 - 006**

**BÁO CÁO TỔNG HỢP  
NGHIÊN CỨU KINH NGHIỆM QUỐC TẾ VỀ  
DỊCH VỤ HẬU CẦN VÀ NHỮNG BÀI HỌC  
RÚT RA CHO VIỆT NAM**

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

**Bộ Thương mại**  
**Viện nghiên cứu thương mại:**  
*Ths. Phạm Thị Cải*  
*ThS. Nguyễn Việt Hưng*  
*TS. Trần Văn Thắng*  
*CN. Lê Huy Khôi*  
*CN. Phan Thị Bạch Tuyết*

**5901**  
21/6/2006

**HÀ NỘI, 2006**

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

---

**ĐỀ TÀI NGHIÊN CỨU KHOA HỌC CẤP BỘ  
MÃ SỐ: 2005 - 78 - 006**

**BÁO CÁO TỔNG HỢP**

**NGHIÊN CỨU KINH NGHIỆM QUỐC TẾ VỀ  
DỊCH VỤ HẬU CẦN VÀ NHỮNG BÀI HỌC  
RÚT RA CHO VIỆT NAM**

**HÀ NỘI, 2006**

# MỤC LỤC

Trang

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Lời mở đầu</b>  | <b>1</b>  |
| <b>Chương I: Một số vấn đề lý luận về dịch vụ hậu cần</b>  | <b>4</b>  |
| <b>I- Tổng quan về dịch vụ hậu cần</b>   | <b>4</b>  |
| 1. Khái niệm về dịch vụ hậu cần  | 4         |
| 2. Phân loại dịch vụ hậu cần   | 7         |
| 3. Vị trí, vai trò của dịch vụ hậu cần trong phát triển kinh tế - xã hội   | 19        |
| 4. Sự cần thiết phát triển dịch vụ hậu cần ở Việt nam  | 25        |
| <b>II - Những yếu tố tác động đến sự phát triển của dịch vụ hậu cần</b>  | <b>29</b> |
| 1. Yếu tố về mức độ mở cửa của nền kinh tế   | 30        |
| 2. Yếu tố về thể chế, chính sách   | 31        |
| 3. Yếu tố cơ sở hạ tầng và khả năng ứng dụng những thành tựu khoa học kỹ thuật hiện đại để phát triển dịch vụ hậu cần                      | 33        |
| 4. Yếu tố về năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp cung ứng và kinh doanh dịch vụ hậu cần   | 34        |
| 5. Yếu tố về kỹ năng tổ chức các doanh nghiệp chuyên môn hóa cung ứng và kinh doanh dịch vụ hậu cần  | 35        |
| 6. Yếu tố về công nghệ thông tin   | 36        |
| 7. Yếu tố về khả năng tài chính của doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần  | 37        |
| 8. Yếu tố về nguồn nhân lực cho phát triển các dịch vụ hậu cần   | 38        |
| <b>Chương II: Kinh nghiệm phát triển dịch vụ hậu cần của một số nước trên thế giới và thực trạng phát triển dịch vụ hậu cần ở Việt Nam</b> | <b>40</b> |
| <b>I - Thực trạng phát triển dịch vụ hậu cần của một số nước trên thế giới</b>   | <b>40</b> |
| 1. Thực trạng phát triển dịch vụ hậu cần của Mỹ  | 40        |
| 2. Thực trạng phát triển dịch vụ hậu cần của Pháp  | 48        |
| 3. Thực trạng phát triển dịch vụ hậu cần của Trung Quốc  | 53        |

|   |            |
|---|------------|
| 4. Thực trạng phát triển dịch vụ hậu cần của Thái Lan   | 63         |
| 5. Thực trạng phát triển dịch vụ hậu cần của Malaysia   | 66         |
| <b>II - Bài học kinh nghiệm được rút ra từ nghiên cứu thực trạng phát triển dịch vụ hậu cần của các nước</b>            | <b>68</b>  |
| 1. Một số bài học kinh nghiệm chung   | 68         |
| 2. Một số bài học kinh nghiệm đặc thù   | 71         |
| <b>III - Thực trạng phát triển dịch vụ hậu cần ở Việt Nam</b>   | <b>73</b>  |
| 1. Định hướng chiến lược phát triển một số ngành dịch vụ ở Việt Nam   | 74         |
| 2. Thực trạng phát triển một số dịch vụ hậu cần chủ yếu liên quan đến hoạt động thương mại và xuất nhập khẩu ở Việt Nam | 75         |
| 3. Những khó khăn và hạn chế trong phát triển dịch vụ hậu cần ở nước ta hiện nay  | 81         |
| <b>Chương III: Một số giải pháp và kiến nghị để phát triển dịch vụ hậu cần ở Việt Nam</b>                               | <b>85</b>  |
| <b>I - Khả năng phát triển dịch vụ hậu cần thế giới</b>   | <b>85</b>  |
| 1. Xu thế phát triển dịch vụ hậu cần thế giới   | 85         |
| 2. Dự báo khả năng phát triển dịch vụ hậu cần thế giới đến 2010   | 88         |
| <b>II - Triển vọng phát triển dịch vụ hậu cần ở Việt Nam đến 2010</b>   | <b>91</b>  |
| 1. Một số quan điểm về phát triển dịch vụ hậu cần ở Việt Nam  | 91         |
| 2. Dự báo khả năng phát triển một số phân ngành dịch vụ hậu cần ở Việt Nam đến 2010 và 2020                             | 95         |
| <b>III - Một số giải pháp và kiến nghị để phát triển dịch vụ hậu cần ở Việt Nam trong thời gian tới</b>                 | <b>101</b> |
| 1. Một số giải pháp vĩ mô   | 101        |
| 2. Các giải pháp đối với doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần  | 109        |
| 3. Một số kiến nghị nhằm phát triển dịch vụ hậu cần ở Việt Nam trong thời gian tới                                      | 112        |
| <b>Kết luận</b>   | <b>118</b> |

# LỜI MỞ ĐẦU

Trong thời đại ngày nay, khi nền kinh tế thế giới càng phát triển thì quá trình phân công lao động càng trở nên sâu sắc. Quá trình hội nhập kinh tế khu vực và quốc tế ở mức cao đòi hỏi sự phân công lao động phải được mở rộng và trở thành hoạt động mang tính toàn cầu.

Khi phân công lao động ngày càng sâu sắc, quá trình chuyên môn hóa sản xuất hàng hóa và cung ứng dịch vụ cả ở phạm vi quốc gia và quốc tế sẽ càng phát triển. Khi đó, mỗi quốc gia, mỗi doanh nghiệp muốn duy trì và nâng cao thị phần của mình cần phải đưa ra thị trường các sản phẩm thích hợp, tại địa điểm thích hợp, vào thời điểm thích hợp và với giá cạnh tranh. Để đạt được mục tiêu này, các doanh nghiệp cần thực hiện tốt các khâu: Cung ứng và thu mua hàng hóa, bảo quản và dự trữ hàng hóa, giao nhận, vận chuyển và tiếp thị tiêu thụ sản phẩm... Nói cách khác, để phát triển hoạt động kinh doanh, doanh nghiệp cần có sản phẩm thích hợp đưa ra thị trường với chất lượng tốt nhất, được đưa đến địa điểm chính xác nhất, vào đúng thời điểm người tiêu dùng có nhu cầu và điều quan trọng là sản phẩm phải được chào bán với giá cạnh tranh nhất. Mặt khác, doanh nghiệp cần tạo cho mình một cơ chế quản lý thông tin thích hợp nhằm kiểm soát tất cả mọi công đoạn trong quá trình di chuyển của sản phẩm, hàng hóa và các dịch vụ có liên quan kể từ khâu đặt hàng đến khâu giao nhận vận chuyển, bảo quản và dự trữ hàng hóa, đưa hàng hóa tới tay người tiêu dùng và thanh toán tiền hàng.

Như vậy, toàn bộ các khâu từ cung ứng vật tư cho sản xuất đến việc lưu giữ, bảo quản, dự trữ, vận chuyển hàng hóa và quản lý thông tin có liên quan tạo nên một hệ thống dịch vụ hậu cần của doanh nghiệp với mục tiêu đáp ứng yêu cầu của khách hàng. Tuy nhiên, mỗi doanh nghiệp không thể tự làm hết và thực hiện một cách hiệu quả tất cả các công đoạn của hệ thống dịch vụ nêu trên và từ đó xuất hiện các doanh nghiệp chuyên kinh doanh một số loại dịch vụ nhất định trong hệ thống như: Dịch vụ vận tải, dịch vụ kho bãi để bảo quản và dự trữ hàng hóa, dịch vụ giao nhận...

Từ khi thực hiện chính sách “mở cửa” và hội nhập kinh tế quốc tế, nhu cầu mua bán, trao đổi hàng hóa và dịch vụ ở Việt Nam là rất lớn. Vì vậy, việc tổ chức các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần (đặc biệt là các dịch vụ phục vụ phát triển hoạt động thương mại như: Dịch vụ vận tải, dịch vụ giao nhận, dịch vụ kho bãi để bảo quản và dự trữ hàng hóa) là yêu cầu hết sức cần thiết.

Tuy nhiên, hiện nay hệ thống dịch vụ hậu cần của Việt Nam còn nhiều bất cập do cơ sở vật chất yếu kém, trình độ chuyên môn hóa chưa cao, khả năng của hệ thống kho bãi chưa đủ đáp ứng yêu cầu của việc bảo quản, dự trữ, giao nhận, vận chuyển một khối lượng hàng hóa lớn. Mặt khác, số doanh nghiệp tham gia kinh doanh dịch vụ hậu cần hiện đang có quy mô nhỏ, chỉ thực hiện được một phần hay một bộ phận trong hệ thống dịch vụ hậu cần tổng thể, thiết bị bảo quản và dự trữ hàng hóa còn lạc hậu, tốc độ trung chuyển hàng

hóa chậm, chưa có các doanh nghiệp chuyên môn hóa kinh doanh dịch vụ hậu cần đủ mạnh. Đặc biệt, Nhà nước cũng chưa có quy chế cụ thể để việc quản lý các dịch vụ hậu cần đạt hiệu quả cao.

Trong xu thế hội nhập kinh tế quốc tế hiện nay, khi phân công lao động quốc tế đã đạt trình độ cao, nhiều nước trên thế giới đã phát triển dịch vụ hậu cần nhằm tạo cơ sở cho thương mại phát triển. Để thực hiện quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, tự do hóa thương mại, Việt Nam cần phát triển các dịch vụ hậu cần để thúc đẩy phát triển thương mại nội địa cũng như thương mại với nước ngoài.

Nhận thức rõ được tầm quan trọng của vấn đề nêu trên, Chính phủ và các Bộ, Ngành, đặc biệt là Bộ Thương mại đang rất quan tâm đến việc phát triển dịch vụ hậu cần nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho thương mại phát triển và đáp ứng yêu cầu của quá trình toàn cầu hóa và hội nhập kinh tế quốc tế.

Xuất phát từ những lý do cơ bản nêu trên, Bộ Thương mại đã duyệt và cho phép tổ chức nghiên cứu Đề tài: “*Nghiên cứu kinh nghiệm quốc tế về dịch vụ hậu cần và những bài học rút ra cho Việt Nam*”.

***Mục tiêu chính của đề tài là:***

- Nghiên cứu những vấn đề lý luận và thực tiễn về dịch vụ hậu cần
- Nghiên cứu chính sách, kinh nghiệm của một số nước trên thế giới về phát triển dịch vụ hậu cần và từ đó rút ra bài học kinh nghiệm cho Việt Nam.
- Đề xuất khả năng vận dụng các kinh nghiệm phát triển dịch vụ hậu cần của các nước và các giải pháp chủ yếu để phát triển dịch vụ hậu cần ở Việt Nam trong thời gian tới.

***Đối tượng nghiên cứu của Đề tài là:***

- Các dịch vụ hậu cần phục vụ phát triển thương mại nội địa và xuất nhập khẩu như: Dịch vụ vận chuyển, dịch vụ giao nhận, dịch vụ bảo quản và dự trữ hàng hóa...
- Các chính sách và cơ chế quản lý của các nước và của Việt Nam đối với việc phát triển dịch vụ hậu cần.

Do giới hạn về thời gian và điều kiện nghiên cứu, ***về nội dung***, Đề tài tập trung nghiên cứu một số dịch vụ hậu cần chủ yếu phục vụ phát triển thương mại nội địa và xuất nhập khẩu như: Dịch vụ vận chuyển, dịch vụ giao nhận, dịch vụ kho bãi để bảo quản và dự trữ hàng hóa... Các lĩnh vực dịch vụ hậu cần khác được đề cập đến như các yếu tố hỗ trợ cho dịch vụ hậu cần phát triển một cách toàn diện và hiệu quả.

***Về không gian và thời gian***, Đề tài tập trung nghiên cứu kinh nghiệm ở một số nước trên thế giới có dịch vụ hậu cần phát triển và ở Việt Nam từ 2000 đến 2010.

***Các phương pháp nghiên cứu chủ yếu được sử dụng là:***

- Phương pháp duy vật biện chứng và duy vật lịch sử
- Phương pháp điều tra, khảo sát, thu thập thông tin, tư liệu
- Phương pháp tổng hợp, phân tích, so sánh
- Tham khảo ý kiến chuyên gia và hội thảo chuyên đề

Ngoài phần mở đầu, kết luận và phụ lục, Đề tài được ***kết cấu thành 3 chương***

***Chương I:*** Một số vấn đề lý luận về dịch vụ hậu cần (Logistics)

***Chương II:*** Kinh nghiệm phát triển dịch vụ hậu cần của một số nước trên thế giới và thực trạng phát triển dịch vụ hậu cần ở Việt Nam

***Chương III:*** Một số giải pháp chủ yếu nhằm phát triển dịch vụ hậu cần ở Việt Nam

# CHƯƠNG I

## MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ DỊCH VỤ HẬU CẦN

### I - TỔNG QUAN VỀ DỊCH VỤ HẬU CẦN

#### 1 - Khái niệm về dịch vụ hậu cần

Dịch vụ hậu cần (Logistics) theo nghĩa đang sử dụng trên thế giới có nguồn gốc từ từ “Logistique” trong tiếng Pháp, được sử dụng bắt đầu từ thế kỷ thứ 19.

Ban đầu, dịch vụ hậu cần được sử dụng như một từ chuyên môn trong quân đội, được hiểu với nghĩa là công tác hậu cần. Sau này dịch vụ hậu cần dần được áp dụng trong các lĩnh vực kinh tế, được lan truyền từ châu lục này sang châu lục kia, từ nước này sang nước khác, hình thành nên hệ thống dịch vụ hậu cần trên phạm vi toàn cầu.

Dịch vụ hậu cần đã phát triển rất nhanh chóng. Nếu giữa thế kỷ thứ 20, rất hiếm doanh nhân hiểu được dịch vụ hậu cần là gì, thì đến cuối thế kỷ này, dịch vụ hậu cần được ghi nhận như một chức năng kinh tế chủ yếu, một công cụ hữu hiệu mang lại thành công cho các doanh nghiệp cả trong khu vực sản xuất hàng hóa lẫn trong khu vực sản xuất dịch vụ.

Dịch vụ hậu cần hiện được các học giả, các nhà nghiên cứu định nghĩa theo nhiều cách khác nhau.

- Theo tài liệu của Ủy ban Kinh tế và Xã hội châu Á - Thái Bình Dương của Liên hiệp quốc (UNESCAP), dịch vụ hậu cần được coi “là việc quản lý dòng lưu chuyển hàng hoá từ nơi xuất xứ đến nơi tiêu thụ cuối cùng theo yêu cầu của khách hàng...”.

- Theo tài liệu giảng dạy của trường Đại học Hàng hải thế giới (World Maritime University), “Dịch vụ hậu cần là quá trình quản lý việc lưu chuyển có hiệu quả hàng hóa, dịch vụ từ nơi xuất xứ đến nơi tiêu thụ cuối cùng vì mục đích đáp ứng yêu cầu của khách hàng”.

Một tài liệu khác của Trường Đại học này lại nêu ra định nghĩa: “Dịch vụ hậu cần là một quá trình được tính toán, tổ chức nhằm giảm chi phí đến mức thấp nhất về việc xác định địa điểm chuyển dịch và lưu kho các nguồn cung cấp từ nơi xuất xứ, thông qua nhiều hoạt động khác nhau đến nơi tiêu thụ cuối cùng”.



Ở đây, họ cho rằng dịch vụ hậu cần không phải chỉ là một hoạt động mà nó bao gồm *một chuỗi* các hoạt động xảy ra trong một *quá trình*; việc tìm nguyên vật liệu, hàng hoá không phải chỉ ở một địa điểm mà phải tìm nó ở một tập hợp các điểm cung ứng; khi có nguồn cung cấp phải dịch chuyển nó, tập trung nó ở các kho và thông qua nhiều hoạt động sản xuất, chế biến để mang đến nơi tiêu thụ cuối cùng.

- Theo Hội đồng quản trị Dịch vụ hậu cần Hoa Kỳ (The US. Logistics Administration Council) thì “Dịch vụ hậu cần là quá trình thực hiện và quản lý dòng lưu chuyển hàng hoá từ nơi sản xuất đến nơi tiêu thụ một cách hiệu quả và tiết kiệm chi phí nhằm thỏa mãn yêu cầu của khách hàng”.

Thực chất, dịch vụ hậu cần là một hình thức kết hợp các khâu của quá trình sản xuất và tiêu thụ theo hướng tối ưu hóa nhằm giảm bớt các chi phí không cần thiết để hạ giá thành sản phẩm và đảm bảo giá cả cạnh tranh.

- Theo định nghĩa của tác giả Ma Shuo trong cuốn sách *Logistics and Supply Chain Management*, xuất bản năm 1999 thì “Dịch vụ hậu cần là quá trình lưu chuyển hàng hoá từ điểm xuất phát đầu tiên là nhà cung cấp, qua người bán buôn, bán lẻ, đến nơi tiêu thụ cuối cùng thông qua hàng loạt các hoạt động kinh tế”.

Định nghĩa này cho thấy, dịch vụ hậu cần không phải là một hoạt động đơn lẻ mà là một chuỗi các hoạt động liên tục, có liên quan mật thiết với nhau, tác động qua lại lẫn nhau, được thực hiện một cách khoa học và có hệ thống qua các bước nghiên cứu, hoạch định, tổ chức, quản lý, thực hiện, kiểm tra, kiểm soát và hoàn thiện. Đây là quá trình liên quan tới nhiều hoạt động khác nhau trong cùng một tổ chức, từ xây dựng chiến lược đến các hoạt động chi tiết, cụ thể để thực hiện chiến lược.

Mặt khác, với khái niệm như nêu ở trên, nó cho phép các tổ chức, các doanh nghiệp có thể vận dụng vào lĩnh vực hoạt động của mình một cách sáng tạo, linh hoạt, với hiệu quả kinh tế cao nhất.

Ở Việt Nam, trong tài liệu *Logistics - Những vấn đề cơ bản*, NXB Thống kê năm 2003, PGS. TS. Đoàn Thị Hồng Vân đã định nghĩa một cách khái quát: “Dịch vụ hậu cần là quá trình tối ưu hoá các hoạt động vận chuyển và dự trữ hàng hoá từ nơi sản xuất đến nơi tiêu thụ cuối cùng thông qua hàng loạt các hoạt động kinh tế”.

- Theo Tạp chí Giao nhận kho vận của Hiệp hội Giao nhận kho vận Việt Nam, tác giả Nguyễn Thâm cho rằng: “Dịch vụ hậu cần là nghệ thuật tổ chức, điều hành một tập hợp các hoạt động dịch vụ liên quan đến quá trình lưu

chuyển sản phẩm, hàng hoá từ nơi sản xuất đến nơi tiêu thụ cuối cùng nhằm giảm tổng chi phí và đáp ứng tốt nhất yêu cầu của khách hàng. Nghệ thuật tổ chức, điều hành đó luôn luôn thay đổi để thích ứng với sự vận động và phát triển không ngừng của hoạt động thương mại trong nền kinh tế thị trường”.

Cùng với các định nghĩa vừa được nêu và phân tích ở trên, trong thực tế tồn tại một số định nghĩa khác như:

- Dịch vụ hậu cần là hệ thống các công việc được thực hiện một cách có kế hoạch nhằm quản lý nguyên vật liệu, hàng hoá, thông tin và dòng chảy của vốn...

- Dịch vụ hậu cần là việc lập kế hoạch, tổ chức thực hiện và kiểm soát quá trình lưu chuyển và dự trữ hàng hóa, dịch vụ... từ điểm xuất phát đầu tiên đến nơi tiêu thụ cuối cùng sao cho hiệu quả và phù hợp với yêu cầu của khách hàng.

Cũng cần nhấn mạnh rằng: Trước đây, các nước trên thế giới vẫn thường sử dụng thuật ngữ “Logistics” để chỉ hệ thống dịch vụ hậu cần như đã định nghĩa ở trên nên nó vẫn còn là khá xa lạ, mới mẻ đối với phần lớn người Việt Nam. Do chưa tìm được thuật ngữ thống nhất, phù hợp nên nhiều người đã dịch sang tiếng Việt một cách khác nhau như: Dịch vụ tiếp vận, dịch vụ hỗ trợ vận tải, hoặc tổ chức dịch vụ cung ứng, quản lý kho bãi...

Tại kỳ họp thứ 7 - Khoá XI - Quốc hội nước Cộng hoà XHCN Việt Nam ngày 14/6/2005 đã thông qua Luật Thương mại (sửa đổi năm 2005) trong đó có quy định cụ thể khái niệm về dịch vụ Logistics. Tại điều 233 - Mục 4 - Chương VI của Luật Thương mại ngày 14/6/2005, quy định “ *Dịch vụ Logistics là hoạt động thương mại, theo đó thương nhân tổ chức thực hiện một hoặc nhiều công việc bao gồm: Nhận hàng, vận chuyển, lưu kho, lưu bãi, làm thủ tục Hải quan, các thủ tục giấy tờ khác, tư vấn khách hàng, đóng gói, bao bì, ghi ký mã hiệu, giao hàng hoặc các dịch vụ khác có liên quan đến hàng hoá theo thoả thuận với khách hàng để hưởng thù lao. Dịch vụ Logistics được phiên âm tiếng Việt là Lô - g i- stíc*”.

Đây là cơ sở pháp lý hết sức quan trọng để điều chỉnh hoạt động kinh doanh các dịch vụ Lô - gi - stíc của các doanh nghiệp trên phạm vi toàn quốc và cũng là cơ sở quan trọng phục vụ cho việc nghiên cứu và hoạch định chính sách đối với từng dịch vụ trong hệ thống dịch vụ Lô - gi- stíc.

## **2 - Phân loại dịch vụ hậu cần**

### ***a - Phân loại dịch vụ hậu cần***

Căn cứ vào các tiêu chí khác nhau, người ta có thể phân loại dịch vụ hậu cần một cách khác nhau.

- Nếu căn cứ vào phạm vi không gian, người ta có thể phân loại dịch vụ hậu cần thành: Dịch vụ hậu cần toàn cầu (Global Logistics) và dịch vụ hậu cần quốc gia.

- Nếu căn cứ vào phạm vi hoạt động trong nền kinh tế, có thể phân loại dịch vụ hậu cần thành: Dịch vụ hậu cần tổng thể và dịch vụ hậu cần hẹp (có tính chất chuyên ngành).

- Nếu căn cứ vào chủ thể tham gia, người ta có thể phân dịch vụ hậu cần thành:

#### **+ Dịch vụ hậu cần bên thứ nhất**

Người chủ sở hữu hàng hóa tự tổ chức và thực hiện các dịch vụ hậu cần thương mại để đáp ứng yêu cầu của mình.

Hình thức dịch vụ hậu cần này được áp dụng phổ biến ở Việt Nam thời kỳ trước những năm 1990, khi đó các nhà sản xuất tự vận chuyển hàng hoá, tự tổ chức giao nhận... để thực hiện việc tiêu thụ sản phẩm, hàng hoá của mình.

#### **+ Dịch vụ hậu cần bên thứ hai**

Người cung cấp dịch vụ hậu cần là người cung cấp dịch vụ cho một hoạt động đơn lẻ (vận chuyển, giao nhận, kho bãi, dự trữ...) trong hệ thống dịch vụ hậu cần. Hình thức dịch vụ hậu cần này được áp dụng phổ biến ở Việt Nam hiện nay, khi các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần nước ta chưa đủ mạnh để tổ chức đồng bộ các dịch vụ trong hệ thống các dịch vụ hậu cần.

#### **+ Dịch vụ hậu cần bên thứ ba**

Người cung cấp dịch vụ hậu cần bên thứ ba là người thay mặt cho chủ hàng quản lý và thực hiện các dịch vụ hậu cần. Do vậy, dịch vụ hậu cần bên thứ ba tích hợp các dịch vụ khác nhau, kết hợp chặt chẽ việc lưu chuyển hàng hoá và xử lý thông tin trong dây chuyền cung ứng.

Hình thức dịch vụ hậu cần bên thứ ba được áp dụng phổ biến ở các nước có kinh tế phát triển.

#### **+ Dịch vụ hậu cần bên thứ tư**

Người cung cấp dịch vụ hậu cần bên thứ tư là người tích hợp, chịu trách nhiệm quản lý, thực hiện quản trị cả quá trình lưu chuyển của dòng hàng hóa

như: Nhận hàng từ nơi sản xuất, làm thủ tục xuất nhập khẩu, đưa hàng đến nơi tiêu thụ cuối cùng.

Hình thức dịch vụ hậu cần bên thứ tư được áp dụng phổ biến ở các nước có các Công ty, tập đoàn kinh doanh Logistics đủ mạnh, có phạm vi hoạt động và hệ thống văn phòng đại diện hay các công ty con ở nhiều nước trên thế giới.

Như vậy, căn cứ vào các tiêu chí khác nhau người ta có thể phân chia dịch vụ hậu cần thành nhiều loại khác nhau, có phạm vi điều chỉnh rộng hẹp khác nhau, trong phạm vi một quốc gia, khu vực hoặc toàn cầu.

### ***b - Một số lĩnh vực dịch vụ hậu cần phục vụ quá trình phát triển thương mại nội địa và xuất nhập khẩu***

Trong lĩnh vực thương mại, dịch vụ hậu cần là các dịch vụ phục vụ quá trình lưu chuyển và dự trữ hàng hóa từ điểm xuất phát đầu tiên đến nơi tiêu thụ cuối cùng sao cho hiệu quả và phù hợp với yêu cầu của khách hàng.

Theo quan niệm của Ủy ban Quản trị Logistics quốc tế, các dịch vụ hậu cần phục vụ quá trình phát triển thương mại nội địa và xuất nhập khẩu bao gồm mọi dịch vụ liên quan đến vận chuyển hàng hóa (bằng đường biển, đường bộ, đường hàng không, đường thủy nội địa...), lưu kho, lưu bãi, sắp xếp hàng hóa sẵn sàng cho quá trình vận chuyển, bao bì đóng gói, ghi kí hiệu, nhãn hiệu và phân phối đi các nơi khác theo yêu cầu của người ủy thác.

Các dịch vụ này phản ánh sự di chuyển hàng hóa của một tổ chức (người sản xuất, kinh doanh hay bất kì một người nào khác có hàng hóa). Nó bao gồm sự vận chuyển hàng hóa bằng các loại phương tiện khác nhau, từ địa điểm này sang địa điểm khác, từ nước nọ sang nước kia nhằm đảm bảo lưu chuyển hàng hóa một cách liên tục từ kho của người sản xuất đến nơi tiêu thụ cuối cùng.

Như vậy dịch vụ hậu cần phục vụ quá trình phát triển thương mại có vai trò hết sức quan trọng mà nếu thiếu nó thì toàn bộ quá trình lưu chuyển hàng hóa, dịch vụ sẽ không thể thực hiện một cách nhịp nhàng và liên tục được.

Nói cách khác, dịch vụ hậu cần phục vụ quá trình phát triển thương mại thực chất là việc tổ chức và quản lý quá trình vận chuyển hàng hóa qua nhiều công đoạn, chặng đường, phương tiện và địa điểm khác nhau. Các hoạt động này phải tuân thủ sự thống nhất và liên tục của dây chuyền: Vận chuyển - lưu kho - phân phối và phải đáp ứng yêu cầu của tính kịp thời.

Quá trình phát triển thương mại (cả thương mại trong nước và xuất nhập khẩu) sẽ không thể thực hiện được nếu không có sự hỗ trợ của các dịch vụ hậu cần. Dịch vụ vận chuyển đóng vai trò quan trọng để đưa hàng hóa từ nơi cung

cấp đến nơi tiêu thụ; dịch vụ giao nhận giúp cho việc thu gom hàng hóa để đưa lên phương tiện vận tải và nhận hàng hóa từ các phương tiện vận tải đưa đến nơi tiêu thụ cuối cùng; dịch vụ dự trữ hàng hóa giúp cho việc lưu thông một loại hàng hóa nào đó được bình thường...

Thừa nhận vai trò của dịch vụ hậu cần trong phát triển thương mại nội địa và xuất nhập khẩu nên các nước trên thế giới rất chú trọng phát triển các dịch vụ này.

Các dịch vụ chính trong dịch vụ hậu cần thương mại là:

### **Dịch vụ vận chuyển:**

Dịch vụ vận chuyển là hoạt động kinh tế có mục đích của con người nhằm hoán chuyển vị trí của hàng hóa và bản thân con người từ nơi này đến nơi khác bằng các phương tiện vận tải.

Nếu xét trong phạm vi **toàn bộ nền kinh tế**, dịch vụ vận chuyển là ngành dịch vụ quan trọng với các đặc điểm chủ yếu sau:

- *Thứ nhất:* Dịch vụ vận chuyển là quá trình tác động về mặt không gian lên đối tượng chuyên chở chứ không phải là quá trình tác động về mặt kinh tế lên đối tượng đó.

- *Thứ hai:* Sản phẩm của dịch vụ vận chuyển là vô hình: Sản phẩm của dịch vụ vận chuyển không có hình dạng, kích thước cụ thể, không tồn tại độc lập ngoài quá trình sản xuất mà nó được hình thành và tiêu thụ ngay trong quá trình sản xuất. Khi kết thúc dịch vụ vận chuyển thì sản phẩm của nó cũng được tiêu thụ ngay (cho nên người ta có thể quy nó vào khái niệm để tính toán như: Tấn, tấn/km, m<sup>3</sup>/km...).

- *Thứ ba:* Dịch vụ vận chuyển có vai trò đặc biệt quan trọng trong hoạt động của các dịch vụ hậu cần. Vai trò này sẽ ngày càng tăng thêm, bởi chi phí cho vận chuyển chiếm tỷ trọng ngày càng lớn trong tổng chi phí dịch vụ hậu cần. Do đó, hiệu quả hoạt động của dịch vụ vận chuyển sẽ có ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả của hoạt động kinh doanh và khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp trên thương trường. Theo kết quả nghiên cứu của các nhà kinh tế Mỹ, cho đến những năm 80 của thế kỷ 20, hàng năm, nền công nghiệp Mỹ chi khoảng 700 tỷ USD cho việc vận chuyển vật tư, nguyên, vật liệu phục vụ phát triển sản xuất.

Vì dịch vụ vận chuyển có tầm quan trọng như vậy nên các nhà quản trị không chỉ quan tâm đến chi phí vận chuyển của tổ chức mình mà còn chú ý đến chi phí vận chuyển của đối thủ cạnh tranh, bởi chi phí này có ảnh hưởng lớn đến khả năng cạnh tranh của cả hai tổ chức. Chẳng hạn: Hai nước Thái Lan

và Việt Nam cùng xuất khẩu gạo. Đối với một số loại gạo thì chất lượng và giá thành gạo của hai nước gần như tương đương, nhưng do Thái Lan có điều kiện vận chuyển thuận lợi hơn Việt Nam (do vị trí địa lý, về đội tàu, về cảng biển...) dẫn đến chi phí vận chuyển gạo xuất khẩu của Thái Lan thấp hơn chi phí vận chuyển gạo xuất khẩu của Việt Nam.

Hiện nay, vận chuyển là dịch vụ không thể thiếu của mọi loại hình doanh nghiệp. Để đảm bảo cho hoạt động sản xuất, kinh doanh được diễn ra một cách bình thường, người ta luôn phải vận chuyển nguyên, vật liệu đến và vận chuyển thành phẩm đi. Trong các ngành khác nhau, tỷ trọng của chi phí cho dịch vụ vận chuyển trong tổng chi phí của doanh nghiệp có thể rất khác nhau.

Ví dụ: Ở một số Công ty Mỹ, trong các ngành luyện kim, chế biến gỗ, xi măng, hóa chất... chi phí vận chuyển có thể chiếm từ 20 - 40% giá thành sản phẩm, còn trong các công ty điện lực và dược phẩm thì chi phí vận chuyển chỉ chiếm 1%. Nhưng cho dù ở mức cao hay thấp thì chi phí vận chuyển cũng là khoản chi không thể thiếu trong tổng chi phí sản xuất, kinh doanh của các doanh nghiệp. Và ngay cả khi không xét đến vấn đề chi phí, thì vận chuyển vẫn có vai trò rất quan trọng đối với hoạt động của doanh nghiệp. Nếu không có dịch vụ vận chuyển, việc cung cấp vật tư sẽ không thực hiện được tại đúng nơi, vào đúng lúc thì sản xuất sẽ gián đoạn, không thể tiến hành liên tục, nhịp nhàng, dẫn đến các hậu quả nghiêm trọng. Chính vì vậy, các nhà quản trị doanh nghiệp luôn quan tâm đến việc cân nhắc, lựa chọn xem nên sử dụng phương thức vận chuyển nào, người thực hiện dịch vụ vận chuyển là ai và lộ trình vận chuyển như thế nào... để có được quyết định phù hợp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động của mình.

Trong *hoạt động thương mại nội địa và xuất nhập khẩu*, dịch vụ vận chuyển là dịch vụ mà người ta sử dụng các phương tiện vận tải khác nhau để đưa hàng hóa đến nơi tiêu thụ cuối cùng. Hàng hóa chỉ có thể di chuyển từ nơi sản xuất đến nơi tiêu thụ nhờ dịch vụ vận chuyển. Vì thế, dịch vụ vận chuyển đóng vai trò rất quan trọng trong dịch vụ hậu cần thương mại.

Cùng với hoạt động của các loại dịch vụ hậu cần thương mại khác, dịch vụ vận chuyển cũng góp phần làm gia tăng giá trị cho sản phẩm. Trước hết, dịch vụ vận chuyển đáp ứng yêu cầu của khách hàng về mặt vị trí. Rõ ràng, sản phẩm, hàng hoá chỉ có giá trị khi nó đến được tay người tiêu dùng và nếu vận chuyển hàng hóa đến được đúng nơi người tiêu dùng yêu cầu tức là giá trị hàng hóa đã được tăng thêm. Kế nữa, dịch vụ vận chuyển có khả năng đáp ứng yêu cầu của khách hàng về mặt thời gian. Chính việc lựa chọn phương thức vận tải và cách tổ chức vận chuyển sẽ quyết định hàng hóa có đến nơi kịp thời hay

không? Giá trị gia tăng ở đây chính là việc khách hàng được hưởng dịch vụ hoặc sản phẩm đúng nơi và đúng lúc.

Để chuyên chở hàng hóa, người bán, người mua hoặc người cung cấp dịch vụ có thể lựa chọn một trong các phương thức vận tải như: Đường thủy (đường biển, đường sông), đường bộ, đường sắt, đường hàng không hoặc kết hợp hai hay nhiều phương thức lại với nhau - được gọi là vận tải đa phương thức. Mỗi phương thức vận tải đều có những ưu, nhược điểm riêng. Muốn kinh doanh dịch vụ hậu cần thương mại, các doanh nghiệp cần phải hiểu được những đặc điểm riêng đó của mỗi phương thức vận tải.

#### *Vận tải đường thủy*

Phương thức vận tải này bao gồm: Vận tải thủy nội địa (vận chuyển hàng hoá trên các sông, hồ, kênh đào, vận chuyển dọc bờ) và vận tải biển.

Vận tải đường thủy có lợi thế là cước phí vận chuyển rẻ do hàng hoá được vận chuyển với số lượng lớn, với các đội tàu chuyên dụng, cơ sở hạ tầng một phần do thiên nhiên kiến tạo sẵn...

Vận tải đường thủy đặc biệt quan trọng đối với các nước ở khu vực Bắc và Trung Âu vì khu vực này được thiên nhiên ưu đãi với một mạng lưới sông ngòi chằng chịt, kết hợp với một hệ thống hải cảng hoàn hảo do con người tạo dựng nên, tàu bè có thể dễ dàng tiếp cận với các trung tâm dân cư lớn. Điển hình là cảng Rotterdam (Hà Lan) - cảng số 1 trên thế giới - hàng năm có khả năng tiếp nhận khoảng 30.000 tàu biển với lượng hàng hóa khoảng 320 - 350 triệu tấn.

#### *Vận tải đường bộ*

Vận tải đường bộ là phương thức vận tải nội địa phổ biến ở mọi quốc gia. Nó có khả năng cung cấp dịch vụ vận tải một cách nhanh chóng và độ tin cậy khá cao. Phương thức này đặc biệt được ưa chuộng khi vận chuyển những hàng hóa như: Đồ chơi trẻ em, đồng hồ, bánh kẹo, các loại nông sản, các sản phẩm được chế biến từ sữa...

Ưu điểm nổi bật của phương thức này là có tính linh hoạt cao, có thể cung cấp các dịch vụ “từ cửa đến cửa” khá hiệu quả, nhất là ở nước Mỹ và các nước có hệ thống đường sá, cầu cống và phương tiện vận tải đường bộ hiện đại.

Hiện tại, vận tải đường bộ đang thực sự là một bộ phận quan trọng trong mạng lưới dịch vụ hậu cần của nhiều công ty vì nó có khả năng đáp ứng được yêu cầu của khách hàng với giá tương đối rẻ.

### *Vận tải đường sắt*

Vận tải đường sắt kém linh hoạt hơn vận tải đường bộ. Tàu hỏa không thể cung cấp dịch vụ đến một địa điểm bất kỳ (Point - To - Point) theo yêu cầu của khách hàng, vì không phải ở đâu người ta cũng có thể lắp đặt đường ray và xây dựng nhà ga - cơ sở vật chất kỹ thuật cần có của đường sắt.

Khác với phương thức vận chuyển bằng đường bộ, vận chuyển bằng đường sắt chỉ có thể đưa hàng hóa từ ga này đến ga kia (Terminal - To - Terminal). Mặt khác, tàu hỏa thường đi, đến theo lịch trình cố định, tần suất khai thác các chuyến không cao và chắc chắn là không thể linh hoạt, dễ dàng, nhanh chóng, mọi lúc, mọi nơi như đường bộ. Chính vì có nhiều nhược điểm như trên, nên mặc dù có giá cước tương đối thấp nhưng dịch vụ vận chuyển bằng đường sắt vẫn ít được áp dụng trong dịch vụ hậu cần như một phương thức vận tải độc lập, mà thường áp dụng trong vận tải đa phương thức.

### *Vận tải hàng không*

Hoàn toàn trái ngược với vận tải đường thủy, vận tải hàng không chỉ phù với những loại hàng có khối lượng nhỏ nhưng giá trị cao, nhất là những mặt hàng cần vận chuyển trong thời gian ngắn như: Hàng hiếm quý, rau quả, thực phẩm tươi sống, các mặt hàng thời trang, những loại hàng hóa đặc biệt...

Thông thường, khách hàng chỉ lựa chọn phương thức vận chuyển này khi không còn cách nào khác vì: Cước phí vận tải quá cao, thủ tục gửi hàng khá phức tạp, đòi hỏi nhiều loại giấy tờ, chứng nhận và phương thức này cũng không thể cung cấp dịch vụ từ cửa tới cửa mà chỉ dừng ở mức từ cảng đến cảng (Terminal - To - Terminal) mà thôi.

Tuy có những yếu điểm trên, nhưng trong trường hợp cần thiết, dịch vụ vận tải hàng không vẫn được sử dụng do nó có hai ưu điểm lớn, đó là: Tốc độ vận chuyển rất nhanh và độ an toàn đối với hàng hóa cao.

### *Vận tải đường ống*

Đây là phương thức vận tải chuyên dụng, chỉ để vận chuyển những hàng hóa đặc biệt như: Khí đốt, dầu thô, nước sạch, hóa chất hoặc than bùn mà thôi. Vận tải bằng đường ống có khả năng vận chuyển cho khách hàng khối lượng hàng hóa lớn với chi phí có thể chấp nhận. Sử dụng phương thức vận chuyển này, sản phẩm, hàng hóa luôn được giao đúng hạn (vì luồng sản phẩm, hàng hóa đi qua ống được điều khiển và kiểm soát bằng máy tính), ít khi xảy ra thất thoát hoặc hư hỏng, không bị ảnh hưởng bởi thời tiết khi hàng đang vận chuyển trong ống...

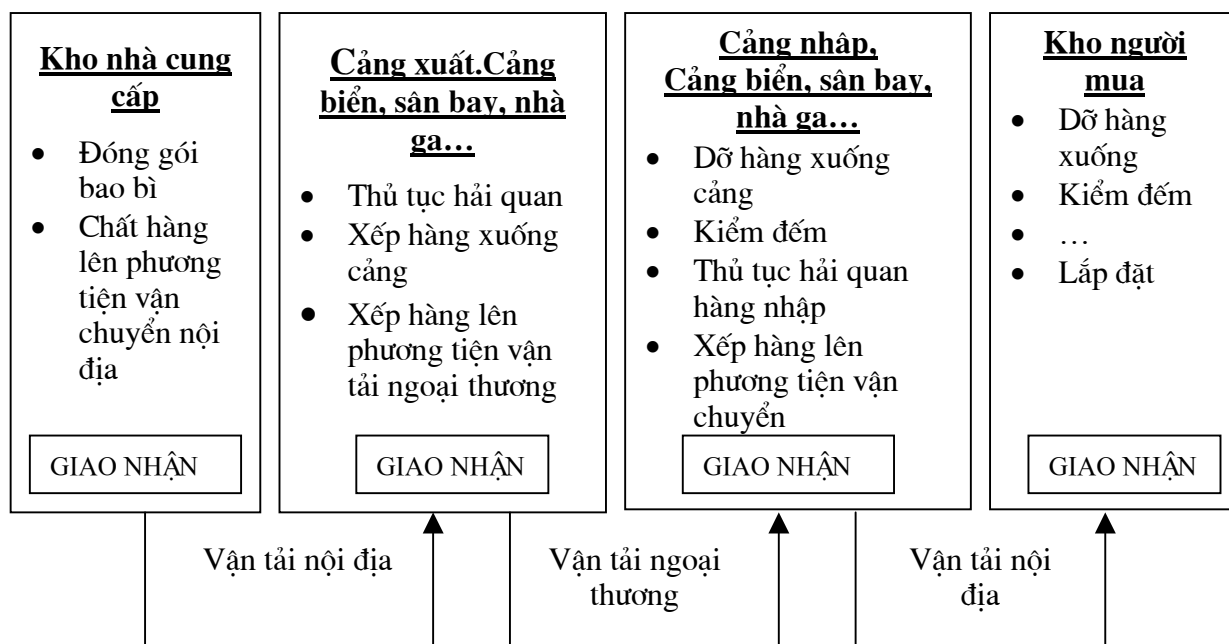


## Dịch vụ giao nhận

Doanh nghiệp kinh doanh *dịch vụ giao nhận* thực chất là kinh doanh dịch vụ chuyển hàng từ người chủ hàng (người sản xuất hoặc nhà buôn) đến tay người nhận hàng (có thể là nhà phân phối bán lẻ hay nhà sản xuất khác). Dịch vụ giao nhận bao gồm các dịch vụ: Thu gom, chia tách, kiểm đếm, giao hoặc/và nhận hàng hóa...

Dịch vụ giao nhận hiện được các doanh nghiệp tiến hành cả ở phạm vi trong nước và phạm vi quốc tế với nhiều hình thức giao nhận mới như: Giao hàng tận nhà (door to door), giao nhận bằng container...

### Sơ đồ các khâu của quá trình giao nhận, vận chuyển trong dịch vụ hậu cần toàn cầu



Phát triển dịch vụ giao nhận sẽ giúp cho cả người bán và người mua hàng tiết kiệm thời gian, chi phí do sự chuyên nghiệp hóa của các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ giao nhận. Với các thiết bị giao nhận, kiểm đếm chính xác, khoa học và nhanh chóng, các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ giao nhận sẽ giúp cho chủ tàu giảm chi phí do phải neo đậu thời gian dài ở cảng, còn chủ hàng thì yên tâm về số lượng, chất lượng hàng hoá của mình.

## **Dịch vụ kho bãi**

*Kho bãi* là nơi cất giữ nguyên nhiên vật liệu, bán thành phẩm, thành phẩm, hàng hoá...trong suốt quá trình lưu chuyển của chúng từ điểm đầu đến điểm cuối của dây chuyền cung ứng, đồng thời cung cấp các thông tin về tình trạng, điều kiện lưu giữ và vị trí của các hàng hóa được lưu kho.

Trong thực tế, cần phân biệt rõ giữa nhà kho và trung tâm phân phối. Thực chất nhà kho và hệ thống phân phối là hai khái niệm không hoàn toàn trùng khít với nhau. Nếu như nhà kho là nơi chứa tất cả các loại sản phẩm thì trung tâm phân phối lại chỉ duy trì mức dự trữ tối thiểu và chỉ tập trung cho những mặt hàng có nhu cầu lớn. Hầu hết hàng hoá khi qua các kho đều lần lượt những qua 4 khâu: Nhập kho, lưu trữ, chọn lọc, phân loại và xuất kho - giao hàng. Còn hàng đi qua các trung tâm phân phối thường qua 2 khâu: Nhập hàng vào trung tâm và xuất hàng - lưu chuyển.

Nếu nhà kho chú trọng nhiều vào dịch vụ bảo quản, dự trữ..., chưa đặt việc thực hiện các dịch vụ giá trị gia tăng lên hàng đầu thì trung tâm phân phối là nơi tổ chức tốt các dịch vụ giá trị gia tăng như: Phân loại, bao gói, dán nhãn, ghi ký mã hiệu, kể cả việc lắp ráp đồng bộ, hoàn thiện sản phẩm theo yêu cầu của khách hàng. Về thông tin, nhà kho thu thập và cung cấp dữ liệu theo từng đợt (đầu kỳ, cuối kỳ), còn các trung tâm phân phối thu thập, cập nhật số liệu theo từng thời điểm...

Từ lâu, kho bãi đã trở thành một bộ phận không thể thiếu trong hệ thống dịch vụ hậu cần. Để phục vụ cho việc lưu chuyển hàng hóa, hiện trên thế giới có khoảng trên 850.000 hệ thống kho, từ những kho rất hiện đại, chuyên môn hóa cao của các công ty logistics, các công ty giao nhận - kho vận, các cảng biển, sân bay, đến các kho riêng của các tập đoàn, công ty, xí nghiệp...

Là nơi cất giữ, bảo quản, trung chuyển hàng hóa, kho bãi giúp các tổ chức, doanh nghiệp trong việc:

- Bảo quản tốt nguyên vật liệu, bán thành phẩm, thành phẩm, hàng hoá...nhằm giảm bớt hao hụt, mất mát, hư hỏng;

- Duy trì nguồn cung ứng ổn định, cung cấp nguyên vật liệu đúng lúc, tạo điều kiện cho sản xuất tiến hành liên tục, nhịp nhàng, giúp gom nhiều lô hàng nhỏ thành một lô hàng lớn để vận chuyển một lần nhờ đó giảm được chi phí trong sản xuất và trong vận chuyển;

- Hỗ trợ cho doanh nghiệp trong việc thực hiện các dịch vụ khách hàng để họ có thể đương đầu với những thay đổi của thị trường (do tính thời vụ, do nhu cầu thay đổi đột xuất, do cạnh tranh...), vượt qua những khác biệt về

không gian và thời gian giữa người sản xuất và người tiêu dùng và thỏa mãn được nhu cầu của khách hàng với chi phí thấp nhất;

- Kho giúp cung cấp cho khách hàng những sản phẩm đồng bộ chứ không phải chỉ là những sản phẩm đơn lẻ nhằm phục vụ tốt những nhu cầu của khách hàng và hỗ trợ cho các chương trình JIT (Just - In - Time) của các nhà cung cấp và của khách hàng;

Ngoài ra, kho còn là nơi tập hợp, lưu trữ các phế liệu, phế phẩm, các bộ phận, sản phẩm thừa... trên cơ sở đó tiến hành phân loại, xử lý, tái chế. Vì vậy, kho đóng vai trò quan trọng giúp cho “dịch vụ hậu cần ngược” thực hiện thành công.

Dịch vụ kho bãi bao gồm dịch vụ lưu kho, dịch vụ xếp đặt và bảo quản hàng hóa... Các dịch vụ này sẽ giúp cho việc lưu giữ hàng hóa được thực hiện một cách an toàn và tiện lợi, sẵn sàng cho quá trình vận chuyển và phân phối.

### **Dịch vụ dự trữ hàng hóa**

Dự trữ hàng hóa là dịch vụ quan trọng để đảm bảo hàng hóa luôn sẵn sàng phục vụ yêu cầu của người tiêu dùng một cách hợp lý.

Có 3 hình thức dự trữ là: (1) Dự trữ các yếu tố đầu vào để sản xuất sản phẩm (Bao gồm cả nguyên vật liệu và bán thành phẩm). Đây là hoạt động dự trữ để khi thị trường có nhu cầu là có thể sản xuất sản phẩm ngay, (2) Dự trữ sản phẩm và (3) Dự trữ nguồn tài chính cần thiết để có sản phẩm.

Hoạt động dự trữ cần được tiến hành ở cả 3 cấp độ: Dự trữ cấp Nhà nước, dự trữ của doanh nghiệp và dự trữ của người tiêu dùng.

Nguyên nhân của việc hình thành các loại dự trữ là do phân công lao động xã hội và chuyên môn hóa sản xuất. Do quá trình chuyên môn hóa, sản phẩm được sản xuất ở một nơi nhưng có thể sử dụng hoặc bán ở nơi khác, thời gian và tiến độ sản xuất không khớp với thời gian và tiến độ tiêu thụ loại sản phẩm ấy. Dịch vụ dự trữ một mặt có tác dụng điều tiết quan hệ cung - cầu về một loại hàng hóa nào đó, tránh hiện tượng dư cung (cung > cầu) gây ứ đọng hàng hóa và lưu chuyển vốn chậm hoặc dư cầu (cầu > cung) gây khan hiếm hàng hóa.

Mặt khác, dự trữ hợp lý sẽ đảm bảo cho hoạt động của doanh nghiệp từ khâu sản xuất đến khâu lưu thông, đưa sản phẩm đến tay người tiêu thụ cuối cùng được liên tục và hiệu quả cao. Ngoài ra, dịch vụ dự trữ còn có tác dụng quan trọng trong việc đề phòng rủi ro (thiên tai, dịch họa...) và là phương tiện tốt nhất để giải quyết các nhu cầu đột xuất của khách hàng...

Nhận thức được vai trò, vị trí của dịch vụ dự trữ trong kinh tế thị trường, trong một số trường hợp, giá trị nguyên, vật liệu hoặc hàng hóa dự trữ chiếm đến 20% - 30% giá trị tài sản của nhà sản xuất. Tuy nhiên, nếu quản lý dự trữ tốt, doanh nghiệp có thể đẩy nhanh vòng quay vốn, có điều kiện phục vụ yêu cầu của khách hàng tốt hơn và hiệu quả sản xuất - kinh doanh cao sẽ cao hơn. Ngược lại, nếu công tác quản lý dự trữ kém sẽ làm cho lượng tồn kho lớn, vốn quay vòng chậm và bị ứ đọng, lợi nhuận suy giảm, hiệu quả sản xuất - kinh doanh kém.

Tuy nhiên, do chi phí dự trữ có tác động trực tiếp đến nhiều khâu trong quá trình sản xuất - kinh doanh nên doanh nghiệp cần cân đối giữa chi phí dự trữ và các khoản chi phí khác, thực hiện tốt công tác dự báo để xác định mức dự trữ thích hợp, xây dựng mô hình dự trữ hợp lý, làm tốt công tác quản trị dự trữ và biến nó thành công cụ đắc lực giúp cho hoạt động của doanh nghiệp đạt hiệu quả cao.

### **Dịch vụ khách hàng**

Dịch vụ khách hàng là những hoạt động cụ thể của công ty nhằm giải quyết tốt các đơn đặt hàng của khách hàng. Những hoạt động đó có thể là: Lập bộ chứng từ, làm thủ tục hải quan, giải quyết các khiếu nại (nếu có)...

Theo quan điểm mới nhất, dịch vụ khách hàng là quá trình diễn ra giữa người Mua - người Bán và bên thứ ba - các nhà thầu phụ. Kết quả của quá trình này là tạo ra giá trị gia tăng cho sản phẩm hay dịch vụ được trao đổi.

Nói cách khác, dịch vụ khách hàng là quá trình cung cấp các tiện ích từ giá trị gia tăng cho đây chuyên cung ứng với chi phí hiệu quả nhất .

Có rất nhiều yếu tố liên quan đến dịch vụ khách hàng, song có thể chia các yếu tố đó thành ba nhóm chủ yếu sau:

+ Nhóm dịch vụ khách hàng trước giao dịch gồm:

- Xây dựng chính sách dịch vụ khách hàng
- Giới thiệu các dịch vụ cho khách hàng
- Tổ chức bộ máy thực hiện
- Phòng ngừa rủi ro
- Quản trị dịch vụ

+ Nhóm dịch vụ trong khi giao dịch gồm:

- Dự trữ hàng hóa
- Thông tin về hàng hóa
- Tính chính xác của hệ thống
- Tính ổn định của quá trình thực hiện đơn hàng
- Khả năng thực hiện các chuyển hàng đặc biệt

- Khả năng điều chuyển hàng hóa
  - Thủ tục thuận tiện
  - Sản phẩm thay thế
- + Nhóm dịch vụ sau khi giao dịch gồm:
- Lắp đặt, bảo hành, sửa chữa và các dịch vụ khác
  - Theo dõi sản phẩm
  - Giải quyết những than phiền, khiếu nại, trả lại sản phẩm... của khách hàng

Dịch vụ khách hàng có tầm quan trọng đặc biệt trong việc tạo ra lợi thế chiến lược cho các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần. Đứng trên góc độ quản trị dịch vụ hậu cần thương mại, dịch vụ khách hàng được coi là thước đo về mức độ hoạt động hiệu quả của hệ thống dịch vụ hậu cần trong việc tạo ra sự hữu dụng về mặt thời gian và địa điểm đối với sản phẩm hay dịch vụ. Nó bao gồm các hoạt động có liên quan đến việc giải quyết đơn hàng (phân loại, kiểm tra, gom hoặc tách các lô hàng, bao bì, đóng gói, dán nhãn...), vận chuyển (tổ chức vận chuyển theo hình thức giao hàng tận nơi theo yêu cầu của khách) và các dịch vụ hậu mãi. Theo tính toán của Trung tâm Thương mại thế giới thì quyết định mua hàng của khách hàng chỉ phụ thuộc vào bản thân họ là 46%, phần còn lại (54%) phụ thuộc vào mức độ đáp ứng các dịch vụ trước, trong và sau khi bán hàng.

Trong điều kiện toàn cầu hóa nền kinh tế thế giới, cùng với sự phát triển của khoa học kỹ thuật, của công nghệ thông tin, dịch vụ khách hàng ở cả ba giai đoạn: Trước khi bán hàng, trong khi bán hàng và sau khi bán hàng chính là các công cụ sắc bén, là “bí quyết” giúp doanh nghiệp có thể làm hài lòng khách hàng và có khả năng hấp dẫn khách hàng. Vì vậy, các doanh nghiệp phải xây dựng cho mình một chiến lược dịch vụ khách hàng khoa học và hợp lý, dựa trên yêu cầu của khách hàng, có tính đến các tiêu chuẩn cạnh tranh và coi đó là một bộ phận của chiến lược dịch vụ hậu cần.

Vì vậy, những biện pháp chủ yếu để xây dựng chiến lược dịch vụ khách hàng của doanh nghiệp là: Xác định phản ứng của khách hàng đối với việc hết hàng; Kết hợp tối ưu giữa chi phí và thu nhập; Kiểm soát dịch vụ khách hàng...

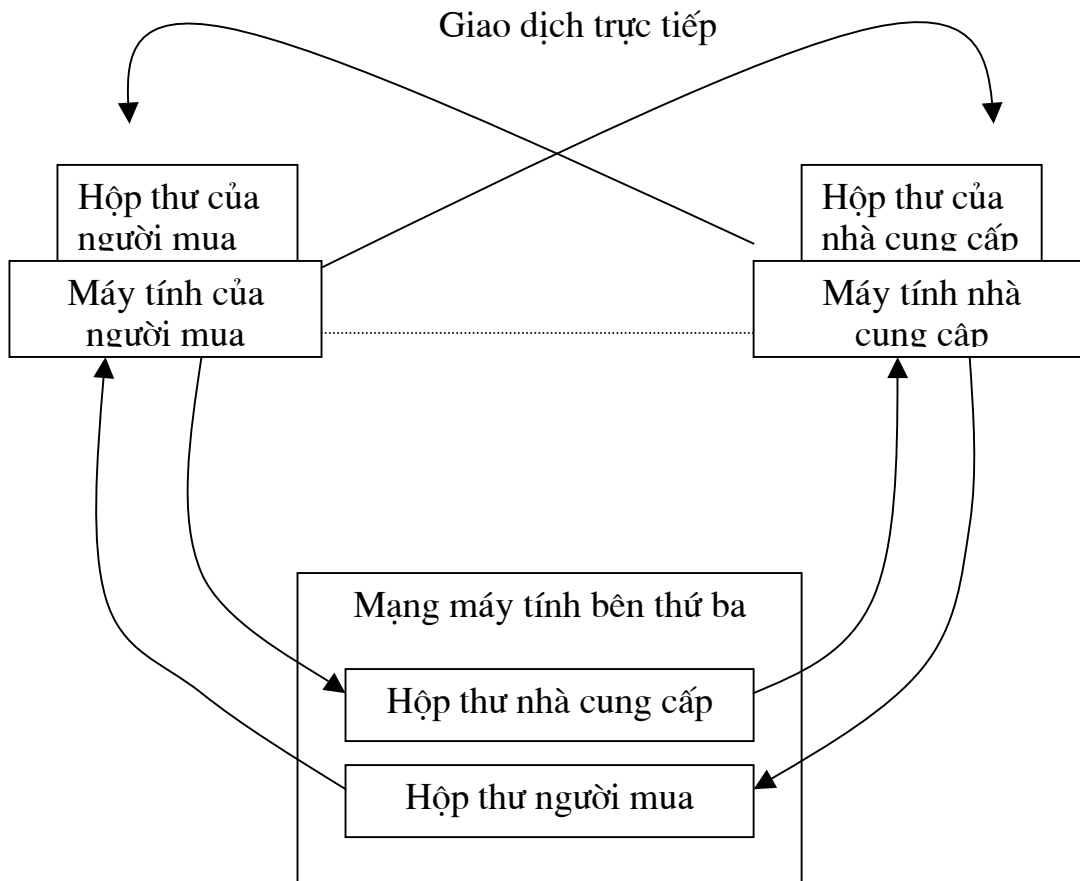
**Một điều cần nhấn mạnh rằng**, các dịch vụ hậu cần thương mại nêu trên sẽ không thể thực hiện một cách hiệu quả được nếu thiếu sự hỗ trợ của mạng lưới công nghệ thông tin và truyền thông hiện đại.

Theo Ủy ban quản trị dịch vụ hậu cần quốc tế - một trong những tổ chức chuyên môn hàng đầu trong lĩnh vực này - thì “Quản trị dịch vụ hậu cần là quá trình hoạch định, thực hiện và kiểm soát một cách hiệu quả hoạt động vận

chuyển, giao nhận, lưu trữ hàng hóa và những thông tin có liên quan từ điểm đầu đến điểm tiêu thụ cuối cùng với mục đích thỏa mãn nhu cầu khách hàng (Douglas M.Lambert, *Fundamental of Logistics*, Mc Graw-Hill, 1998, tr.3).

Nói cách khác, dịch vụ hậu cần chỉ có thể thực hiện được nhờ những tiến bộ trong công nghệ tin học (để tập hợp, xử lý thông tin và hợp lý hóa hệ thống). Việc sử dụng hệ thống Trao đổi thông tin điện tử (EDI - Electronic Data Interchange) 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, quyết định sự sống còn trong quản lý quá trình lưu chuyển hàng hóa và chứng từ.

### Dòng thông tin giao dịch điện tử



Ngược lại, những luồng thông tin lại cho phép giám sát được sự vận động thực của hàng hóa trong suốt quá trình lưu chuyển của nó.

Do đó, mạng lưới thông tin phải được thiết kế khoa học có khả năng kết hợp chặt chẽ giữa tính tập trung và phân tán. Theo cách này, một tổ chức hay một cá nhân sẽ đóng vai trò trung tâm, đứng ra phối hợp các công đoạn: Cung cấp nguyên vật liệu - sản xuất - phân phối dựa trên các dữ liệu về nhu cầu hàng

hóa, dịch vụ, quy cách phẩm chất, năng lực sản xuất, lịch trình chuyên chở và nguồn cung cấp hàng hóa, dịch vụ. Sự phối hợp trên phải được tổ chức khoa học, chặt chẽ, kịp thời và có khả năng thích ứng nhanh với những biến động của kinh tế thị trường.

### **3- Vị trí, vai trò của dịch vụ hậu cần trong phát triển kinh tế - xã hội**

#### **a/ Đối với nền kinh tế**

##### *+ Đóng góp vào GDP*

Kết quả của nhiều công trình nghiên cứu cho thấy, doanh thu dịch vụ nói chung hiện đang chiếm tỷ trọng lớn trong GDP của mỗi quốc gia.

Số liệu thống kê năm 2002 của Ngân hàng thế giới cho thấy: Tỷ trọng dịch vụ trong GDP của các nước OECD thường vào khoảng 60 - 70%, điển hình là Hoa Kỳ có tỷ trọng giá trị dịch vụ chiếm tới 80% GDP. Nhờ sự đóng góp to lớn này của lĩnh vực dịch vụ, nền kinh tế của các nước phát triển trở nên linh hoạt hơn và tạo ra nhiều giá trị gia tăng hơn, tạo cơ sở vững chắc cho phát triển và điều hành hoạt động kinh tế.

Theo số liệu của Liên hiệp quốc, tỷ trọng dịch vụ trong GDP tại các nước đang phát triển trung bình khoảng 40 - 50%. Năm 2000, Malaysia có tỷ trọng giá trị dịch vụ trong GDP là 43,60%, của Thái Lan chiếm khoảng 50%, Indônêxia chiếm khoảng 40%. Tỷ lệ giá trị dịch vụ trong GDP của các nước đang phát triển tuy có thấp hơn so với các nước phát triển nhưng lại là con số lớn nhất trong cơ cấu GDP của các nước này.

Trong lĩnh vực dịch vụ nói chung, dịch vụ hậu cần là nhóm dịch vụ có giá trị lớn hơn cả. Người ta đã thống kê rằng: Để sản xuất ra một sản phẩm có giá trị 100đ thì phải chi 10đ cho dịch vụ vận chuyển, 10đ cho dịch vụ quảng cáo, 30đ cho các dịch vụ liên quan đến sản xuất, 20đ cho nguyên vật liệu và còn lại là các chi phí khác...

Là một chuỗi các hoạt động liên tục, có liên hệ mật thiết với nhau, tác động qua lại lẫn nhau, dịch vụ hậu cần xuất hiện ở gần như toàn bộ quá trình sản xuất, lưu thông và phân phối hàng hóa. Cũng chính vì vậy, dịch vụ hậu cần có vai trò hết sức quan trọng trong việc hỗ trợ cho phát triển kinh tế nói chung và đối với hoạt động sản xuất hàng hóa nói riêng. Hàng loạt các hoạt động kinh tế liên quan diễn ra trong chuỗi các dịch vụ hậu cần, theo đó các nguồn tài nguyên được biến đổi thành sản phẩm và điều quan trọng là giá trị được tăng lên cho cả khách hàng lẫn người sản xuất, giúp thỏa mãn nhu cầu của mỗi người. Tài liệu của trường Đại học Quốc gia Michigan (Hoa Kỳ) cho thấy, giá trị các dịch vụ hậu cần đã chiếm từ 10 đến 15% GDP của hầu hết các nước lớn

ở Châu Âu, Bắc Mỹ và một số nền kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương (*theo Rushton Oxley & Croucher, 2000*). Vì vậy, nếu các dịch vụ hậu cần hoạt động có hiệu quả sẽ góp phần quan trọng nâng cao hiệu quả kinh tế và xã hội của toàn bộ nền kinh tế.

Riêng tại nước Mỹ, cho đến những năm 80 của thế kỷ 20, người ta đã tính toán được rằng: Hàng năm, nền công nghiệp Mỹ chi khoảng 700 tỷ USD cho việc vận chuyển vật tư, nguyên liệu phục vụ sản xuất và lĩnh vực dịch vụ đã chiếm trên 80% GDP của Hoa Kỳ với những ngành dịch vụ chủ yếu như: Dịch vụ vận chuyển, dịch vụ viễn thông...

Tại nước Pháp, dịch vụ cũng là ngành có đóng góp lớn nhất vào tổng GDP của nước này với mức trên 70% (năm 1999), 67,2% năm 2001 và đang có xu hướng gia tăng. Dịch vụ vận chuyển là ngành có đóng góp lớn cho nền kinh tế nước Pháp vì ngành này luôn đạt tốc độ tăng trưởng cao và tạo ra sản lượng rất lớn cho nền kinh tế.

Ở Nhật Bản, lĩnh vực dịch vụ đóng góp tới 66% GDP năm 2000 và đây là tỷ trọng cao hơn hẳn so với các lĩnh vực kinh tế khác. Ở Thái Lan, giá trị dịch vụ chiếm tới 50% tổng sản phẩm quốc nội nước này và có đóng góp rất lớn vào cán cân thương mại. Dịch vụ vận chuyển, dịch vụ tư vấn pháp lý, dịch vụ du lịch... là những ngành có vai trò quan trọng đối với nền kinh tế Thái Lan.

Đóng góp của lĩnh vực dịch vụ trong tổng GDP của Malaysia năm 2001 đã đạt mức 42%. Các lĩnh vực dịch vụ đã đóng góp nhiều cho sự phát triển của nền kinh tế nước này là: Dịch vụ vận tải hàng không, dịch vụ viễn thông...

*+Tạo thêm nhiều số lượng việc làm và tăng thu nhập cho người lao động*

Cùng với vai trò ngày càng trở nên quan trọng trong phát triển kinh tế nói chung và hoạt động thương mại nói riêng, dịch vụ hậu cần đang thu hút lực lượng lao động ngày càng lớn, đặc biệt ở các nước phát triển.

Do lĩnh vực dịch vụ giữ vị trí sống còn trong nền kinh tế Hoa Kỳ nên lực lượng lao động trong lĩnh vực này chiếm tới 80% tổng lực lượng lao động của nước Mỹ (với 95 triệu người năm 2000). Số người lao động trên được bố trí trong ngành dịch vụ phân phối nhiều nhất (chiếm gần 28% tổng lực lượng lao động) sau đó đến ngành tài chính (8%), vận tải (6%), viễn thông (6%)...

Tại Pháp, hiện có gần 60% lực lượng lao động Pháp làm trong lĩnh vực dịch vụ và số người thất nghiệp trong lĩnh vực dịch vụ luôn thấp nhất so với ngành sản xuất công nghiệp và sản xuất nông nghiệp.

Nhật Bản là nước có tốc độ tăng trưởng việc làm rất cao và số lao động trong lĩnh vực dịch vụ chiếm gần 70% tổng số lao động toàn quốc. Con số này



của Malaysia là 47%, chủ yếu lao động làm việc trong lĩnh vực dịch vụ vận chuyển và bảo hiểm.

Có thể nói, các dịch vụ vận chuyển, giao nhận, kho bãi ... đã tạo ra khối lượng việc làm lớn cho người lao động của các nước. Đây là đóng góp không nhỏ để giải quyết vấn đề về thu nhập và các vấn đề xã hội khác.

*+ Phát triển dịch vụ hậu cần giúp rút ngắn khoảng cách về không gian giữa người sản xuất và người tiêu thụ và tận dụng cơ hội phục vụ nhu cầu đa dạng và ngày càng tăng của khách hàng.*

Trong những năm trước đây, khi lượng hàng hóa đưa vào lưu thông nội địa và quốc tế chưa có khối lượng lớn, nhiều quốc gia, doanh nghiệp đã tự tiến hành các dịch vụ hậu cần phục vụ quá trình lưu chuyển của hàng hoá như: Vận chuyển, lưu kho, dự trữ hàng hóa...

Những năm gần đây, khi kinh tế thị trường phát triển mạnh, khối lượng và giá trị hàng hóa đưa ra trao đổi giữa các quốc gia, các nền kinh tế tăng lên nhanh chóng, các dịch vụ phục vụ quá trình lưu chuyển hàng hóa cũng ngày càng phát triển. Các công ty, doanh nghiệp, tập đoàn kinh tế... kinh doanh dịch vụ xuất hiện ngày càng nhiều và từ chỗ chỉ chuyên kinh doanh một loại dịch vụ (dịch vụ vận chuyển vận hay dịch vụ giao nhận, kho bãi...) nay đã phát triển thành các công ty, tập đoàn kinh tế lớn, kinh doanh tất cả các dịch vụ phục vụ quá trình lưu chuyển của hàng hóa từ nơi sản xuất đến nơi tiêu thụ cuối cùng.

Diễn hình cho mô hình kinh doanh dịch vụ này là các công ty Maersk (Đan Mạch), Sealand (Mỹ), Công ty thương mại Mitsui - Mitsui & Co. Ltd (Nhật Bản), Công ty Neptune Oriental Line (NOL) của Singapore...

Các công ty này có phạm vi hoạt động trên toàn cầu với các chi nhánh đặt ở nhiều nước trên thế giới, cung cấp các dịch vụ phục vụ việc lưu chuyển hàng hóa từ nơi sản xuất đến nơi tiêu thụ như: Dịch vụ vận chuyển, dịch vụ giao nhận, dịch vụ bao gói, dịch vụ lưu kho, dịch vụ dự trữ hàng hóa...

Nhờ có công nghệ thông tin phát triển, các công ty kinh doanh dịch vụ hậu cần có thể đáp ứng yêu cầu về hàng hóa cho người tiêu dùng ở khắp các châu lục với các dịch vụ hiện đại, thuận tiện và hiệu quả. Phương thức cung cấp hàng hóa “Door to Door” (giao hàng tận nhà) đang dần trở nên phổ biến. Người tiêu dùng ở châu lục này vẫn có thể lựa chọn và mua được hàng hóa ở châu lục khác một cách thuận tiện, nhanh chóng nhờ có dịch vụ hậu cần toàn cầu.

Như vậy, dịch vụ hậu cần với sự hỗ trợ của thương mại điện tử đã giúp rút ngắn khoảng cách về không gian và thời gian giữa người sản xuất và người

tiêu dùng và giúp cho việc thỏa mãn nhu cầu đa dạng và phong phú của khách hàng trong điều kiện hội nhập.

*+ Giá trị của dịch vụ hậu cần tham gia vào cơ cấu giá trị hàng hóa như là một bộ phận giá trị phụ thêm.*

Trong quá trình lưu chuyển hàng hóa từ người sản xuất đến người tiêu thụ cuối cùng, mỗi dịch vụ trong hệ thống dịch vụ hậu cần khi cung cấp đều được trả một lượng chi phí nhất định. Các chi phí giao nhận, vận chuyển, lưu kho, dự trữ...đều được tính vào giá trị của hàng hóa.

Trên thực tế, các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần đều mong muốn mức giá phải trả cho các dịch vụ hậu cần là thấp nhất. Chi phí cho các dịch vụ trong hệ thống dịch vụ hậu cần ở mức tiết kiệm nhất sẽ góp phần không nhỏ để hàng hóa khi giao đến tay người tiêu dùng có mức giá thấp nhất.

Các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần trên thế giới hiện đang cạnh tranh quyết liệt trên thị trường giao nhận, vận chuyển...và cách tốt nhất để có thể thắng thế trong cạnh tranh chính là đấu tranh giảm chi phí ở từng khâu trong dịch vụ hậu cần.

Tại nơi tiêu thụ cuối cùng, giá cả hàng hóa sẽ bằng tổng giá của nhà sản xuất cộng với chi phí cần thiết cho các dịch vụ hậu cần. Chi phí cần thiết cho dịch vụ hậu cần chính là tổng các chi phí như: Chi phí phục vụ khách hàng, chi phí vận chuyển, chi phí kho bãi, chi phí giải quyết đơn hàng, chi phí sản xuất, thu mua, chi phí dự trữ...

Như vậy, với bất kỳ hàng hóa nào, trong quá trình lưu chuyển của nó cũng sẽ có sự tham gia của các dịch vụ hậu cần và giá trị của dịch vụ hậu cần sẽ trở thành một bộ phận giá trị phụ thêm trong cơ cấu giá trị của hàng hoá.

Tiết kiệm chi phí trong từng phân ngành dịch vụ hậu cần là cách tốt nhất để các doanh nghiệp có thể đưa hàng hóa đến tay người tiêu dùng với giá cả thấp nhất và mang tính cạnh tranh cao.

*+ Dịch vụ hậu cần giúp duy trì số lượng và chất lượng hàng hóa, làm giảm tổng chi phí và tăng sức cạnh tranh của hàng hóa.*

Yêu cầu đối với các dịch vụ hậu cần là giúp người sản xuất đưa hàng hóa, sản phẩm của họ tới người tiêu dùng một cách nhanh chóng nhất. Vấn đề đặt ra ở đây là trong quá trình lưu chuyển, hàng hóa phải được giữ nguyên vẹn cả về số lượng và chất lượng. Yêu cầu này đòi hỏi người cung ứng dịch vụ hậu cần (người vận chuyển, người giao nhận ...) phải thực hiện công việc của mình theo đúng quy trình, đúng kỹ thuật, đúng lộ trình và kịp thời gian.

Muốn vậy, các nhà cung ứng dịch vụ hậu cần phải thiết lập được lộ trình của hàng hóa một cách hợp lý, bố trí các phương tiện và thiết bị vận tải, kho bãi một cách phù hợp, với kỹ thuật và chất lượng cao. Có như vậy, trong suốt quá trình lưu chuyển, hàng hóa không bị thiếu hụt về số lượng (do hư hỏng, mất mát), không bị giảm phẩm cấp hay sai lệch về các tiêu chuẩn kỹ thuật.

Việc duy trì tốt số lượng và chất lượng hàng hóa trong suốt quá trình lưu chuyển của nó cũng trở thành một trong những yếu tố để đánh giá uy tín và năng lực của các doanh nghiệp cung ứng dịch vụ hậu cần. Trong trào lưu “container hóa”, số lượng và chất lượng hàng hóa trong suốt quá trình lưu chuyển có vẻ như sẽ an toàn hơn, ít bị đổ vỡ, hư hỏng nhưng lại có nhược điểm là làm hạn chế các doanh nghiệp tham gia khi hàng hóa của họ cung cấp không đủ cho một container khi chuyên chở.

Nhìn chung, các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần hiện đang đặt vấn đề đảm bảo duy trì tốt số lượng và chất lượng hàng hóa đến tay người tiêu dùng cuối cùng thành nhiệm vụ hàng đầu với mục tiêu giảm tổng mức chi phí và tăng sức cạnh tranh của hàng hóa.

Trong điều kiện kinh tế thị trường và hội nhập, vấn đề giảm chi phí dịch vụ hậu cần đang là biện pháp hữu hiệu giúp các nhà cung ứng dịch vụ hậu cần nâng cao năng lực cạnh tranh của mình.

### ***b/ Đối với hoạt động thương mại nội địa và xuất nhập khẩu***

Đối với hoạt động thương mại nội địa và xuất nhập khẩu, trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế, dịch vụ hậu cần có vai trò rất to lớn. Nó giúp giải quyết cả đầu ra lẫn đầu vào của khả năng một cách hiệu quả.

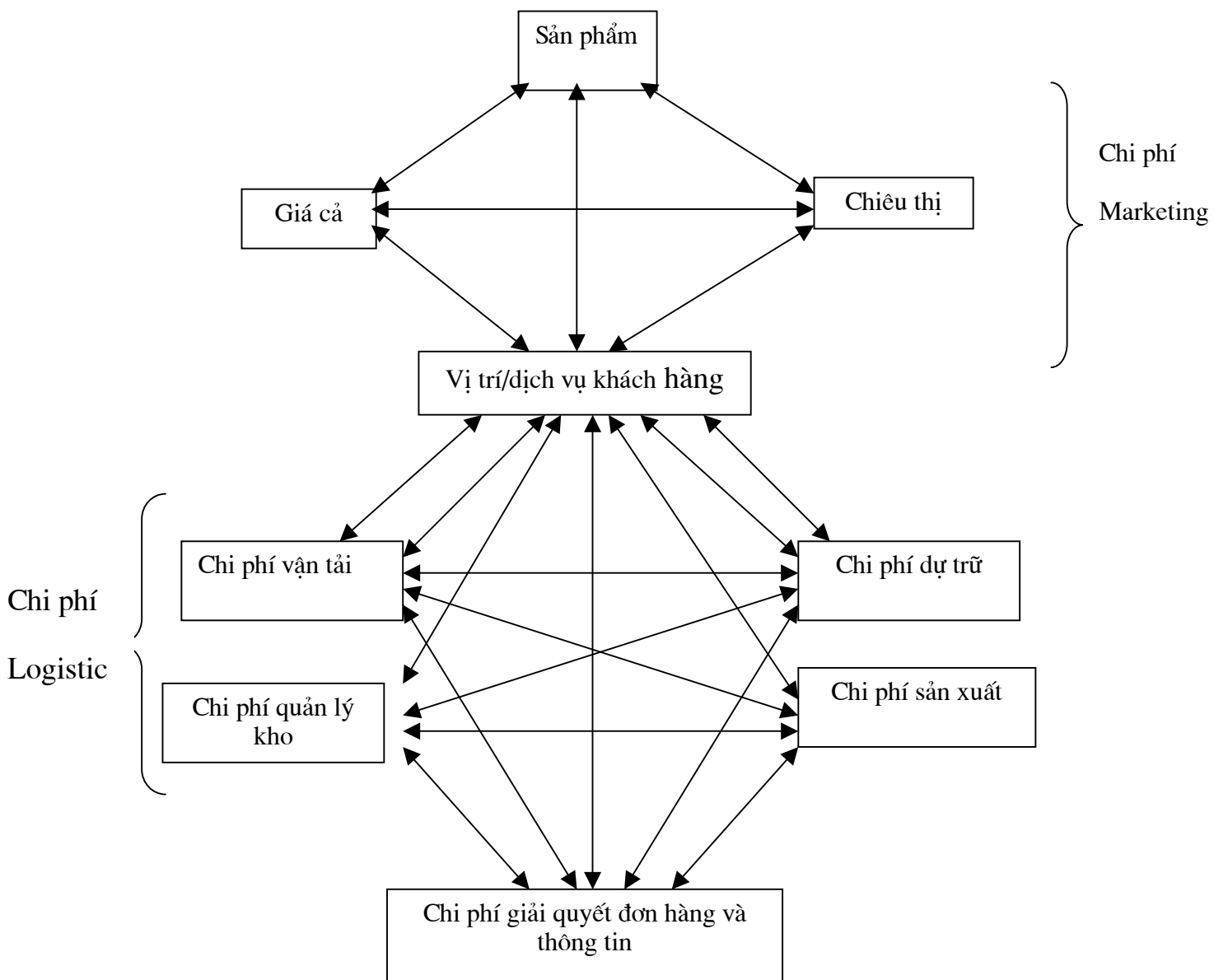
Nhờ có thể tối ưu hóa quá trình lưu chuyển hàng hóa, dịch vụ hậu cần giúp giảm chi phí, tăng khả năng cạnh tranh cho doanh nghiệp. Có nhiều doanh nghiệp thành công lớn nhờ có được chiến lược phát triển dịch vụ hậu cần đúng đắn. Ngược lại, có không ít doanh nghiệp gặp khó khăn, thậm chí thất bại, phá sản do có những quyết định sai lầm trong hoạt động này như: Lựa chọn sai vị trí, sai nguồn cung cấp hàng hoá, xác định mức dự trữ và nguồn dự trữ không phù hợp, tổ chức vận chuyển không hiệu quả...

Ngày nay, để tìm được vị trí tốt hơn, kinh doanh hiệu quả hơn, các tập đoàn đa quốc gia, các công ty đủ mạnh đã và đang nỗ lực tìm kiếm trên toàn cầu nhằm tìm được nguồn nguyên liệu, nhân công, vốn, bí quyết công nghệ, thị trường tiêu thụ, môi trường kinh doanh ... tốt nhất. Đây là cơ sở để dịch vụ hậu cần toàn cầu (logistics toàn cầu) hình thành và phát triển.

Ngoài ra, dịch vụ hậu cần còn hỗ trợ đắc lực cho hoạt động marketing, đặc biệt là marketing hỗn hợp (4P: Right Product, Right Price, Proper Promotion and Right Place) và đóng vai trò then chốt trong việc đưa sản phẩm đến đúng nơi cần đến, vào đúng thời điểm thích hợp. Sản phẩm/dịch vụ chỉ có thể làm thỏa mãn khách hàng và có giá trị khi và chỉ khi nó đến được với khách hàng đúng thời hạn và địa điểm quy định.

Để tiến hành các dịch vụ cụ thể trong hệ thống dịch vụ hậu cần, nhất thiết phải có những chi phí nhất định. Sơ đồ dưới đây cho thấy những khoản chi phí cơ bản trong các hoạt động của dịch vụ hậu cần.

### Sơ đồ cân đối chi phí trong marketing và logistics



Khác với mục tiêu của marketing là tối đa hóa lợi nhuận của công ty trong dài hạn, mục tiêu của dịch vụ hậu cần là cung cấp hàng hóa/dịch vụ cho khách hàng một cách đầy đủ, chính xác, kịp thời nhưng tổng chi phí phải bỏ ra là nhỏ nhất. Tổng chi phí được xác định theo công thức sau:

***Tổng chi phí = Chi phí sản xuất + Chi phí vận chuyển + chi phí lưu kho, lưu bãi + chi phí giải quyết đơn hàng và cung cấp thông tin + chi phí dự trữ.***

Nói tóm lại, trong điều kiện cạnh tranh và hội nhập kinh tế thế giới, để đưa ra quyết định cung ứng dịch vụ hậu cần một cách đúng đắn, hiệu quả, các doanh nghiệp cần cân đối giữa thu và chi nhằm lựa chọn được phương án có thể đáp ứng nhu cầu tốt nhất với tổng chi phí nhỏ nhất. Vì thế, dịch vụ hậu cần có vai trò hết sức quan trọng trong việc thực hiện chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp.

Xét một cách cụ thể, vai trò của dịch vụ hậu cần đối với doanh nghiệp được thể hiện cụ thể như sau:

- Dịch vụ hậu cần giúp doanh nghiệp có thể kiểm soát được toàn bộ quá trình lưu chuyển của sản phẩm, hàng hóa từ nơi sản xuất đến nơi tiêu thụ cuối cùng.

- Dịch vụ hậu cần giúp doanh nghiệp có kế hoạch thiết kế, lắp đặt hệ thống kho tàng và các thiết bị cần thiết khác một cách tối ưu phục vụ cho việc sản xuất, giảm bớt rủi ro trong quá trình đưa sản phẩm từ nơi sản xuất đến nơi tiêu thụ.

- Dịch vụ hậu cần giúp cho doanh nghiệp có thể sử dụng phối hợp các phương tiện vận tải, giảm lượng hàng hóa tồn kho, giảm chi phí vận chuyển từ nơi sản xuất đến nơi tiêu thụ sản phẩm.

- Việc hình thành các doanh nghiệp chuyên kinh doanh dịch vụ hậu cần giúp cho doanh nghiệp sản xuất - kinh doanh có điều kiện lựa chọn các nhà cung cấp tốt hơn, có khả năng đáp ứng yêu cầu của hàng hóa và của người tiêu dùng một cách tối ưu.

#### **4 - Sự cần thiết phát triển dịch vụ hậu cần ở Việt nam**

Hiện nay, dịch vụ hậu cần đã và đang phát triển mạnh mẽ trên thế giới cả ở quy mô, trình độ, phạm vi hoạt động và hiệu quả mà nó đem lại cho nền kinh tế các quốc gia và nền kinh tế toàn cầu.

Tuy vậy, ở Việt Nam, đây vẫn là lĩnh vực còn khá mới mẻ và phần lớn các dịch vụ hậu cần chỉ đang được thực hiện ở các Công ty giao nhận, kho vận.

Theo thống kê, ở Việt Nam hiện có khoảng hơn 1.000 công ty giao nhận chính thức đang hoạt động, trong đó có khoảng 18% là công ty Nhà nước; 7% là công ty TNHH và doanh nghiệp tư nhân; 10% các đơn vị giao nhận chưa có giấy phép và 2% là các công ty có vốn đầu tư nước ngoài. Đa số các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần đều có qui mô vừa và nhỏ, chỉ có một số doanh nghiệp tương đối lớn như: VIETRANS, VICONSHIP, VINATRANS...

Xét về mức độ phát triển có thể chia các công ty giao nhận Việt Nam thành 4 cấp độ sau:

- *Cấp độ 1:* Các đại lý giao nhận truyền thống - các đại lý giao nhận chỉ thuần túy cung cấp các dịch vụ do khách hàng yêu cầu. Thông thường các dịch vụ đó là vận chuyển hàng hóa bằng đường bộ, thay mặt chủ hàng làm thủ tục hải quan, làm các chứng từ, lưu kho bãi, giao nhận... Ở cấp độ này gần 80% các công ty giao nhận Việt Nam phải thuê lại kho và dịch vụ vận chuyển.

- *Cấp độ 2:* Các đại lý giao nhận đóng vai trò là người gom hàng và cấp vận đơn nhà ( House Bill of Lading ). Nguyên tắc hoạt động của những người này là phải có đại lý độc quyền tại các cảng lớn để thực hiện việc đóng hàng/rút hàng xuất nhập khẩu. Hiện nay, khoảng 10% các tổ chức giao nhận Việt Nam có khả năng cung cấp dịch vụ gom hàng. Những người này sử dụng vận đơn nhà như những vận đơn của hãng tàu nhưng chỉ có một số mua bảo hiểm trách nhiệm giao nhận vận tải.

- *Cấp độ 3:* Đại lý giao nhận đóng vai trò là nhà vận tải đa phương thức (Multimodal Transport Organizations - MTO). Khái niệm MTO được định nghĩa là sự kết hợp từ 2 phương tiện vận tải trở lên. MTO ra đời để đáp ứng dịch vụ giao nhận Door - To - Door, chứ không đơn giản chỉ từ cảng đến cảng (Terminal - To - Terminal hoặc Port - To -Port). Trong vai trò này, một số công ty đã phối hợp với công ty nước ngoài tại các cảng dỡ hàng bằng một hợp đồng phụ để tự động thu xếp vận chuyển hàng hóa tới điểm cuối cùng theo vận đơn. Tính đến nay, đã có hơn 50% các đại lý giao nhận ở Việt Nam hoạt động như đại lý MTO nối với mạng lưới đại lý ở khắp các nước trên thế giới.

- *Cấp độ 4:* Đại lý giao nhận trở thành nhà cung cấp dịch vụ hậu cần. Đây là kết quả tất yếu của quá trình hội nhập. Một số tập đoàn dịch vụ hậu cần lớn trên thế giới đã có văn phòng đại diện tại Việt Nam và thời gian qua đã hoạt động rất hiệu quả trong lĩnh vực dịch vụ hậu cần như: Kunhe Nagel, Schenker, Bikart, Ikea, APL, TNT, NYK, Maersk Logistics... Đã có những liên doanh hoạt động trong lĩnh vực này như: First Logistics Development Company (FLDC - Công ty liên doanh phát triển tiếp vận số 1). Chỉ trong vòng hai năm trở lại đây, số lượng doanh nghiệp đăng ký hoạt động dịch vụ hậu cần

ngày càng tăng, hàng loạt các công ty giao nhận đã đổi tên thành công ty dịch vụ logistics.

Là nước đang xây dựng nền kinh tế theo cơ chế thị trường định hướng XHCN, Việt Nam ngày càng hội nhập sâu vào nền kinh tế khu vực và thế giới.

Với tư cách là thành viên của ASEAN, hàng năm, Việt Nam trao đổi với các nước ASEAN một khối lượng hàng hóa rất lớn và giá trị trao đổi đạt khoảng 3.870 triệu USD/năm. Việc tham gia Diễn đàn hợp tác kinh tế châu Á - Thái Bình Dương cũng là cơ hội và điều kiện để Việt Nam tăng khối lượng và giá trị hàng hóa trao đổi, nhất là với các cường quốc kinh tế trên thế giới như: Mỹ, Nhật, Canada...

Trong tương lai gần, khi Việt Nam trở thành thành viên của WTO, hoạt động tự do hóa thương mại sẽ được rộng mở, khối lượng và giá trị hàng hóa trao đổi hàng năm lên tới 90 - 100 tỷ USD vào 2010 so với mức 58,016 tỷ USD năm 2004.

Trước nhu cầu phát triển thương mại khu vực và thế giới ngày càng lớn và nhu cầu sản xuất tiêu dùng trong nước ngày càng tăng, khối lượng hàng hóa đưa ra trao đổi trên thị trường ngày càng lớn, việc phát triển hệ thống dịch vụ hậu cần thương mại ở Việt Nam là hết sức cần thiết vì những lý do cơ bản sau:

- **Thứ nhất:** Hệ thống dịch vụ hậu cần nói chung và các dịch vụ hậu cần thương mại nói riêng hiện nay ở Việt Nam được đánh giá là vừa yếu về công nghệ và nguồn nhân lực, vừa thiếu về điều kiện vật chất. Sự phát triển của các dịch vụ hậu cần thương mại sẽ là cơ sở quan trọng để đẩy nhanh tốc độ lưu chuyển vật tư, hàng hóa phục vụ sản xuất và tiêu dùng trong nước, đồng thời cũng là yếu tố để nâng cao hiệu quả sản xuất và kinh doanh của doanh nghiệp.

Nếu Việt Nam không chú trọng phát triển các dịch vụ hậu cần nói chung và dịch vụ hậu cần thương mại nói riêng thì sẽ không thể đưa hàng hóa đến tay người tiêu dùng trong và ngoài nước một cách nhanh chóng và hiệu quả được.

Hay nói cách khác, phát triển dịch vụ hậu cần thương mại ở Việt Nam hiện nay là hết sức cần thiết vì hệ thống dịch vụ hậu cần của ta hiện nay chưa đáp ứng được yêu cầu của phát triển kinh tế - xã hội đất nước và càng chưa đáp ứng được yêu cầu hội nhập kinh tế khu vực và quốc tế.

- **Thứ hai:** Xuất phát từ mục tiêu tăng cường hội nhập kinh tế khu vực và quốc tế mở rộng quan hệ trao đổi hàng hóa với nước ngoài, Việt Nam luôn mong muốn vươn lên để khắc phục sự tụt hậu về kinh tế và khoa học công nghệ, tận dụng tối đa những cơ hội thuận lợi do hội nhập kinh tế khu vực và

quốc tế mang lại, phát huy hết tiềm năng, thế mạnh về chính trị và địa lý để nhanh chóng phát triển dịch vụ hậu cần.

Hiện nay, Việt Nam đang trong quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước ở mọi ngành kinh tế, trong đó có lĩnh vực dịch vụ, đặc biệt là các dịch vụ hậu cần phục vụ phát triển thương mại.

Những thành công trong quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa các ngành kinh doanh dịch vụ sẽ là tiền đề để các dịch vụ giao nhận, vận chuyển, kho bãi, dịch vụ khách hàng...có được cơ sở vật chất mạnh, có được khoa học công nghệ hiện đại để phát triển. Đây chính là động lực, là cơ sở quan trọng để thúc đẩy việc tăng khối lượng hàng hóa lưu thông trong và ngoài nước, làm tăng hiệu quả phục vụ người tiêu dùng.

- **Thứ ba:** Phát triển dịch vụ hậu cần, đặc biệt là dịch vụ hậu cần thương mại, Việt Nam sẽ có khả năng nâng cao sức cạnh tranh của nền kinh tế và sức cạnh tranh của hàng hóa trên thị trường trong nước và thị trường nước ngoài. Như đã phân tích ở trên, trong quá trình lưu chuyển của hàng hóa từ nơi sản xuất đến nơi tiêu thụ, sự tham gia của các dịch vụ vận chuyển, dịch vụ giao nhận, dịch vụ kho bãi, dịch vụ dự trữ...đều tạo thêm giá trị gia tăng cho hàng hóa.

Khi dịch vụ hậu cần phát triển, hàng hóa được lưu chuyển với tốc độ nhanh, được đảm bảo nguyên vẹn cả số lượng và chất lượng đến tay người tiêu dùng sẽ làm cho các chi phí vận chuyển, chi phí lưu kho bãi, chi phí giao nhận... được tiết kiệm nhất. Đây là yếu tố quan trọng để hạ giá thành sản phẩm, kích thích tăng khối lượng hàng hóa tiêu dùng cả trong và ngoài nước.

Trên thực tế, với những hàng hóa cùng chủng loại, cùng cấp độ chất lượng, người tiêu dùng sẽ lựa chọn mua của người cung cấp nào có giá cả hàng hóa thấp hơn, có các dịch vụ trước, trong và sau khi bán hàng toàn diện hơn.

Hiện nay, phát triển dịch vụ hậu cần, đặc biệt là dịch vụ hậu cần thương mại đang là mối quan tâm không chỉ của các cơ quan quản lý Nhà nước mà còn là mối quan tâm chung của mọi doanh nghiệp. Lý do cơ bản của vấn đề là họ đều xác định được rằng phát triển dịch vụ hậu cần thương mại, Việt Nam sẽ có đủ điều kiện để nâng cao sức cạnh tranh của hàng hóa và của doanh nghiệp Việt Nam trên trường quốc tế.

- **Thứ tư:** Phát triển dịch vụ hậu cần sẽ tạo thêm cho Việt Nam cơ hội để tham gia vào hoạt động dịch vụ hậu cần khu vực và toàn cầu.



Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế, quá trình lưu chuyển của hàng hóa không chỉ giới hạn trong phạm vi từng quốc gia mà nó được mở rộng trên phạm vi khu vực và toàn cầu.

Khi nhu cầu trao đổi hàng hóa đã đạt quy mô toàn cầu, nó đòi hỏi các dịch vụ hậu cần thương mại như: Dịch vụ vận chuyển, dịch vụ giao nhận, dịch vụ kho bãi...cũng được cung cấp trên phạm vi toàn cầu.

Nhiều công ty, tập đoàn kinh tế kinh doanh dịch vụ hậu cần thương mại đã hình thành, phát triển, có các chi nhánh, đại diện ở nhiều nước trên thế giới. Các công ty, tập đoàn này có năng lực tài chính lớn và có khả năng cung cấp dịch vụ hậu cần thương mại trên phạm vi toàn cầu.

Trong điều kiện cạnh tranh quyết liệt như vậy, nếu các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần thương mại ở Việt Nam không tự khẳng định được vị trí của mình thì sẽ bị loại khỏi cuộc chơi.

Ngược lại, nếu các doanh nghiệp này thích ứng nhanh với kinh tế thị trường, tăng cường đầu tư thiết bị, công nghệ để phát triển dịch vụ hậu cần, tăng cường đấu tranh giảm chi phí ở từng khâu, từng lĩnh vực hoạt động, tăng cường nâng cao năng lực cho đội ngũ cán bộ...thì phát triển dịch vụ hậu cần sẽ làm tăng thêm cơ hội để các doanh nghiệp có thể hội nhập và tham gia vào hoạt động dịch vụ hậu cần khu vực và toàn cầu.

Nhìn chung, hiện nay Việt Nam đang hội nhập sâu vào nền kinh tế khu vực và thế giới. Việc tăng nhanh khối lượng và giá trị hàng hóa trao đổi luôn đi cùng với nhu cầu phải có hệ thống các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần thương mại đủ mạnh về năng lực tài chính, hiện đại về thiết bị công nghệ và hiệu quả trong quá trình hoạt động.

Phát triển dịch vụ hậu cần hiện đang trở thành nhu cầu cần thiết nhằm phục vụ quá trình lưu chuyển hàng hóa cả trong và ngoài nước một cách hiệu quả. Tuy nhiên, đây cũng là bài toán không dễ dàng trong việc tìm lời giải nếu các doanh nghiệp Việt Nam không có khả năng thích ứng nhanh với kinh tế thị trường và điều kiện hội nhập mặc dù ở Việt Nam, trong công cuộc ***Đổi mới kinh tế***, dịch vụ hậu cần đang bắt đầu được nhìn nhận như một công cụ sắc bén đem lại thành công cho doanh nghiệp.

## **II - NHỮNG YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN SỰ PHÁT TRIỂN CỦA DỊCH VỤ HẬU CẦN**

Trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế, khi mà phạm vi lưu thông hàng hóa và dịch vụ càng được mở rộng cả trong và ngoài nước thì dịch vụ hậu cần cũng được phát triển. Dịch vụ hậu cần phục vụ cho việc lưu chuyển hàng hóa từ

địa điểm này sang địa điểm khác, từ tỉnh này sang tỉnh khác, từ nước này sang nước khác. Mặt khác dịch vụ hậu cần còn thực hiện cả việc gom các lô hàng nhỏ thành các lô hàng lớn, tách các lô hàng lớn thành các lô hàng nhỏ, thực hiện việc bao gói, dán nhãn... để giao nhận đến tay người tiêu dùng.

Ở các nước khác nhau, khi mà nền kinh tế có trình độ phát triển không đồng đều thì sự phát triển của dịch vụ hậu cần cũng không giống nhau.

Sự phát triển của dịch vụ hậu cần ở các nước chịu sự tác động của rất nhiều yếu tố khác nhau, thuộc các lĩnh vực khác nhau. Đề tài chỉ đề cập đến một số yếu tố chính, có tác động lớn đến sự phát triển của dịch vụ hậu cần thương mại trong điều kiện hội nhập.

### **1 - Yếu tố về mức độ mở cửa của nền kinh tế**

Mức độ mở cửa của nền kinh tế là một trong những tiêu chí hàng đầu để đánh giá năng lực cạnh tranh của một quốc gia. Mức độ mở cửa của nền kinh tế chính là chỉ số giữa tổng giá trị ngoại thương (bao gồm cả xuất khẩu và nhập khẩu) so với tổng giá trị GDP của cả nước.

Mức độ mở cửa của nền kinh tế được thể hiện ở chính sách thuế quan, các hàng rào phi thuế quan, chính sách tỷ giá...

Một quốc gia có mức độ mở cửa nền kinh tế cao có nghĩa là nước đó có giá trị hàng hóa và dịch vụ xuất nhập khẩu lớn, có chính sách đối ngoại mở cửa, thông thoáng, chính sách thuế xuất nhập khẩu hợp lý, hạn chế các biện pháp phi thuế để bảo hộ sản xuất trong nước.

Trong khoảng một thập kỷ qua, Singapore, Malaysia, Thái Lan, Việt Nam... là những thành viên ASEAN có chỉ số giữa tổng kim ngạch xuất nhập khẩu so với tổng GDP khá lớn.

Năm 1999, nếu như Singapore có chỉ số mở cửa nền kinh tế cao nhất là 265,61%; tiếp đó đến Malaysia: 190,22% và các nước Thái Lan, Philipin, Việt Nam có chỉ số tương đồng từ 80 - 90% thì Indônêxia, Campuchia... chỉ số này chỉ ở mức 50 - 55%.

Những năm gần đây, nhờ có chính sách đối ngoại rộng mở, cùng với chính sách khuyến khích phát triển xuất nhập khẩu, hạn chế, tiến tới xóa bỏ dần các hàng rào thuế quan và phi thuế quan trong quan hệ thương mại với nước ngoài, chỉ số về mức độ mở cửa của nền kinh tế Việt Nam tăng lên nhanh chóng.

**Bảng 1: Chỉ số giữa tổng kim ngạch XNK/GDP của Việt Nam 2000 - 2005**

Đơn vị tính: %

|                              | 2000  | 2001  | 2002   | 2003   | 2004   | 2005  |
|------------------------------|-------|-------|--------|--------|--------|-------|
| Tỷ lệ giữa kim ngạch XNK/GDP | 98,52 | 95,53 | 104,26 | 121,14 | 142,49 | 155,0 |

*Nguồn: - Tổng cục Thống kê  
- Viện Nghiên cứu Thương mại*

Mặt khác, các nước có mức độ mở cửa kinh tế lớn sẽ dẫn đến khả năng thu hút đầu tư nhiều hơn. Với mức độ mở cửa nền kinh tế lớn, ngoài việc tăng nhanh kim ngạch xuất nhập khẩu, những năm qua, Việt Nam còn có mức độ gia tăng FDI lớn trong khu vực Đông Nam Á và trên thế giới.

Như vậy, với sự gia tăng nhanh của giá trị hàng hóa XNK và GDP, nhu cầu về việc cung cấp các dịch vụ hậu cần thương mại như: Dịch vụ vận chuyển, dịch vụ giao nhận, dịch vụ kho bãi ... sẽ ngày càng lớn. Hơn thế nữa, xu hướng tự do hóa thương mại khu vực và toàn cầu đã đặt ra nhu cầu cho sự phát triển dịch vụ hậu cần có tính chất quốc tế cao độ. Phạm vi hoạt động của các dịch vụ hậu cần thương mại không chỉ trong phạm vi quốc gia hoặc giữa quốc gia này với quốc gia khác mà nó được mở rộng trong phạm vi nhiều nước và mang tính toàn cầu, theo dòng lưu chuyển của hàng hóa và dịch vụ giữa các nước, các khu vực trên thế giới.

## **2 - Yếu tố về thể chế, chính sách**

Thể chế, chính sách là những quy định pháp lý của các quốc gia nhằm điều chỉnh hoạt động của một ngành, một lĩnh vực nào đó của nền kinh tế. Các chính sách của Nhà nước đối với từng lĩnh vực kinh tế nói chung (lĩnh vực dịch vụ hậu cần nói riêng) cần được quy định rõ ràng, minh bạch, dễ hiểu, dễ áp dụng nhằm tạo cho các doanh nghiệp tham gia vào lĩnh vực hoạt động đó được thuận lợi, bình đẳng.

Trong điều kiện hội nhập kinh tế, một quốc gia nào đó không thực hiện chính sách mở cửa kinh tế, mở cửa cho các dịch vụ hậu cần phát triển thì sẽ không có khả năng cạnh tranh trên thị trường.

Một nước khi áp dụng chính sách mở cửa kinh tế, khối lượng và trị giá hàng hóa đưa vào lưu thông lớn, các yêu cầu về dịch vụ hậu cần phục vụ cho

việc lưu chuyển hàng hóa (cả xuất khẩu và nhập khẩu) đều được tăng cả về số lượng và chất lượng.

Điểm cần nhấn mạnh ở đây là các quy định, chính sách phát triển dịch vụ hậu cần luôn phải phù hợp và nhằm phục vụ cho chính sách phát triển kinh tế của đất nước.

Chính sách, quy định của Nhà nước về phát triển dịch vụ hậu cần cần được dựa trên các chỉ tiêu phát triển kinh tế - xã hội, chính sách phát triển xuất nhập khẩu và chính sách lưu thông hàng hóa trong nước. Có như vậy, dịch vụ hậu cần mới thực sự là nhân tố phục vụ, thúc đẩy, kiểm soát và hỗ trợ cho dòng lưu chuyển của hàng hóa cả ở trong và ngoài nước.

Hầu hết các nước có dịch vụ hậu cần phát triển là những nước có hệ thống, chính sách kinh tế và chính sách phát triển các ngành, các lĩnh vực trong nền kinh tế một cách đầy đủ, rõ ràng. Điều đó sẽ tạo ra hành lang pháp lý thuận lợi và môi trường cạnh tranh bình đẳng cho các quốc gia trong điều kiện hội nhập.

Mỹ, Pháp, Trung Quốc... là những nước có kinh tế phát triển và dịch vụ hậu cần phục vụ cho dòng lưu chuyển hàng hóa phát triển. Sự phát triển đồng bộ nêu trên một phần quan trọng là do các nước này có chính sách phát triển kinh tế nói chung và chính sách phát triển các ngành, các lĩnh vực kinh tế nói riêng một cách rõ ràng, đầy đủ. Các doanh nghiệp sản xuất - kinh doanh thực hiện hoạt động của mình theo những quy định pháp lý chung, bình đẳng, phù hợp, rất ít ngoại lệ.

Đặc biệt, trong quá trình tự do hóa thương mại, việc trao đổi hàng hóa không chỉ giới hạn trong phạm vi quốc gia mà trên phạm vi toàn thế giới thì dịch vụ hậu cần cũng không chỉ giới hạn trong phạm vi các quốc gia độc lập mà trên phạm vi toàn cầu. Điều này đòi hỏi các quốc gia ngoài việc xây dựng thể chế, chính sách cho hoạt động lưu chuyển hàng hóa trong nước cần phải xây dựng cơ chế, chính sách phát triển kinh tế và chính sách phát triển dịch vụ hậu cần phù hợp với các cam kết khu vực và các Hiệp định có liên quan đến dịch vụ hậu cần của Tổ chức Thương mại thế giới (W.T.O).

Như vậy, ở các quốc gia có kinh tế phát triển thì hoạt động dịch vụ hậu cần cũng phát triển theo. Yếu tố thể chế, chính sách hiện được đánh giá như là công cụ tạo môi trường cạnh tranh thuận lợi và bình đẳng cho các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần.

### **3 - Yếu tố cơ sở hạ tầng và khả năng ứng dụng những thành tựu khoa học kỹ thuật hiện đại để phát triển dịch vụ hậu cần:**

Cơ sở hạ tầng bao gồm hệ thống đường sá, bến bãi, sân bay, bến cảng, mạng trục viễn thông, hệ thống cấp điện, nước... phục vụ cho việc lưu chuyển hàng hóa từ nơi sản xuất đến người tiêu thụ cuối cùng.

Tuy không trực tiếp tác động lên hàng hóa nhưng hệ thống cơ sở hạ tầng này là không thể thiếu được trong quá trình đưa hàng hóa từ nơi sản xuất đến nơi tiêu thụ.

Với vai trò như là cầu nối, hệ thống đường sá, bến bãi, hệ thống trục viễn thông... có đóng góp hết sức quan trọng và có ảnh hưởng không nhỏ đến sự phát triển của dịch vụ hậu cần. Nếu người tiêu dùng có nhu cầu về một loại hàng hóa nào đó, mặc dù người sản xuất đã có hàng hóa sẵn sàng nhưng với cơ sở hạ tầng yếu kém, thiếu phương tiện vận chuyển, hệ thống đường sá có chất lượng không tốt, không có các phương tiện thông tin hiện đại để trao đổi, giao dịch... thì việc lưu chuyển hàng hóa từ người sản xuất đến người tiêu dùng vẫn không đạt được hiệu quả cao.

Chính vì xác định được tầm quan trọng của yếu tố cơ sở hạ tầng đối với sự phát triển của dịch vụ hậu cần nên các nước có kinh tế phát triển, có lượng hàng hóa lưu thông lớn đã rất chú ý đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng, nhất là hệ thống đường giao thông, bến cảng, sân bay, mạng trục viễn thông...

Hoa Kỳ là nước có dịch vụ hậu cần phát triển mạnh ở tất cả các phân ngành và có kết cấu hạ tầng vật chất phát triển. Dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường biển là một trong những phân ngành dịch vụ quan trọng của nước Mỹ. Vì thế, Chính phủ Mỹ đã có các chính sách hỗ trợ ngành này thông qua việc đầu tư phát triển đội tàu. Hiện tại, đội tàu biển của Mỹ đứng thứ 3 trên thế giới. Hệ thống cơ sở hạ tầng thuận tiện và hiện đại cũng là cơ sở quan trọng để dịch vụ hậu cần của Mỹ phát triển.

Cộng hòa Pháp là nước có hệ thống giao thông công cộng và hệ thống đường sá được bố trí thuận lợi và hiệu quả nhất thế giới. Hiện Pháp có 65.000 km đường bộ và 39.000 công ty đang hoạt động trong lĩnh vực này. Với tỷ lệ 146 km đường bộ và 6,2 km đường sắt trên 100 km<sup>2</sup>, dịch vụ vận chuyển ở nước Pháp đã đáp ứng một cách cơ bản nhu cầu vận tải hàng hóa trong nước và trong nội bộ Liên minh châu Âu.

Trung Quốc là nước châu Á có hệ thống cảng biển tương đối phát triển với nhiều thiết bị hiện đại phục vụ việc xếp dỡ, giao nhận, kiểm đếm, lưu giữ hàng hóa... trong suốt quá trình lưu chuyển.

Cùng với hệ thống các dịch vụ thông tin hiện đại, hoạt động của dịch vụ hậu cần ở Trung Quốc đang trên đà phát triển mạnh. Đây là một trong những điều kiện quan trọng tạo cho việc lưu chuyển hàng hóa trong nước và xuất nhập khẩu của Trung Quốc được dễ dàng. Với tổng giá trị hàng hóa trao đổi trong và ngoài nước lớn, yêu cầu đặt ra là Trung Quốc phải có một hệ thống thông tin hiện đại để kiểm tra, theo dõi, giám sát, kiểm soát và giải quyết kịp thời những vướng mắc trong quá trình lưu chuyển của hàng hóa.

Ngày nay, với sự phát triển của vận tải đa phương thức, yêu cầu của việc phát triển cơ sở hạ tầng dịch vụ hậu cần như: Đội tàu, bến cảng, các phương tiện xếp dỡ, phương tiện kiểm đếm, thiết bị thông tin... ngày càng cao. Đây là vấn đề lớn, đòi hỏi các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần phải tính toán để vừa tiết kiệm trong đầu tư vừa đảm bảo phục vụ hiệu quả cho nhu cầu ngày càng cao của dịch vụ hậu cần nội địa cũng như toàn cầu.

#### **4 - Yếu tố về năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp cung ứng và kinh doanh dịch vụ hậu cần**

Hội nhập quốc tế, thực hiện tự do hóa thương mại trên phạm vi toàn cầu đã làm cho dòng lưu chuyển của hàng hóa có phạm vi không gian ngày càng lớn. Khi đó, hàng hóa được sản xuất ra ở một quốc gia không chỉ phục vụ người tiêu dùng ở quốc gia đó mà ở nhiều nước khác trên thế giới. Để cung cấp hàng hóa đến người tiêu dùng trên phạm vi toàn cầu đòi hỏi dịch vụ hậu cần cũng cần được mở rộng về khả năng và phạm vi phục vụ. Đã có rất nhiều doanh nghiệp, công ty, tập đoàn kinh tế ở nhiều nước kinh doanh dịch vụ hậu cần ra đời, có phạm vi hoạt động tại nhiều nước trên thế giới và có khả năng cạnh tranh cao trên thị trường thế giới.

Trước bối cảnh như vậy, các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần cần xây dựng cho mình một quy mô hoạt động thích hợp, với hình thức sở hữu hợp lý, có chiến lược kinh doanh dịch vụ hậu cần một cách rõ ràng.

Hiện nay, vận tải đa phương thức cùng với việc đa dạng hóa các hình thức giao nhận hiện đại (giao hàng bằng container, giao hàng tận nhà), việc sử dụng các phương tiện xếp dỡ, kiểm đếm và thông tin hiện đại khác đã làm cho các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần ngày càng phát triển và hoạt động hiệu quả.

Điều này đòi hỏi các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần trên thế giới phải không ngừng 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 thì với có thể thắng thế trong cạnh tranh. Ngược lại, các doanh nghiệp có qui mô nhỏ,

phạm vi hoạt động hẹp, thiết bị công nghệ kém hiện đại sẽ bị loại trừ trong cạnh tranh và có thể dẫn tới phá sản.

Như vậy, trong trào lưu hội nhập kinh tế quốc tế, các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần cũng phải không ngừng nâng cao năng lực cạnh tranh của mình. Đây là điều kiện sống còn của các doanh nghiệp cung ứng và kinh doanh dịch vụ hậu cần khi dòng lưu chuyển của hàng hóa đang tăng lên không ngừng ở cả phạm vi quốc gia và quốc tế.

### **5 - Yếu tố về kỹ năng tổ chức các doanh nghiệp chuyên môn hóa cung ứng và kinh doanh dịch vụ hậu cần**

Trong những năm trước đây, nhất là trong cơ chế kinh tế kế hoạch hóa tập trung, các doanh nghiệp, các quốc gia (chủ sở hữu hàng hóa) thường tự tổ chức lấy việc giao nhận, vận chuyển, dự trữ hàng hóa... trong quá trình lưu chuyển của nó. Cách tổ chức các dịch vụ hậu cần như thế được các nhà nghiên cứu xếp vào loại hình dịch vụ hậu cần bên thứ nhất.

Như vậy, để đi từ cơ sở của người sản xuất đến người tiêu thụ cuối cùng (đặc biệt là trong lĩnh vực xuất nhập khẩu đưa hàng hóa đi từ nước này sang nước khác), hàng hóa phải qua tay nhiều người vận tải với các phương thức vận tải khác nhau, phải chịu nhiều rủi ro, mất mát và trách nhiệm của mỗi người vận tải chỉ giới hạn trong chặng đường hoặc ở dịch vụ mà anh ta đảm nhiệm mà thôi.

Cách mạng “container hóa” trong dịch vụ vận chuyển diễn ra vào những năm 70 của thế kỷ 20 đã tăng thêm độ an toàn và tin cậy trong vận tải hàng hóa. Đây cũng là tiền đề cho sự ra đời của vận tải đa phương thức. Theo phương thức này, người gửi hàng chỉ cần ký hợp đồng vận tải với một người (người kinh doanh vận tải đa phương thức). Họ sẽ chịu trách nhiệm tổ chức thực hiện toàn bộ việc vận chuyển hàng hóa bằng một hợp đồng duy nhất. Làm như vậy, dòng lưu chuyển của hàng hóa sẽ được đảm bảo an toàn, tiết kiệm thời gian, tiết kiệm chi phí và hiệu quả kinh doanh dịch vụ hậu cần mới được nâng cao.

Hiện nay, các nước đã có nhiều doanh nghiệp chuyên kinh doanh dịch vụ hậu cần có khả năng đảm nhiệm toàn bộ các khâu: Vận chuyển, lưu kho, lưu bãi, sắp xếp hàng hóa sẵn sàng cho quá trình vận chuyển, bao bì đóng gói, ghi ký mã hiệu và phân phối đi các nơi theo yêu cầu của người ủy thác.

Các doanh nghiệp này có tên trước đây là Công ty giao nhận, kho vận, các hãng vận tải... nay dần đổi thành các Công ty kinh doanh dịch vụ hậu cần, các Hiệp hội giao nhận vận tải đổi thành Hiệp hội dịch vụ hậu cần hay các

cảng logistics như: Cảng ICS logistics (Hoa Kỳ), cảng Thượng Hải logistics (Trung Quốc), cảng Klang logistics ... Cùng với việc chuyên môn hóa và toàn cầu hóa các lĩnh vực dịch vụ hậu cần như đã nêu ở trên, các doanh nghiệp kinh doanh chỉ đảm nhận một khâu nào đó hoặc chỉ đảm nhận các dịch vụ hậu cần ở phạm vi một hoặc một số nước nào đó sẽ không còn phù hợp và không giữ được lợi thế trong cạnh tranh.

Mặt khác, trong điều kiện tự do hóa thương mại, dòng lưu chuyển hàng hóa mở rộng trên phạm vi toàn cầu, nó đòi hỏi phải có các doanh nghiệp, các tập đoàn đảm nhiệm được các dịch vụ hậu cần mang tính đồng bộ trên phạm vi toàn cầu.

Xuất phát từ yêu cầu nêu trên, nhiều doanh nghiệp, tập đoàn chuyên kinh doanh dịch vụ hậu cần trên thế giới đã xuất hiện với trình độ chuyên môn hóa cao. Các doanh nghiệp, tập đoàn này có thể thực hiện được việc thu gom hàng hóa từ nhiều chủ hàng thành một khối lượng hàng hóa lớn và giao cho người vận chuyển. Tại nơi đến, cũng với khả năng chuyên môn hóa cao, các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần lại có thể thu xếp để tách các lô hàng lớn thành các lô hàng nhỏ để phân phối đến những địa chỉ cuối cùng, có thể làm các dịch vụ như: Lưu kho, dán nhãn hiệu, đóng gói, làm thủ tục hải quan và thậm chí mua cả bảo hiểm hộ cho chủ hàng.

Nói tóm lại, trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế và tự do thương mại, thực hiện chuyên môn hóa các dịch vụ hậu cần đang là đòi hỏi tất yếu để dòng lưu chuyển hàng hóa trên phạm vi toàn cầu được dễ dàng, thuận lợi, chi phí thấp và hiệu quả kinh tế cao. Điều này đòi hỏi các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần phải biết cách tổ chức hoạt động của mình thông qua việc sử dụng hệ thống các phương tiện vận tải, giao nhận và thông tin hiện đại.

## **6 - Yếu tố về công nghệ thông tin**

Như đã phân tích ở trên, dịch vụ hậu cần không thể phát triển được nếu không có công nghệ thông tin. Sự tiến bộ vượt trội của công nghệ thông tin thời gian qua đã giúp cho các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần có thể tập hợp thông tin, xử lý và trao đổi thông tin trong quá trình lưu chuyển của hàng hóa và chứng từ một cách dễ dàng, thuận lợi.

Trước đây, khi công nghệ thông tin chưa thật sự phát triển, các chủ hàng gửi hàng đi luôn rất lo lắng về hàng hóa của mình trong quá trình vận chuyển.

Ngày nay, công nghệ thông tin hiện đại với hệ thống máy tính có khả năng liên hệ toàn cầu đã giúp cho chủ hàng có thể liên hệ chặt chẽ với người vận tải, với người nhận hàng và theo dõi được sát sao hành trình của hàng hóa.



Sự phát triển của công nghệ thông tin đã giúp cho các bên có liên quan có thể trao đổi kịp thời để giải quyết những khó khăn, vướng mắc đối với hàng hóa của mình một cách linh hoạt, hiệu quả.

Hệ thống thông tin dịch vụ hậu cần trong nước bao gồm thông tin trong nội bộ tổ chức, doanh nghiệp, nhà cung cấp dịch vụ hậu cần, thông tin trong từng bộ phận chức năng (marketing, sản xuất, kế toán - tài chính...), thông tin ở từng khâu trong dây chuyền cung ứng (kho tàng, bến bãi...) và sự kết nối giữa các tổ chức, bộ phận và công đoạn nêu trên.

Nói cách khác, công nghệ thông tin là yếu tố hết sức quan trọng giúp cho việc tổ chức và quản lý quá trình lưu chuyển hàng hóa qua nhiều công đoạn, chặng đường, phương tiện và địa điểm khác nhau. Nhờ có công nghệ thông tin mà người ta có thể điều hành toàn bộ quá trình lưu chuyển hàng hóa một cách khoa học, hợp lý, kịp thời, với độ an toàn cao.

Để thực hiện vai trò của công nghệ thông tin trong quá trình vận chuyển - lưu kho - phân phối hàng hóa, vấn đề đặt ra là các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần phải thiết lập được hệ thống thông tin quản lý hữu hiệu để có thể quản lý được cả quá trình lưu chuyển của hàng hóa, đồng thời xử lý những tồn tại nảy sinh thông qua công cụ không thể thiếu là **máy tính và mạng**. Máy tính có khả năng lưu trữ một khối lượng hồ sơ, đơn hàng khổng lồ và xử lý chúng. Máy tính giúp xác định chính xác lượng tồn kho ở bất kỳ thời điểm nào. Nhờ khả năng xử lý số liệu nhanh, máy tính và sự kết nối giữa các máy tính giúp các cán bộ trong doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần có thể đưa ra các quyết định một cách kịp thời, chính xác. Ngoài ra, máy tính còn giúp việc dự báo nhu cầu trong tương lai một cách chính xác.

Thông qua giao dịch điện tử, máy tính truyền tin đến nhà cung cấp một cách nhanh chóng (giảm 60 -70% thời gian để lập, lưu trữ hồ sơ và chuyển đến các địa chỉ cần thiết), tiết kiệm (giảm 80% chi phí vận chuyển đơn hàng và giải quyết các công việc có liên quan), giúp phản hồi thông tin nhanh, giảm lượng hàng hóa dự trữ, tăng độ chính xác trong tất cả các công việc của chu trình đặt hàng.

## **7 - Yếu tố về khả năng tài chính của doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần**

Khả năng tài chính của doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần là yếu tố hết sức quan trọng, có vai trò quyết định đến việc doanh nghiệp đó có khả năng đưa hàng hóa từ nơi sản xuất đến nơi tiêu thụ cuối cùng qua các khâu vận chuyển - giao nhận - lưu kho - dự trữ hàng hoá một cách an toàn và kịp thời hạn hay không.

Nếu một doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần có khả năng tài chính tiềm tàng, họ sẽ có khả năng nâng cao năng lực dự trữ hàng hóa và năng lực về các dịch vụ khác để phục vụ hàng hóa trong suốt quá trình lưu chuyển của nó.

Trên thế giới, các công ty, tập đoàn như Maersk logistics của Đan Mạch, Sealand của Hoa Kỳ... kinh doanh dịch vụ hậu cần xuyên quốc gia thường là các công ty có năng lực tài chính lớn và có các chi nhánh, văn phòng đại diện ở nhiều nước. Với khả năng tài chính mạnh, họ có thể tổ chức thực hiện dịch vụ hậu cần ở hầu khắp các nơi trên thế giới, tổ chức vận chuyển, giao nhận với khối lượng hàng hóa lớn.

Mặt khác, khi có tiềm lực tài chính, các doanh nghiệp, tập đoàn kinh doanh dịch vụ hậu cần mới có khả năng dự trữ hàng hóa ở mức hợp lý góp phần hạn chế sự khan hiếm hàng hóa do những biến động đột xuất trên thị trường hoặc lưu giữ hàng hóa khi giá thị trường về loại hàng hóa nào đó xuống quá thấp.

Quan trọng hơn thế, các doanh nghiệp, các chủ hàng cũng luôn xem xét khả năng tài chính của các công ty, tập đoàn kinh tế kinh doanh dịch vụ hậu cần một cách rất kỹ càng khi họ thuê các công ty, tập đoàn này thực hiện việc lưu chuyển hàng hóa của mình.

Có thể nói, khả năng về tài chính của doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần cũng là một phần uy tín của doanh nghiệp đó trên thị trường kinh doanh dịch vụ hậu cần toàn cầu.

## **8 - Yếu tố về nguồn nhân lực cho phát triển các dịch vụ hậu cần**

Cũng như các ngành kinh tế khác, trong điều kiện hội nhập, yếu tố nguồn nhân lực đóng vai trò hết sức quan trọng cho sự phát triển của các dịch vụ hậu cần. Vì dịch vụ hậu cần trong hội nhập kinh tế quốc tế không chỉ giới hạn trong phạm vi một hoặc một số quốc gia nhất định mà phạm vi hoạt động của nó mang tính toàn cầu nên cho dù các hãng kinh doanh dịch vụ hậu cần có năng lực tài chính mạnh, có trang thiết bị hiện đại, có hệ thống thông tin hiện đại mà không có nguồn nhân lực tốt thì cũng không thể đạt hiệu quả kinh doanh cao được.

Yêu cầu của đội ngũ cán bộ trong các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần là phải tinh thông nghiệp vụ, giỏi ngoại ngữ, có khả năng ứng xử với những biến động của kinh tế thị trường.

Hay nói cách khác, đội ngũ cán bộ trong các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần cần được đào tạo các kiến thức về kinh tế, về chuyên ngành, về tin học để họ có thể lập và kiểm tra đơn hàng, theo dõi và xúc tiến việc thực

hiện đơn hàng, lập các báo cáo theo yêu cầu, cập nhật thông tin về các hoạt động giao nhận hàng hóa, sơ đồ và số lượng hàng hóa trong từng container, cước phí, hướng dẫn chi tiết cho các bên có liên quan...

Có như vậy, họ mới có thể theo dõi được dòng chuyển của hàng hóa từ nơi sản xuất đến nơi tiêu thụ cuối cùng và dòng lưu chuyển của chứng từ trong suốt hành trình lưu chuyển của hàng hóa.

Tóm lại, trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế, sự phát triển của dịch vụ hậu cần phụ thuộc vào rất nhiều yếu tố, song phát triển nguồn nhân lực là yếu tố quan trọng hơn cả. Để thực hiện được việc lưu chuyển hàng hóa trên phạm vi toàn thế giới, yêu cầu hoạt động dịch vụ hậu cần cũng phải được phát triển với quy mô toàn cầu. Chỉ có những người có đầy đủ năng lực như đã nêu trên thì họ mới có thể hoạch định, thực hiện và kiểm soát một cách hiệu quả hoạt động vận chuyển, giao nhận, lưu kho, dự trữ hàng hóa... với mục đích thoả mãn nhu cầu của khách hàng.

## CHƯƠNG II

### KINH NGHIỆM PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ HẬU CẦN CỦA MỘT SỐ NƯỚC TRÊN THẾ GIỚI VÀ THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ HẬU CẦN Ở VIỆT NAM

Như đã nghiên cứu ở chương I, dịch vụ hậu cần có vai trò rất quan trọng phục vụ việc lưu chuyển hàng hoá từ nơi sản xuất đến nơi tiêu thụ.

Ở Việt Nam hiện nay, các dịch vụ hậu cần phục vụ tiêu thụ hàng hoá nội địa và xuất nhập khẩu chưa được phát triển, chưa đáp ứng được yêu cầu lưu chuyển hàng hoá ngày càng tăng cao của toàn xã hội.

Để tăng cường hội nhập khu vực và quốc tế trong kinh doanh dịch vụ hậu cần, bên cạnh những nỗ lực từ bản thân mình, Việt Nam cần nghiên cứu, học hỏi kinh nghiệm phát triển dịch vụ hậu cần của các nước trên thế giới.

Do giới hạn về điều kiện và thời gian, Đề tài tập trung nghiên cứu kinh nghiệm phát triển của một số nước trên thế giới có dịch vụ hậu cần phát triển ở mức cao như: Mỹ, Pháp, Trung Quốc và một số nước trong khu vực ASEAN có điều kiện phát triển kinh tế và dịch vụ tương đồng với Việt Nam như: Thái Lan, Malaysia. Sự lựa chọn nghiên cứu này sẽ giúp cho Chính phủ và doanh nghiệp Việt Nam tìm được những bài học hữu ích, có thể vận dụng một cách linh hoạt để phát triển dịch vụ hậu cần theo hướng hiện đại và phù hợp với điều kiện của Việt Nam.

#### I - THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ HẬU CẦN CỦA MỘT SỐ NƯỚC TRÊN THẾ GIỚI

##### 1 - Thực trạng phát triển dịch vụ hậu cần của Mỹ

###### *a/ Chính sách của Nhà nước Mỹ về phát triển dịch vụ hậu cần*

Hoa Kỳ là quốc gia có tỷ trọng dịch vụ trong GDP cao trên thế giới. Đây là một trong những lý do nhiều nhà nghiên cứu đặt tên cho nền kinh tế nước này là nền kinh tế dịch vụ.

Những ngành dịch vụ chủ yếu của Hoa Kỳ bao gồm: Dịch vụ vận tải và các dịch vụ hỗ trợ như: Dịch vụ ngân hàng, dịch vụ viễn thông...

Theo Cass Logistic, chi tiêu cho hậu cần chiếm khoảng 10% trong tổng GDP của Mỹ (tương đương 300 tỷ USD hàng năm). Trong số đó, trên 60% trong tổng chi phí cho dịch vụ hậu cần của Mỹ là liên quan đến cước phí vận chuyển, còn các chi phí khác chiếm trên 30%.

Chi phí cho dịch vụ hậu cần có sự khác nhau rất lớn giữa các công ty. Nó phụ thuộc vào bản chất và giá trị của các loại hình sản phẩm và dịch vụ, các điều kiện mậu dịch hoặc ai là người phải trả cước phí vận chuyển.

Ví dụ, một công ty sản xuất - kinh doanh các sản phẩm với giá trị rất cao (như công ty sản xuất dược phẩm) có thể chi phí cho các dịch vụ hậu cần rất cao tính trên một pao của cước vận chuyển nhưng chi phí này lại rất thấp nếu tính theo giá trị phần trăm của tổng thu nhập của công ty (không quá 5%).

Hơn 20 năm qua, chi phí cho dịch vụ hậu cần của Mỹ nhìn chung có xu hướng giảm do Chính phủ không cho phép lưu hành các phương tiện vận tải đã sử dụng từ những năm 1980.

Trong những năm gần đây, áp lực về giá cước vận chuyển có xu hướng tăng lên đang là những thử thách mới đối với các nhà quản lý dịch vụ hậu cần. Trong số những áp lực khác nhau thì chi phí do giá nhiên liệu và tiền lương tăng mạnh đang là vấn đề được các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận chuyển rất quan tâm.

Từ nhiều năm nay, lĩnh vực dịch vụ vận chuyển đóng vai trò rất quan trọng trong nền kinh tế Hoa Kỳ một mặt do lực lượng lao động nước này có trình độ rất cao, được đào tạo tốt, có khả năng nghiên cứu và dự báo tình hình thị trường, mặt khác nhờ vào những tiến bộ về khoa học công nghệ và khả năng cạnh tranh toàn cầu. Nhờ vậy, trong khi cán cân thương mại hàng hóa của Hoa Kỳ luôn thâm hụt thì cán cân thương mại dịch vụ của nước này vẫn khá ổn định nhờ khoản thặng dư rất lớn từ hoạt động xuất khẩu dịch vụ (đạt 100 tỷ USD năm 2000, bù khoảng 16% thâm hụt thương mại hàng hóa).

Mặt khác, do dịch vụ đóng vai trò quan trọng nhất trong nền kinh tế, tạo ra tới 80% việc làm và đóng góp trên 80% GDP nên Hoa Kỳ rất coi trọng việc hoạch định chính sách phát triển các ngành dịch vụ. Điều đáng chú ý là ngoài các chính sách do liên bang đưa ra áp dụng trên toàn lãnh thổ, các bang của Hoa Kỳ cũng đưa ra các chính sách phát triển cụ thể cho hoạt động dịch vụ trên địa phận mình quản lý.

### ***Chính sách đối với dịch vụ vận chuyển***

#### ***Đối với dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường biển***

Dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường biển là một trong những phân ngành dịch vụ rất quan trọng đối với Hoa Kỳ. Do vậy, Chính phủ Hoa Kỳ đã thực hiện nhiều chính sách hỗ trợ ngành này thông qua các biện pháp khuyến khích thuê tàu biển của Hoa Kỳ và hạn chế sự tiếp cận thị trường của các hãng tàu biển nước ngoài.

Ngoài ra, đối với các nỗ lực tự do hóa dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng biển trên thế giới, Hoa Kỳ có thái độ thận trọng hoặc thậm chí không tham gia. Điều này đã thể hiện qua việc Hoa Kỳ không tán thành việc đàm phán về dịch vụ vận tải biển trong Vòng đàm phán Uruguay và tiến trình tự do hóa phân ngành dịch vụ này bị trì hoãn.

Tuy nhiên, trong một số năm trở lại đây, với sự ra đời của Luật cải cách ngành vận tải biển quốc tế năm 1998, môi trường cạnh tranh trong việc cung cấp dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường biển của Hoa Kỳ đã có dấu hiệu khởi sắc, các công ty nước ngoài đã được tham gia nhiều hơn vào thị trường vận chuyển hàng hoá bằng đường biển của nước này.

Chức năng quản lý dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường biển thuộc về Ủy ban vận tải biển liên bang (FMC). Ủy ban này có trách nhiệm điều hành hoạt động vận chuyển hàng hoá bằng đường biển quốc gia. Theo Luật cải cách vận tải biển quốc tế năm 1998, FMC có quyền xem xét và quyết định mức phí của các hãng vận tải biển nước ngoài để ngăn chặn khả năng các hãng này “phá giá” trên thị trường dịch vụ vận chuyển của Hoa Kỳ.

Điều đáng quan tâm là Hoa Kỳ có những biện pháp và nỗ lực đáng kể nhằm trợ giúp cho dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường biển của mình mặc dù năng lực vận chuyển của đội tàu nước này đang được xếp thứ 3 thế giới.

Cụ thể, Chính phủ Hoa Kỳ vẫn dành những chính sách ưu đãi đối với các công ty hoặc tổ chức sử dụng đội tàu của Hoa Kỳ trong vận tải biển quốc tế. Ngoài ra, đối với hàng hóa có sử dụng ngân sách của Chính phủ (50%) và toàn bộ hàng hóa quân đội và sử dụng tiền vay của Eximbank phải được chuyên chở bởi đội tàu của Hoa Kỳ. Đối với các hãng tàu biển nước ngoài muốn chuyên chở hàng ưu tiên thì phải đăng ký cờ tàu Hoa Kỳ trong ít nhất 3 năm.

Cũng một phần do chính sách phân biệt đối xử trong kinh doanh dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường biển nên các công ty nước ngoài đang có xu hướng mua lại hoặc sáp nhập với các công ty vận tải biển của Hoa Kỳ.

Trong vòng 6 năm trở lại đây, đã có 3 công ty vận tải biển Hoa Kỳ được các công ty nước ngoài mua lại hoặc sáp nhập. Trong số đó, đáng chú ý nhất là vụ sáp nhập giữa hai hãng vận tải biển hùng mạnh là Maersk của Đan Mạch với Sealand của Hoa Kỳ.

#### *Đối với dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường hàng không*

Thị trường dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường hàng không của Hoa Kỳ hiện đang phát triển mạnh nhất thế giới với doanh thu các tuyến bay

nội địa năm 1998 đạt 78 tỷ USD và mức doanh thu đạt 25 tỷ USD từ hoạt động vận chuyển quốc tế của các hãng hàng không Hoa Kỳ.

Ngoài ra, dịch vụ vận chuyển bằng đường hàng không cũng đóng vai trò quan trọng đối với hoạt động xuất nhập khẩu của Hoa Kỳ.

Theo số liệu của Ban thư ký GATS, hiện có tới 40% giá trị hàng hóa xuất khẩu của Hoa Kỳ được vận chuyển bằng đường hàng không.

Cơ quan quản lý duy nhất đối với dịch vụ vận chuyển bằng đường hàng không Mỹ là Cục hàng không liên bang (FAA) trực thuộc Bộ Giao thông vận tải Hoa Kỳ. FAA quản lý hoạt động của trên 150 hãng vận chuyển hàng không nước này và khoảng 600 hãng vận chuyển hàng không nước ngoài hoạt động trên lãnh thổ Hoa Kỳ.

Hoa Kỳ có chủ trương tự do hóa dịch vụ vận chuyển hàng không và đã có quan hệ hợp tác với 29 quốc gia trên thế giới về lĩnh vực này.

Theo tính toán của Bộ Thương mại Mỹ, trên 60% khối lượng hàng hoá vận chuyển hàng không quốc tế của Hoa Kỳ được thực hiện dựa trên các thỏa thuận tự do hóa dịch vụ vận chuyển hàng không.

Hoa Kỳ khá chặt chẽ đối với việc cho phép các hãng nước ngoài cung cấp dịch vụ vận chuyển hàng không tại Hoa Kỳ. Cụ thể, Hoa Kỳ chưa cho phép nhà cung cấp nước ngoài nắm giữ quá 25% cổ phiếu khống chế trong các hãng hàng không Hoa Kỳ (quy định này chỉ áp dụng đối với cổ phiếu có quyền bỏ phiếu quyết định hoạt động của hãng).

Ngoài ra, vận chuyển nội địa ở Mỹ hoàn toàn do các hãng vận tải hàng không Hoa Kỳ kiểm soát và thực hiện (tức là Hoa Kỳ chưa cho phép các doanh nghiệp nước ngoài cung cấp dịch vụ vận chuyển hàng không nội địa).

### ***Chính sách đối với một số dịch vụ hỗ trợ phát triển dịch vụ hậu cần***

#### ***Chính sách đối với dịch vụ ngân hàng***

Trước thập kỷ 90 của thế kỷ trước, Hoa Kỳ quản lý dịch vụ ngân hàng rất chặt chẽ. Trong những năm gần đây, Hoa Kỳ đã nới lỏng quản lý đồng thời tiến hành tự do hóa ở mức khá cao, tạo ra môi trường cạnh tranh cao hơn và bình đẳng hơn trong lĩnh vực ngân hàng.

Kể từ cuộc đại suy thoái trong thập kỷ 30, Hoa Kỳ quản lý rất chặt chẽ đối với hoạt động của dịch vụ ngân hàng. Cụ thể, Hoa Kỳ đã ban hành Luật Glass-Steagall hạn chế sự sáp nhập giữa các ngân hàng và công ty chứng khoán. Tuy nhiên, vào tháng 11/1999, Hoa Kỳ đã thông qua Luật Gramm-Leach-Bliley theo đó cho phép các ngân hàng, công ty chứng khoán, công ty

bảo hiểm và các công ty tài chính khác được hợp nhất với nhau. Dầu vậy, nếu so với hệ thống ngân hàng của Châu Âu lục địa, dịch vụ ngân hàng của Hoa Kỳ còn kém tự do hóa hơn bởi lẽ các công ty phi tài chính không được sở hữu ngân hàng.

Hoạt động của các ngân hàng nước ngoài tại Hoa Kỳ cũng khá phát triển, thể hiện qua lượng tài sản nắm giữ (năm 1998, tổng giá trị tài sản mà các ngân hàng nước ngoài tại Hoa Kỳ nắm giữ lên tới 1,3 nghìn tỷ USD, chiếm 20% tổng giá trị tài sản mà toàn bộ hệ thống ngân hàng thương mại của Hoa Kỳ nắm giữ). Điều đáng chú ý là hoạt động của các ngân hàng nước ngoài tại Hoa Kỳ chủ yếu tập trung vào các khách hàng là các công ty (wholesale banking).

Theo tính toán của một số chuyên gia, gần 40% tài sản mà các ngân hàng nước ngoài nắm giữ là của các ngân hàng khác hoặc của các chi nhánh ngân hàng cùng thuộc ngân hàng mẹ, 30% là các khoản vay cho các doanh nghiệp hoặc các khoản vay liên quan tới bất động sản, 12% là đầu tư vào chứng khoán và chỉ 1% mới dành cho khách hàng tư nhân hoặc thế chấp.

Xét về cơ cấu tổ chức, các ngân hàng nước ngoài tại Hoa Kỳ thường hoạt động dưới 2 hình thức: Ngân hàng 100% vốn nước ngoài (hình thức này Hoa Kỳ coi như là ngân hàng trong nước), chi nhánh và đại lý ngân hàng nước ngoài.

#### *Chính sách đối với dịch vụ viễn thông*

Thị trường dịch vụ viễn thông của Hoa Kỳ là thị trường lớn và có tính cạnh tranh cao nhất thế giới.

Đối với dịch vụ viễn thông, Hoa Kỳ có chủ trương tự do hóa mạnh mẽ và coi đây như là cơ sở hạ tầng quan trọng cho các hoạt động kinh tế.

Cơ quan quản lý dịch vụ viễn thông của Hoa Kỳ là Ủy ban thông tin liên bang (FCC) và hoạt động dựa trên Luật thông tin năm 1934 có sửa đổi bởi Luật Viễn thông năm 1996. Tuy nhiên, một số Ủy ban tại các bang cũng giữ quyền quyết định đối với việc điều chỉnh phí cung cấp dịch vụ, các điều kiện hoạt động của dịch vụ này trong nội bộ bang.

Các công ty nước ngoài được phép cung cấp các dịch vụ viễn thông nội hạt và quốc tế. Điều kiện để cấp phép thường được dựa trên tiêu chí vì lợi ích của công chúng và hoàn toàn do FCC quyết định. FCC có thể từ chối cấp giấy phép nếu xét thấy công ty này có khả năng gây ra “rủi ro cao đối với sự cạnh tranh trên thị trường”. Chính điều này đã khiến doanh nghiệp của nhiều nước



quan ngại về tính chủ quan của FCC trong việc quyết định cấp phép cho các công ty nước ngoài.

***b/ Thực trạng phát triển một số dịch vụ hậu cần ở Mỹ***

***+ Thực trạng phát triển dịch vụ vận chuyển***

Theo kết quả nghiên cứu của các nhà kinh tế Mỹ, hàng năm nền công nghiệp Mỹ chi khoảng 700 tỷ USD cho việc vận chuyển vật tư, nguyên vật liệu, hàng hoá phục vụ sản xuất và lưu thông trong và ngoài nước.

Ở Mỹ, để vận chuyển hàng hóa giữa các thành phố, các bang..., người ta có thể sử dụng các phương tiện vận tải đường sắt, đường thủy, đường bộ, đường hàng không hoặc đường ống.

Trong nửa đầu thế kỷ XX, vận chuyển đường sắt ở Mỹ chiếm tỷ trọng rất lớn. Nửa cuối thế kỷ này, tỷ trọng hàng hóa được vận chuyển bằng đường sắt suy giảm chỉ còn ở mức 30 - 35%, thay vào đó là việc vận chuyển bằng đường bộ. Ngày nay, người ta thường sử dụng các phương thức vận chuyển sau:

- Vận chuyển bằng đường sắt, gồm: Giao hàng nguyên toa hay giao hàng không đầy toa;
- Vận chuyển bằng ô tô, gồm: Giao hàng nguyên xe hay giao hàng không đầy xe;
- Vận chuyển bằng đường hàng không;
- Vận chuyển bằng đường thủy ven bờ, dọc bờ biển và đường thủy nội địa;
- Vận chuyển bằng đường ống;
- Vận tải đa phương thức.

Tất cả các cá nhân hoặc doanh nghiệp có nhu cầu vận chuyển hàng hóa đều biết rõ rằng phương thức vận tải có tốc độ nhanh thì thường có chi phí cao hơn so với các phương tiện vận tải có tốc độ chậm. Chính vì vậy, họ rất thận trọng trong việc tính toán, cân nhắc để lựa chọn phương tiện và mức chi phí thích hợp.

***Trong giao thương quốc tế***, để chuyên chở hàng hóa, người bán, người mua hoặc người cung cấp dịch vụ hậu cần có thể chọn một trong các phương thức vận chuyển sau:

- Vận chuyển bằng đường biển;
- Vận chuyển bằng đường sắt;
- Vận chuyển bằng ô tô;

- Vận chuyển bằng đường ống;
- Vận tải đa phương thức.

Ngành hậu cần Mỹ đang có sự thay đổi nhanh chóng do tác động bởi xu hướng toàn cầu hóa, sự thay đổi về nhân khẩu học, công nghệ và các hình thức cạnh tranh mới.

Kết quả nghiên cứu của JP Morgan về xu hướng logistics của thị trường vận chuyển tại Mỹ và tại các nước khác cho thấy: Trong khi ngày càng nhiều chủ hàng sử dụng các dịch vụ của nhà cung cấp dịch vụ hậu cần bên thứ 3 (3PLs) để tiết kiệm chi phí, vẫn còn nhiều người lưỡng lự trong việc tự cung cấp dịch vụ hay chia sẻ với các nhà cung cấp dịch vụ cho dù mục tiêu là cắt giảm chi phí.

Nếu tính theo mức ngân sách hàng năm dành cho dịch vụ vận chuyển của các công ty Mỹ thì ta thấy có các nhóm rất khác nhau:

- 30% chủ hàng dành ngân sách cho dịch vụ vận chuyển ở mức dưới 5 triệu USD;
- 38% chủ hàng dành ngân sách cho dịch vụ vận chuyển ở mức từ 5 - 70 triệu USD
- 32% chủ hàng dành ngân sách cho dịch vụ vận chuyển ở mức trên 75 triệu USD.

Phần lớn các đối tượng khảo sát (59%) cho biết rằng họ luôn nỗ lực đẩy nhanh việc vận chuyển hàng thường xuyên dù cho qui mô chuyến hàng sẽ nhỏ hơn (20%) hoặc lớn hơn (39%). Điều này gợi ý một chiến lược dành nhiều ngân sách cho dịch vụ vận chuyển và giảm đầu tư cho kho bãi và hàng tồn kho.

Từ những số liệu đó, bản nghiên cứu cho thấy: “Khoảng cách giữa số lượng những lô hàng lớn và những lô hàng lẻ ngày càng thu hẹp do chủ hàng vừa có xu hướng cố gắng gom nhiều hàng trong một chuyến để giảm chi phí vận chuyển, vừa có xu hướng xuất những lô hàng nhỏ liên tiếp để đảm bảo khả năng hàng bán được nhanh và tiết kiệm chi phí lưu kho”.

Cũng trong khoảng thời gian trên, nếu xét theo phương thức vận chuyển thì xu hướng phân bổ ngân sách dành cho vận chuyển hàng hoá bằng đường biển của chủ hàng sẽ tăng từ 16% lên 18% và vận tải đa phương thức từ 3% lên 4%; trong khi đó, ngân sách dành cho vận chuyển hàng hoá bằng đường bộ và bằng bưu kiện sẽ giảm.

**+ *Thực trạng phát triển các dịch vụ giao nhận, lưu kho hàng hóa ...***

- Ở Mỹ, các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ giao nhận hàng hóa luôn đòi hỏi và đã thành công trong việc áp dụng mức giá được ấn định bởi các nhà cung cấp dịch vụ vận chuyển chứ không phải được Chính phủ quy định sẵn.

Năm 2004, mức giá chi phí giao nhận ở Mỹ tăng 3,8% và con số này tăng khoảng 4,3% vào năm 2005. Hầu hết các doanh nghiệp Mỹ đều sử dụng từ 1 đến 3 công ty cung ứng dịch vụ giao nhận, thậm chí sử dụng từ 1 đến 6 nhà giao nhận phục vụ cho việc lưu chuyển hàng hóa của mình.

- Việc dự trữ được xem xét như một vấn đề không muốn nhưng phải chấp nhận trong một thế giới rất muốn loại bỏ việc dự trữ hàng hóa. Tuy nhiên, chi phí dự trữ vẫn chiếm khoảng 75 triệu USD trong chi phí hậu cần của Mỹ.

**- Dịch vụ lưu kho hàng hóa**

Để thực hiện dịch vụ lưu trữ hàng hóa (cả trong vận chuyển hàng hoá nội địa cũng như vận chuyển hàng hoá quốc tế), các công ty phải cung cấp các thiết bị cần thiết cho việc trang bị và điều hành kho, bảo vệ cho các chuyến hàng quá cảnh và các dịch vụ có liên quan (chẳng hạn như bộ để hàng trong kho). Các hệ thống thông tin về kho bãi là điều kiện quan trọng để làm tốt công việc lưu trữ hàng hóa.

**- Kiểm tra và thanh toán vận đơn**

Một trong những vấn đề về nổi cộm nhất là trong quá trình thực hiện việc chuyên chở hàng hóa đến người tiêu dùng là chủ hàng không biết rõ họ đã trả đúng số tiền cho chuyến hàng hay chưa. Vấn đề này nhiều khi là sự tranh cãi lớn giữa chủ hàng và người cung ứng dịch vụ vận chuyển.

Ở Mỹ, các chủ hàng không phải mất thời gian làm việc này. Các công ty kiểm tra và thanh toán vận đơn sẽ thanh toán phí vận đơn, kiểm tra và thu một khoản phí nhất định.

**+ *Thực trạng phát triển một số dịch vụ hỗ trợ ở Mỹ***

Theo đánh giá của các chuyên gia kinh tế Mỹ, dịch vụ hậu cần của nước này phát triển mạnh là nhờ áp dụng công nghệ thông tin điện tử trong phát triển dịch vụ hậu cần (E-Logistics).

Thị trường dịch vụ hậu cần điện tử (E - Logistics) ở Mỹ đã đạt mức tăng trưởng từ 11% năm 2001 lên 16% năm 2002 và đạt mức 25% vào năm 2004. Tuy nhiên, có tới 75% chủ hàng kinh doanh dịch vụ hậu cần ở Mỹ được điều tra cho biết họ vẫn chưa muốn sử dụng loại dịch vụ này từ nhà cung cấp bên ngoài. Điều này không có nghĩa là E-logistics không có vai trò gì trong hoạt

động kinh doanh của họ, mà chỉ vì trong thế giới cạnh tranh, họ không muốn chia sẻ thông tin quan trọng ra bên ngoài.

Hiện nay, hơn 100 doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận chuyển ở Mỹ đã có Website riêng, nhưng hầu như họ không duy trì việc cung cấp thông tin mặc dù các giao dịch về thương mại điện tử đang phát triển mạnh mẽ.

## **2 - Thực trạng phát triển dịch vụ hậu cần của Pháp**

### ***a/ Chính sách của Nhà nước Pháp về phát triển dịch vụ hậu cần***

Dịch vụ là ngành đóng góp lớn nhất vào nền kinh tế Pháp (lên tới trên 70% GDP năm 2000). Trong giai đoạn 1990 - 2000, tỷ trọng của dịch vụ trong GDP tăng liên tục từ 67,2% năm 1990 lên tới 70% năm 2000. Điều này thể hiện vai trò ngày càng to lớn của dịch vụ đối với sự phát triển của nền kinh tế nước Pháp.

Trong cơ cấu của các ngành dịch vụ, dịch vụ vận chuyển và dịch vụ viễn thông đóng vai trò quan trọng hơn cả bởi lẽ hai ngành này luôn đạt tốc độ tăng trưởng cao và tạo sản lượng rất lớn cho nền kinh tế.

Dịch vụ hậu cần là một trong những ngành công nghiệp lớn ở Pháp với mạng lưới bao gồm hơn 1 triệu công ty. Tổng giá trị của dịch vụ hậu cần tại Pháp hàng năm ước tính khoảng 120 tỷ Euro.

Pháp là nước được hưởng lợi do có vị trí là trung tâm của thị trường châu Âu, rất dễ dàng trao đổi hàng hóa và dịch vụ với các nước Bắc Âu và toàn châu Âu.

Để phát triển dịch vụ hậu cần một cách hiệu quả, Chính phủ Pháp đã có nhiều chính sách hỗ trợ các dịch vụ hậu cần nhằm phù hợp với yêu cầu hội nhập của Liên minh châu Âu và toàn thế giới.

#### ***Đối với dịch vụ vận chuyển***

Dịch vụ vận chuyển được coi là huyết mạch của nền kinh tế mặc dù giá trị đóng góp của nó vào GDP của nước Pháp là không lớn (chỉ khoảng 4 - 5%).

Pháp là nước có hệ thống giao thông công cộng và hệ thống đường sá được bố trí hiệu quả và thuận tiện nhất thế giới với mật độ khoảng 146 km đường bộ và 6,2 km đường sắt trên 100 km<sup>2</sup>.

Pháp có mạng lưới doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận chuyển bao gồm các công ty vừa và nhỏ phối hợp chặt chẽ với các tập đoàn quốc tế lớn. Những công ty này đảm nhận cung cấp toàn bộ các dịch vụ hậu cần như: Dự trữ hàng hóa, đóng gói, lập đơn hàng, gia công công nghiệp, thực hiện dịch vụ phân phối ngược...

Sự phát triển của ngành dịch vụ này một phần nhờ vào các chính sách của Chính phủ Pháp để phát triển dịch vụ vận chuyển như:

- Chính phủ Pháp chủ trương hội nhập đầy đủ vào nền kinh tế châu Âu cũng như xúc tiến các bước cần thiết để hài hòa hóa và tự do hóa dịch vụ vận chuyển trong khung khổ EU.

- Chính phủ Pháp đã yêu cầu EU cho phép được hoãn thời gian tự do hóa dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường bộ ở trong nước.

- Chính phủ cho phép các công ty tàu biển của Pháp đăng ký cờ phương tiện cho tàu mình để giảm chi phí.

*Đối với các dịch vụ hỗ trợ dịch vụ hậu cần*

Các dịch vụ hỗ trợ có vai trò rất quan trọng trong phát triển dịch vụ hậu cần của nước Pháp, đặc biệt là dịch vụ ngân hàng.

Riêng trong lĩnh vực ngân hàng, Chính phủ Pháp quyết tâm “biến Pari trở thành một trung tâm tài chính quốc tế ngang tầm với New York hay Tokyo” nên hoạt động ngân hàng tại Pháp ngày càng trở nên quốc tế hóa hơn do tác động của quá trình toàn cầu hóa.

Ngoài ra, Chính phủ Pháp cũng rất quan tâm đến việc phát triển dịch vụ viễn thông nhằm hỗ trợ cho dịch vụ hậu cần phát triển.

***b/ Thực trạng phát triển một số lĩnh vực dịch vụ hậu cần ở nước Pháp***

***+ Thực trạng phát triển dịch vụ vận chuyển***

*Dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường biển*

Với vị trí địa lý thuận lợi, 5 trong số 15 cảng biển chính ở châu Âu được đặt tại Pháp:

- Mác Xây là cảng lớn nhất ở Pháp và là cảng lớn thứ ba ở châu Âu.

- Le Havre là cảng dẫn đầu về dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng container.

- Dunkirt là cảng có công suất bốc dỡ khoảng 45 triệu tấn hàng hóa/năm

- Các cảng Nantes - St - Nazaire và Borrdeaux là những cảng có lưu lượng tàu ra vào lớn.

Hệ thống đường biển của Pháp nối liền từ cảng Le Havre đến Pari, từ phía Bắc nước Pháp đến Benelux, từ cảng Mác Xây đến vùng Lyon và từ phía đông nước Pháp đến các nước láng giềng.

Hiện đội tàu của Pháp có khoảng 230 chiếc với tổng trọng tải khoảng 6,6 triệu tấn. Tuy nhiên, hầu hết các công ty tàu biển của Pháp đều đăng ký cờ phương tiện cho tàu mình để giảm chi phí tiền lương cho thủy thủ.

Mặc dù là quốc gia đứng hàng thứ tư thế giới về khối lượng hàng hoá xuất khẩu nhưng đội tàu của nước Pháp chỉ đứng hàng thứ 27.

Ở Pháp, hàng hóa được lưu chuyển chủ yếu qua 7 cảng là: Marseille (90,7 triệu tấn/năm), Le Harve (56 triệu tấn/năm), Dunkir, Calais, Nantes, Ronen và Borleaux.

Những nỗ lực của các doanh nghiệp cung ứng dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường biển trong việc hiện đại hoá, nâng cao hiệu suất hoạt động và tăng cường sử dụng container đã dẫn đến sự giảm sút nhanh chóng về số lượng công nhân cầu tàu và số lượng xe chở hàng loại nhỏ.

CMA - CGM là công ty cung ứng dịch vụ vận chuyển của Pháp lớn thứ tư trên thế giới, có trụ sở chính đặt ở Mác Xây với hơn 2.000 nhân công, điều khiển hoạt động vận chuyển hàng hoá ở trên 50 tuyến đường biển và 400 văn phòng ở khắp thế giới.

Pháp cũng là một trong những nước đứng đầu trong lĩnh vực lưu trữ hàng hóa, lập và thanh toán đơn hàng... với hơn 300 hãng và lực lượng lao động khoảng 24.000 người.

#### *Dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường bộ*

Pháp là một quốc gia có mạng lưới giao thông đường bộ dày đặc và hiệu quả. Với 965.000 km đường bộ trong đó 400 km là đường cao tốc, Pháp là nước có mạng lưới đường bộ lớn nhất và an toàn nhất ở châu Âu, nối liền với các nước láng giềng trong khu vực.

Ngành giao thông đường bộ của Pháp rất phát triển với việc áp dụng những tiến bộ mới nhất trong xây dựng cầu đường và có thể đảm nhiệm việc vận chuyển tới 60% tổng lượng hàng hóa lưu chuyển nội địa (tăng lên đáng kể so với mức 40% năm 1970) và 90% tổng lượng hành khách nội địa.

Ngành giao thông đường bộ Pháp có khoảng 39.000 công ty đang hoạt động với tổng số lượng nhân viên khoảng trên 350.000 người.

Đây là ngành có độ phân nhánh cao. Chẳng hạn như Tập đoàn Calberson chỉ huy số lượng lớn xe tải tự phục vụ theo các hợp đồng đem tới. Điều đáng nói là sự phân nhánh này có thể cản trở đối với các công ty vận tải khi Liên minh châu Âu thực hiện chính sách mở cửa trong lĩnh vực này. Chính Pháp đã

yêu cầu EU cho phép được hoãn thời gian tự do hóa dịch vụ vận chuyển bằng đường bộ trong nước.

#### *Dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường sắt*

Mặc dù được Chính phủ dành nhiều ưu đãi nhưng năng lực vận chuyển của ngành vận tải đường sắt nước Pháp lại tương đối hạn chế (chỉ vận chuyển được 20% tổng lượng hàng hóa vận chuyển toàn quốc và 9% tổng số hành khách).

Mạng lưới đường ray cao tốc của Pháp (TGV) nối các thành phố chính với một số nước châu Âu, có tốc độ rất cao và an toàn. Có nhiều tàu hỏa cao tốc ở Pháp. Hiện tại, Pháp đang thực hiện nâng cấp chất lượng dịch vụ và khuyến khích các hoạt động thu cước phí đường ray.

Ngoài ra, các hãng vận tải đường sắt của Pháp không những phải đối mặt với sự cạnh tranh gay gắt từ các công ty vận tải đường bộ mà còn phải chịu thiệt từ việc giảm sút khối lượng vận chuyển các mặt hàng như: than, quặng sắt và hydrocarbon... Vận tải hàng hóa bằng đường sắt của Pháp chủ yếu tập trung ở vùng Đông Bắc đất nước.

#### *Dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường thủy nội địa*

Đây là phân ngành dịch vụ vận chuyển có vai trò khiêm tốn nhất trong toàn ngành dịch vụ vận chuyển của Pháp khi chỉ đảm nhận khoảng 2,5% tổng lượng hàng hóa vận chuyển nội địa của cả nước.

Tuy nhiên, các nhà cung ứng dịch vụ vận chuyển bằng đường thủy nội địa của Pháp đang phải cạnh tranh gay gắt với các hãng vận tải của Đức và Hà Lan. Thêm vào đó là hệ thống kênh dài khoảng 8.500 km của Pháp ít được tu sửa đang gây khó khăn không ít cho hoạt động của ngành.

#### *Dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường hàng không*

Dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường hàng không của Pháp là dịch vụ có tốc độ tăng trưởng nhanh do được hưởng nhiều lợi thế về vị trí địa lý cũng như sự phát triển nhanh chóng của dịch vụ hàng không quốc tế.

Với 27 sân bay trên toàn quốc, hàng năm, các hãng hàng không Pháp đã chuyên chở được khoảng 1,2 triệu tấn hàng hóa.

Mặc dù đang vấp phải sự cạnh tranh gay gắt từ phía AOM và Air Liberté nhưng Air France vẫn là hãng hàng không quốc doanh lớn của Pháp có các tuyến bay tới trên 164 sân bay tại 92 quốc gia và vận chuyển khoảng 33 triệu khách quốc tế và 15 triệu khách nội địa mỗi năm.

## **+ *Thực trạng phát triển một số dịch vụ hỗ trợ cho dịch vụ hậu cần***

### *Thực trạng phát triển dịch vụ ngân hàng*

Dịch vụ ngân hàng đóng vai trò rất quan trọng trong nền kinh tế của Pháp. Theo số liệu thống kê của Pháp, năm 2003, dịch vụ ngân hàng đóng góp gần 4% GDP của quốc gia, tương đương với tỷ lệ đóng góp của một số ngành như: Vận chuyển, năng lượng, nông nghiệp hay ngư nghiệp. Số lượng nhân viên làm việc trong ngành ngân hàng vào khoảng trên 400.000 người.

Trước đây, ngành ngân hàng Pháp tách biệt khá rõ ràng hai hình thức hoạt động đó là ngân hàng ký gửi và ngân hàng thương mại.

Cùng với sự phát triển của kinh tế và do nhu cầu ngày càng tăng của khách hàng, sự khác biệt này cũng dần mất đi và thay vào đó là các hoạt động của hệ thống ngân hàng hiện đại, có thể tiến hành nhiều hoạt động khác nhau từ nhận tiền ký gửi cho đến đầu tư chứng khoán.

Dịch vụ ngân hàng của Pháp ngày càng trở nên quốc tế hóa hơn do tác động của quá trình toàn cầu hóa và cũng một phần nhờ quyết tâm của Chính phủ Pháp nhằm “biến Pari trở thành một trung tâm tài chính quốc tế ngang tầm với NewYork hay Tokyo”.

Để có thể thích ứng với môi trường cạnh tranh gay gắt và nâng cao sức cạnh tranh, các ngân hàng của Pháp đã tin học hóa các loại hình hoạt động và khuyến khích khách hàng sử dụng thẻ nợ thay vì dùng séc.

Kể từ năm 1985, ngành ngân hàng của Pháp đã tiến hành đợt cải tổ với quy mô lớn theo hướng hiện đại hóa hệ thống ngân hàng theo Luật 24/1/1984 cùng với xu hướng tự do hóa và giảm dần các quy chế không cần thiết trong dịch vụ ngân hàng nhằm nâng cao sức cạnh tranh.

### *Thực trạng phát triển dịch vụ viễn thông*

Từ nhiều năm nay, dịch vụ viễn thông ở Pháp tương đối phát triển.

Trước năm 1990, tập đoàn bưu chính viễn thông lớn nhất của Pháp là La Poste có khoảng 10 công ty con đã phát triển 3 loại hoạt động quan trọng: Dịch vụ tài chính, thư chuyển nhanh và dịch vụ bưu kiện. Hãng có khoảng 310.000 nhân viên.

Năm 1990, ngành bưu chính viễn thông của Pháp được tách thành 2 công ty quốc doanh. France Telecom là công ty chuyên kinh doanh dịch vụ viễn thông. Nhờ những khoản đầu tư thích đáng trong thập niên 70 và 80, hiện giờ Pháp có một hệ thống gồm 32 triệu đường dây điện thoại và giá cước đã



giảm đáng kể (đặc biệt là cước gọi đường dài) do kết quả của sự cạnh tranh giữa France Telecom và một số công ty tư nhân như: Cégétel và Bouyignes.

### **3 - Thực trạng phát triển dịch vụ hậu cần của Trung Quốc**

#### ***a/ Chính sách của Nhà nước Trung Quốc về phát triển dịch vụ hậu cần***

Trước kia, các nhà sản xuất quốc doanh Trung Quốc có khuynh hướng tự vận chuyển hàng hóa nên dịch vụ hậu cần của nước này rất yếu kém. Để đưa được hàng hóa của mình ra thị trường, đặc biệt là thị trường nước ngoài, người sản xuất luôn phải đối mặt với vấn đề vận chuyển - một vấn đề khó khăn, đắt tiền và mất nhiều thời gian.

Tình trạng tàu thuyền và đường xe lửa vận chuyển chậm và không linh hoạt, không có các hệ thống đường ray phụ kết nối với các nhà máy, vận chuyển bằng đường hàng không không cung cấp đủ các tuyến, thường phải bay đường vòng và một số chuyến bay không thường xuyên, các đơn vị vận chuyển ít khi cung cấp những dịch vụ hỗ trợ như nhận và giao hàng đã làm ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động lưu thông trong nước và xuất nhập khẩu của Trung Quốc. Đối với dịch vụ chuyển hàng nhanh, chỉ một công ty là China Post chiếm cả thị trường nội địa Trung Quốc là quá tải, các công ty chuyển nhanh quốc tế như FedEx và TNT chỉ thực hiện chuyển hàng quốc tế.

Ngày nay, dịch vụ vận chuyển đã phát triển mạnh ở Trung Quốc nhờ việc Chính phủ đã tạo ra nhiều cơ hội để các công ty trong và ngoài nước tham gia cạnh tranh trong việc cung cấp các dịch vụ hậu cần. Chính phủ Trung Quốc đang khuyến khích các công ty trong nước phát triển dịch vụ hậu cần và khuyến khích các đơn vị vận chuyển hiện đại hóa phương tiện vận chuyển của mình để nâng cao hiệu quả hoạt động. Từ khi gia nhập WTO, Chính phủ Trung Quốc cũng cam kết mở cửa dịch vụ hậu cần đối với các nhà cung cấp dịch vụ nước ngoài.

Với chính sách mở cửa, dịch vụ vận chuyển hàng hóa của Trung Quốc đã phát triển nhanh chóng và có năng lực cạnh tranh cao. Các công ty trong nước và quốc tế đang sẵn sàng nắm bắt các cơ hội phục vụ việc lưu chuyển hàng hoá trong và ngoài thị trường Trung Quốc. Các công ty lớn của Nhà nước, dựa trên tài sản to lớn và mối quan hệ rộng rãi với các nhà sản xuất trong nước sẽ tìm kiếm đối tác với các công ty lớn nước ngoài để cung cấp các dịch vụ hậu cần giá trị gia tăng. Các công ty tư nhân nhỏ hơn, với ưu thế linh hoạt, sẵn sàng phục vụ mọi nhu cầu của khách hàng và có hệ thống hỗ trợ kỹ thuật tốt cũng là

những mục tiêu đầu tiên để các đối tác nước ngoài hướng tới nhằm thâm nhập một cách nhanh chóng thị trường các dịch vụ hậu cần của Trung Quốc.

Ngoài các chính sách hỗ trợ phát triển dịch vụ vận chuyển, Chính phủ Trung Quốc cũng có các chính sách phát triển các lĩnh vực dịch vụ hậu cần khác như:

+ Chính phủ xây dựng những trung tâm công nghệ phục vụ các xí nghiệp hương trấn, đầu tư vốn vào đào tạo trình độ áp dụng công nghệ mới và hướng dẫn các chủ doanh nghiệp quản lý có hiệu quả.

+ Chính phủ cho phép các công ty, doanh nghiệp nước ngoài cung cấp dịch vụ Logistics phục vụ tiêu thụ hàng hoá xuất nhập khẩu của Trung Quốc và tiêu thụ hàng hoá ngay trên thị trường Trung Quốc.

Kết quả là, những năm vừa qua là những năm thành công của các công ty cung cấp dịch vụ logistics của Trung Quốc. Ngoài việc tăng trưởng nội sinh, trong năm 2004 chúng ta chứng kiến các công ty logistics của Trung Quốc phát triển rất mạnh thông qua hàng loạt vụ sáp nhập các công ty lớn nhỏ để mở rộng loại hình dịch vụ và phạm vi hoạt động. Các công ty cung cấp dịch vụ logistics lớn nhất thế giới ngày càng mở rộng hoạt động và tiếp tục phát triển kinh doanh trên thị trường nước này.

Năm 2004 là năm khá thành công của các công ty logistics tại Trung Quốc. Thực tế cho thấy, nhiều nhà sản xuất và bán lẻ lớn đều đang tăng cường mở rộng hoạt động tại Trung Quốc và nơi đây đã trở thành đích đầu tư lý tưởng cho các công ty logistics lớn trên thế giới.

Trong khi toàn bộ vành đai Thái Bình Dương đều đang có mức tăng trưởng kinh tế mạnh mẽ thì các công ty logistics hàng đầu thế giới đã rất đúng đắn khi tập trung tiềm lực vào thị trường Trung Quốc. Lợi ích trước mắt mà các công ty này hướng tới trong vòng ít nhất 5 năm tới đây là các dịch vụ phục vụ hoạt động xuất khẩu tăng nhanh từ Trung Quốc sang thị trường Bắc Mỹ và Châu Âu nhưng lợi ích lâu dài là ở chỗ các công ty này sẽ có cơ hội cung cấp dịch vụ cho chính nền kinh tế trong nước của Trung Quốc.

Nhờ có những áp lực về các thỏa thuận gia nhập WTO, Trung Quốc đang dần dần nới lỏng các luật lệ liên quan đến việc cho phép nhà đầu tư nước ngoài tham gia trực tiếp vào lĩnh vực logistics ở nước này.

Nhiều thập niên qua, các công ty logistics nước ngoài đã phải hoạt động dưới hình thức liên doanh với các công ty nội địa như là mô hình công ty SinoTrans. Trong nhiều khu thương mại tự do xung quanh các cảng lớn và xung quanh các khu công nghiệp, các công ty logistics đã bắt đầu hoạt động với thương hiệu và dưới quyền sở hữu của chính họ. Một số công ty logistics vẫn muốn hoạt động dưới hình thức liên doanh với các đối tác nội địa nhưng ngày càng nhiều công ty logistics có năng lực cạnh tranh muốn hoạt động độc lập, với tư cách của chính họ. Các công ty logistics hiện có khả năng hoạt động độc lập hoàn toàn hoặc ở một mức độ nào đó trên thị trường Trung Quốc là: UPS (Supply Chain Solutions), Exel, Kuehne + Nagel, DHL, FedEx, Nippon Express và Kintetsu World Express (KWE)...

Penske Logistics vừa mở rộng thêm hoạt động tại Thượng Hải và công ty này đang tự khẳng định vị trí là công ty logistics hàng đầu tại Trung Quốc. Cổ đông chính của Penske là GE - một trong những công ty Mỹ lớn nhất ở Trung Quốc đã đạt được sự chấp nhận hoạt động dưới hình thức 100% vốn nước ngoài trên hầu hết lãnh thổ Trung Quốc. Và chắc chắn GE sẽ tạo ra nhiều cơ hội cho Penske phát triển tại Trung Quốc.

Ban đầu, đa phần các công ty logistics đưa các nhà quản lý nước ngoài sang Trung Quốc để điều hành hoạt động, nhưng xu hướng hiện nay là sử dụng các nhà quản lý là người địa phương. Hàng ngàn người Trung Quốc được đào tạo từ phương Tây quay trở về làm việc tại quê nhà. Chỉ tính riêng Hồng Kông đã có 10.000 người tốt nghiệp tại Đại Học Toronto về làm việc tại đây. Những người này được đào tạo bài bản và am hiểu cả hai nền văn hóa sẽ rất phù hợp với việc tham gia quản lý các công ty nước ngoài tại Trung Quốc. Tuy nhiên, cung vẫn chưa đáp ứng được cầu và những ứng viên có triển vọng sẽ được tuyển dụng và được đào tạo về logistics thông qua công việc.

Trong khi Trung Quốc và Hồng Kông vẫn đang đứng đầu trong sự lựa chọn phát triển thì phần lớn các công ty logistics vẫn đang thiết lập cơ sở vững chắc tại Ấn Độ và một số ở Indonesia, Malyasia, Việt Nam và Philipines. Phần lớn các công ty logistics đã có hoạt động lâu dài ở Nam Triều Tiên, Thái Lan, Đài Loan; và nhất là khi các nền kinh tế này có sự tăng trưởng trở lại thì cũng sẽ có nhiều hoạt động mở rộng hơn của các công ty logistics tại đây. Tuy nhiên Trung Quốc vẫn là ưu tiên số một.

## *b/ Thực trạng phát triển một số lĩnh vực dịch vụ hậu cần của Trung Quốc*

### *+ Thực trạng phát triển dịch vụ vận chuyển hàng hoá*

Trung Quốc rất chú trọng trong việc phát triển dịch vụ vận chuyển. Hiện nay, dịch vụ vận chuyển hàng hóa của Trung Quốc được tiến hành thông qua 3 phương thức vận chuyển chính là: Vận tải biển và thủy nội địa, vận tải đường sắt, vận tải đường bộ.

*Đối với dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường biển và đường thủy nội địa*

Sau khi Trung Quốc gia nhập WTO, kim ngạch ngoại thương của Trung Quốc đã tăng trưởng rất nhanh. Hiện nay, nhiều hãng vận chuyển lớn của nước ngoài đã có mặt tại Trung Quốc. Các công ty nước ngoài này đang tập trung phát triển vận tải đa phương thức nhằm cung cấp các dịch vụ hoàn hảo hơn cho khách hàng và tăng khả năng cạnh tranh của mình trên thị trường Trung Quốc. Ngoài ra, các công ty nước ngoài cũng kết hợp với các doanh nghiệp Trung Quốc để cung cấp dịch vụ vận chuyển hiệu quả nhất.

Vận chuyển hàng hoá bằng đường biển là lĩnh vực dịch vụ hậu cần được Chính phủ Trung Quốc mở cửa cho các nhà đầu tư nước ngoài. Các công ty nước ngoài có thể đầu tư 100% vốn hoặc liên doanh với các công ty cung cấp dịch vụ vận chuyển trong nước. Các công ty Sinotrans, Cosco... đã ký kết hợp đồng thường xuyên với các nhà vận chuyển trên đất liền để cung cấp dịch vụ “Door to Door” cho khách hàng.

Tuy mới thâm nhập thị trường Trung Quốc nhưng các công ty của nước ngoài thường cung cấp dịch vụ hậu cần dưới nhiều hình thức. Họ cung cấp dịch vụ toàn diện từ đặt hàng, vận chuyển, kho bãi đến dịch vụ phân phối hàng hoá. Một số công ty có vốn đầu tư nước ngoài lớn tại Trung Quốc trong các lĩnh vực dịch vụ hậu cần hiện nay là: APL, Maersk, P&O, Sealand...

Theo nghiên cứu của các chuyên gia, các nhà cung ứng dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường biển của nước ngoài thường có xu hướng liên doanh với các công ty vận tải của Trung Quốc để xây dựng các trạm trung chuyển container và cung cấp các dịch vụ kho chứa hàng tại các cảng. Điều này sẽ giúp ích rất lớn cho các công ty của Trung Quốc trong việc nâng cao khả năng cạnh tranh trên thị trường.

Trung Quốc có những con sông lớn và dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường sông cũng tương đối phát triển. Một số công ty vận chuyển hàng hoá bằng đường biển Trung Quốc còn cung cấp cả dịch vụ vận tải đường sông.

Một số công ty logistic kết hợp cả hình thức vận tải biển và vận tải đường sông để khai thác hiệu quả thị trường dịch vụ vận chuyển hàng hoá của Trung Quốc.

Tuy nhiên, một số khó khăn mà các công ty kinh doanh vận chuyển đường thủy của Trung Quốc phải đối mặt là:

+ Các container thường phải nằm tại các cảng rất lâu để chờ kiểm tra hải quan, thuế và các thủ tục thông quan khác bởi vì các bộ phận này tại các cảng của Trung Quốc chưa phối hợp với nhau thật tốt. Thời gian đợi chờ thông quan tại các cảng của Trung Quốc thường là từ khoảng 3 đến 24 ngày.

+ Rất nhiều sông trong đất liền không thích hợp cho việc vận chuyển do mức nước thường biến động theo mùa, đặc biệt vào mùa khô, mực nước quá thấp, không thể vận chuyển hàng hóa bằng đường sông được. Hiện nay, Chính phủ Trung Quốc đang nạo vét để cải tạo các tuyến đường sông trong đất liền nhằm tăng cường vận chuyển hàng hóa bằng đường thủy.

#### *Đối với dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường sắt*

Dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường sắt là một trong những dịch vụ quan trọng của các tỉnh nằm sâu trong đất liền. Dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường sắt cung cấp dịch vụ vận chuyển cho các loại nguyên liệu, khoáng sản nặng nhằm phục vụ tiêu dùng trong nước hoặc xuất khẩu sang các nước khác.

Với chiều dài hệ thống đường sắt gần 82.000 km (trên 58.000 km đang hoạt động), dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường sắt của Trung Quốc có đóng góp to lớn cho việc phục vụ tiêu thụ nội địa và xuất nhập khẩu của cả nước.

**Bảng 2: Hệ thống đường giao thông phục vụ phát triển dịch vụ vận chuyển hàng hoá của Trung Quốc**

| Tỉnh                     | Đường sắt                     |                     | Chiều dài đường sông | Đường cao tốc    |
|--------------------------|-------------------------------|---------------------|----------------------|------------------|
|                          | Đường sắt đang hoạt động (km) | Chiều dài đường sắt |                      |                  |
| <b>Cả nước</b>           | <b>58.655,9</b>               | <b>81.736,3</b>     | <b>119.325,0</b>     | <b>1.402.698</b> |
| Bắc Kinh                 | 1140.9                        | 1815.3              | -                    | 13597            |
| Thượng Hải               | 256.5                         | 397.2               | 2100                 | 4325             |
| Quảng Đông               | 693.8                         | 1383.6              | 13696                | 102604           |
| <i>Các tỉnh phía Nam</i> |                               |                     |                      |                  |
| Hunan                    | 2312.7                        | 3528                | 10041                | 60848            |
| Guangxi                  | 2012.3                        | 2431.6              | 5618                 | 52910            |
| Chongqing                | 598                           | 597.4               | 2324                 | 29252            |
| Guizhou                  | 1641.7                        | 1711.6              | 2132                 | 34643            |
| Yunnan                   | 1872.5                        | 1931.1              | 1580                 | 109560           |
| 5 Tỉnh phía Nam          | 8437.2                        | 10199.7             | 21695                | 287213           |
| <i>Các tỉnh phía Bắc</i> |                               |                     |                      |                  |
| Inner Mongolia           | 5011.1                        | 6223.7              | 1164                 | 67346            |
| Shaanxi                  | 2204.6                        | 2638.1              | 998                  | 44006            |
| Gansu                    | 2318                          | 3274.2              | 1306                 | 39344            |
| 3 Tỉnh phía Bắc          | 9533.7                        | 12136               | 3468                 | 150696           |

*Nguồn: Niên giám thông kê của Trung Quốc, 2001*

Riêng các tỉnh phía Nam Trung Quốc, hàng năm, khoảng 155 triệu tấn hàng hoá được chuyên chở bằng đường sắt.

Hiện nay, dịch vụ vận chuyển đường sắt Trung Quốc vẫn do Chính phủ quản lý. Tuy nhiên, vấn đề chất lượng dịch vụ vận chuyển bằng đường sắt của Trung Quốc cần được cải thiện hơn. Cụ thể là:

*Thứ nhất:* Dịch vụ vận chuyển bằng đường sắt của Trung Quốc thường bị quá tải đặc biệt là trong và sau quá trình thu hoạch hoặc trước dịp tết của Trung Quốc. Các loại hàng hóa như than đá hoặc các sản phẩm nông sản được chuyên chở bằng đường sắt là chủ yếu. Kết quả là, vào những dịp cuối năm hoặc sau vụ thu hoạch, ngành vận chuyển đường sắt thường bị quá tải.

Để vận chuyển hàng hóa vào dịp thu hoạch, các doanh nghiệp, các nhà sản xuất luôn phải ký hợp đồng vận chuyển với ngành đường sắt trước từ 30 đến 40 ngày. Do việc ưu tiên vận chuyển hàng hóa là khoáng sản và nông sản nên vận chuyển đường sắt bằng container không phát triển.

Hơn nữa, thời gian vận chuyển bằng tàu hỏa của Trung Quốc rất dài. Đây là lý do mà nhiều khách hàng có xu hướng chuyển sang sử dụng các phương tiện vận chuyển khác nhằm tiết kiệm thời gian và tránh phải giải quyết các vấn đề liên quan đến nhà chức trách ngành đường sắt.

Hiện nay, đường sắt Trung Quốc tính phí cho vận chuyển container cao hơn rất nhiều so với vận chuyển bằng toa gòng. Nguyên nhân là do Trung Quốc đang thiếu thiết bị bốc xếp container cũng như thiếu phương tiện vận chuyển container chuyên dụng.

*Thứ hai:* Mức độ tin cậy trong vận chuyển hàng hóa bằng đường sắt của Trung Quốc đang ở mức thấp. Đường sắt vẫn chưa cung cấp các dịch vụ phục vụ hàng hoá như: Thông báo hàng đến, tự động theo dõi hàng hóa trên đường vận chuyển... Rất nhiều doanh nghiệp chuyển sang vận chuyển bằng xe tải do mức độ tin cậy và có thể dự đoán được của hình thức vận chuyển này.

*Thứ ba:* Sau khi gia nhập WTO, ngành đường sắt của Trung Quốc sẽ được mở cửa đối với các đối tác nước ngoài trong việc thành lập liên doanh. Tuy nhiên, Trung Quốc đã đặt ra thời hạn 6 năm để ngành đường sắt của Trung Quốc mở cửa hoàn toàn. Như vậy, quá trình tự do hóa trong ngành đường sắt của Trung Quốc chậm hơn so với các ngành vận tải khác. Nguyên nhân của tình trạng này là do một số tuyến đường có lợi nhuận cao hơn các tuyến đường khác, vì vậy các nhà đầu tư nước ngoài chỉ quan tâm khai thác những tuyến đường hoặc khu vực có khả năng đem lại lợi nhuận nhiều nhất.

*- Đối với dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường bộ*

Vận chuyển bằng đường bộ là dịch vụ vận chuyển hàng hóa và hành khách quan trọng nhất do mức độ linh hoạt về tuyến đường, về hành trình và lịch trình của đường bộ là tương đối cao. Dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường bộ hiện nay rất phát triển ở Trung Quốc đặc biệt là các tỉnh phía Nam.

Dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng xe tải đóng vai trò quan trọng trong trao đổi hàng hóa giữa các tỉnh. Phần lớn các doanh nghiệp cung ứng dịch vụ vận chuyển đường bộ là các doanh nghiệp có quy mô nhỏ của địa phương. Các doanh nghiệp Nhà nước lớn thường có hệ thống phương tiện vận chuyển đường bộ riêng của mình.

**Bảng 3: Năng lực vận chuyển hàng hoá ở Trung Quốc phân theo loại phương tiện**

| Tỉnh                     | Đường sắt    |                 | Đường cao tốc |                    | Đường thủy   |                    |
|--------------------------|--------------|-----------------|---------------|--------------------|--------------|--------------------|
|                          | (10.000 tấn) | (100 triệu tấn) | (10.000 tấn)  | (100 triệu tấn-km) | (10.000 tấn) | (100 triệu tấn-km) |
| Cả nước                  | 165498       | 13336.1         | 1038813       | 6129.4             | 122391       | 23734.2            |
| Bắc Kinh                 | 2612         | 280.3           | 28010         | 82.6               | -            | -                  |
| Thượng hải               | 1055         | 43.6            | 28369         | 56.4               | 17365        | 6187.0             |
| Quảng Đông               | 4522         | 211.2           | 59288         | 487.2              | 19393        | 2249.6             |
| <i>Các tỉnh phía Nam</i> |              |                 |               |                    |              |                    |
| Hunan                    | 4668         | 624.6           | 42868         | 297.8              | 3406         | 143.8              |
| Guangxi                  | 2815         | 401.3           | 23514         | 209.4              | 1910         | 76.0               |
| Chongqing                | 1613         | 110.6           | 23646         | 72.5               | 1392         | 105.7              |
| Guizhou                  | 3577         | 334.1           | 11684         | 65.9               | 354          | 4.1                |
| Yunnan                   | 2891         | 180.8           | 48789         | 296.7              | 134          | 1.0                |
| 5 Tỉnh phía Nam          | 15564        | 1651.4          | 150501        | 942.3              | 7196         | 330.6              |
| <i>Các tỉnh phía Bắc</i> |              |                 |               |                    |              |                    |
| Inner Mongolia           | 9174         | 658.3           | 34979         | 211.9              | -            | -                  |
| Shaanxi                  | 3279         | 418.5           | 25200         | 143.6              | 73           | 0.3                |
| Gansu                    | 3235         | 530.1           | 19799         | 109.4              | 36           | 0.1                |
| Ba tỉnh phía Bắc         | 15688        | 1606.9          | 79978         | 464.9              | 109          | 0.4                |
| Tổng số                  | 31252        | 3258.3          | 230479        | 1407.2             | 7305         | 331                |

Nguồn: Niên giám thông kê của Trung Quốc, 2001



## **+ *Thực trạng phát triển một số dịch vụ hỗ trợ phát triển dịch vụ hậu cần của Trung Quốc***

### *Thực trạng phát triển dịch vụ cảng biển của Trung Quốc*

Trung Quốc đặc biệt chú trọng đến dịch vụ cảng biển do phần lớn hàng hóa xuất nhập khẩu của Trung Quốc được xuất khẩu qua đường biển. Hơn nữa Trung Quốc đã đầu tư phát triển hệ thống cảng biển rất hiện đại có thể phục vụ bốc dỡ hàng hóa với khối lượng lớn và thời gian nhanh nhất.

Việc các công ty logistics nước ngoài được phép hoạt động độc lập tại Trung Quốc sẽ kéo theo nhiều khoản đầu tư lớn về tài sản. Ví dụ, tại Thẩm Quyến, UPS Logistics vừa hoàn thành việc xây dựng một kho hàng rộng 240.000 mét vuông ở khu kinh tế mở. APL Logistics cũng vừa xây xong cảng trung chuyển quốc tế tại Thẩm Quyến. Những hình thức đầu tư như vậy đang được tiến hành trên khắp đất nước Trung Quốc, đặc biệt là tại các vùng kinh tế mở, nơi mà các công ty nước ngoài có quyền trực tiếp xuất khẩu và nhập khẩu mà không cần phối hợp với các công ty nội địa.

Nhằm thu hút thêm khối lượng hàng hoá xuất nhập khẩu qua các cảng biển, Trung Quốc đang nhanh chóng cải tạo, nâng cấp các hải cảng lớn của mình: Thẩm Quyến dự kiến sẽ trở thành trung tâm trung chuyển hàng xuất khẩu với giá rẻ của vùng Nam Trung Quốc và Hồng Kông giành cho hàng xuất khẩu cao cấp.

Theo đánh giá gần đây nhất của Phòng ngoại thương thuộc Cục Thống kê Mỹ ở Washington, Trung Quốc hiện là nước nhập khẩu đứng thứ hai trên thế giới, chiếm 12,1% khối lượng hàng hóa nhập khẩu toàn cầu, đứng thứ 5 về xuất khẩu (chiếm 4,4%).

Chính vì giá trị và khối lượng hàng hoá xuất nhập khẩu qua các cảng biển của Trung Quốc rất lớn nên nhiều nhà cung cấp dịch vụ hậu cần quốc tế đã nhanh chân thiết lập hoạt động của mình ở nước này.

Hồng Kông với khả năng đáp ứng những yêu cầu khắt khe về chất lượng dịch vụ cũng như tốc độ giải phóng tàu nhanh sẽ tiếp tục đóng vai trò quan trọng trong việc trung chuyển hàng hoá của Trung Quốc. Trung Quốc hiện đứng thứ 5 trên thế giới về lượng tàu ra vào các cảng trong năm 2002 (78.000 lượt).

Báo cáo tình hình kinh tế gần đây do Fusion Consulting thực hiện dựa trên thông tin phỏng vấn 85 công ty giao nhận hàng hóa, các nhà sản xuất và xuất khẩu, các công ty vận tải cho thấy: Lượng hàng hóa trung chuyển qua

cảng Thẩm Quyến sẽ ngày một nhiều hơn trong tương lai và Hồng Kông cũng sẽ là điểm đến của các loại hàng hóa đặc biệt, cần được bảo quản kỹ.

Hồng Kông sẽ là khu vực được hưởng lợi do thương mại vùng miền Nam Trung Hoa phát triển bùng nổ và khi chiếc cầu nối liền Hồng Kông - Ma Cao - Châu Hải đi vào hoạt động, đặc biệt nếu phí vận chuyển bằng đường bộ trở nên cạnh tranh hơn. 17% số người được hỏi cho rằng họ sẽ chọn cảng Hồng Kông chứ không chọn các cảng khác ở miền Nam Trung Quốc nếu phí chuyên chở xe tải giảm tương đương với phí ở cảng Thẩm Quyến. Hồng Kông có lợi thế hơn với nhiều đường hàng hải trực tiếp tới Mỹ, châu Âu, chuyển tàu sang Đài Loan và khả năng tiếp nhận hàng hóa đặc biệt hay cần bảo quản tốt.

Cảng Thẩm Quyến có mức phí cập bến tàu thấp hơn nhưng kỹ thuật kém hơn so với cảng Hồng Kông. Năng suất bốc dỡ hàng hoá của Thẩm Quyến cũng thấp hơn Hồng Kông. Tuy nhiên, gần 88% các công ty được hỏi cho biết chi phí là nhân tố quan trọng hàng đầu hoặc thứ hai quyết định việc chọn cảng nào ở Trung Quốc để giao/nhận hàng.

Trên thực tế, lượng hàng rời cảng Trung Quốc hiện nay chủ yếu là đồ điện, điện tử và đồ chơi trẻ em. Những sản phẩm này cùng với hóa chất, vật liệu xây dựng, đồ gỗ... sẽ là các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Trung Quốc trong tương lai. Hiện có khoảng 60% các công ty (chủ yếu thuộc miền Nam Trung Quốc) xuất khẩu hơn 50% lượng hàng hóa của mình qua cảng Thẩm Quyến, chỉ 10% các công ty lựa chọn cảng Hồng Kông. Chính quyền Trung Quốc đang nỗ lực để nâng cao hơn nữa chất lượng cảng Thẩm Quyến, biến cảng này trở thành trung tâm trung chuyển hàng hóa có thể cạnh tranh trực tiếp với cảng Hồng Kông.

Cách đây 2 thập kỷ, Trung Quốc chỉ được coi là khu vực cung cấp nguyên liệu, nay đã trở thành đại công xưởng chế tạo của thế giới, nơi nhập khẩu khối lượng lớn nguyên liệu từ các khu vực để sản xuất và xuất khẩu thành phẩm tới các thị trường khác. Trung Quốc đã thu hút khối lượng lớn đầu tư nước ngoài do tiến hành cải cách, mở cửa từ cuối những năm 1970 và đã trở thành cường quốc thương mại lớn thứ 3 thế giới với khối lượng hàng hóa buôn bán với nước ngoài tăng tới 35,7%, đạt 1,15 nghìn tỷ USD năm 2004.

Hiện tại, Trung Quốc đang đầu tư phát triển các cảng tại Thượng Hải, Quảng Châu, Đại Liên... Ngoài việc xây dựng cơ sở vật chất cho các bến cảng, Trung Quốc cũng quan tâm đến việc đóng hoặc mua thêm nhiều tàu mới nhằm đáp ứng nhu cầu vận chuyển bằng đường biển và phát triển các dịch vụ hậu cần thiết yếu để đảm bảo hoạt động của các cảng và đáp ứng những đòi hỏi về an ninh hàng hải.

### *Thực trạng phát triển dịch vụ viễn thông*

Dịch vụ viễn thông là dịch vụ hỗ trợ quan trọng để phát triển dịch vụ hậu cần một cách hoàn hảo. Hiện nay, dịch vụ viễn thông đang được Chính phủ Trung Quốc rất chú trọng đầu tư nhằm phục vụ cho sự phát triển của dịch vụ hậu cần. Nhiều doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực dịch vụ viễn thông ở Trung Quốc hiện đã được tư nhân hóa.

Gia nhập WTO, Trung Quốc đang từng bước thực hiện tự do hoá, mở cửa dịch vụ viễn thông. Nhiều Công ty, tập đoàn viễn thông lớn trên thế giới đã có mặt để cung cấp dịch vụ viễn thông phục vụ phát triển dịch vụ hậu cần ở Trung Quốc và toàn cầu.

## **4 - Thực trạng phát triển dịch vụ hậu cần của Thái Lan**

### *a/ Chính sách của Nhà nước Thái Lan về phát triển dịch vụ hậu cần*

Thái Lan thống nhất quản lý các hoạt động thương mại dịch vụ trong các đạo luật như Luật kinh doanh, Luật đăng ký thương mại, Luật lao động, Luật thuế doanh thu và Luật dân sự... Thái Lan đã xây dựng Bộ Luật Thương mại điều chỉnh các khía cạnh thương mại về dịch vụ một cách thống nhất. Điều này làm cho hoạt động thương mại dịch vụ của Thái Lan dễ dàng được quản lý và đúng hướng, nhất là đối với vấn đề tạo lập sự cạnh tranh lành mạnh.

Bên cạnh Luật thương mại, các ngành dịch vụ cũng có những luật lệ riêng, tập trung xử lý các vấn đề liên quan đến các khía cạnh chuyên ngành chứ không thực hiện điều chỉnh các vấn đề thương mại (liên quan đến quyền và nghĩa vụ của chủ thể phát sinh trong giao dịch thương mại).

Để mở rộng thị trường cho hàng hóa, Chính phủ Thái Lan đã có hàng loạt hoạt động hỗ trợ như: Khuyến trương và xúc tiến bán hàng thông qua quảng cáo bằng các phương tiện thông tin đại chúng; phát triển thành lập các trung tâm chuyên mua bán sản phẩm ở các tỉnh, qua đó giúp tiêu thụ sản phẩm để người sản xuất yên tâm đầu tư vào sản xuất. Chính phủ cũng tài trợ gần như hoàn toàn việc tổ chức triển lãm và hội chợ thương mại ở trong nước cũng như đưa các phái đoàn tham dự triển lãm, hội chợ quốc tế.

Đặc biệt, Chính phủ rất quan tâm đầu tư phát triển dịch vụ viễn thông, thương mại điện tử như: Xây dựng các Website cung cấp thông tin cơ bản, catalogue về sản phẩm và giá cả. Chính phủ Thái Lan đã thành lập mạng lưới các trung tâm ở các tỉnh cung cấp dịch vụ điện thoại, Fax và truy cập Internet. Các trung tâm này cũng phối hợp chặt chẽ với các tổ chức khác để chứa dữ liệu, trao đổi thông tin về sản phẩm, phát triển marketing, bán hàng hóa, hậu cần và giao nhận hàng hóa... Hơn thế, mạng lưới các trung tâm này còn tập trung

vào phát triển nâng cấp và tiêu chuẩn hóa chất lượng và đóng gói hàng hóa để đạt chứng chỉ quốc tế...

Thông qua các hoạt động đó, Chính phủ Thái Lan đã tạo điều kiện cho mọi người thuộc các thành phần kinh tế, kể cả những nhóm người nghèo ở những nơi xa xôi được hưởng lợi từ việc áp dụng thương mại điện tử để phát triển sản xuất và kinh doanh.

Hiện nay, Chính phủ Thái Lan đang thực hiện chính sách mở cửa thị trường dịch vụ hậu cần. Tuy nhiên, Thái Lan vẫn đang bảo hộ cho một số dịch vụ nhằm bảo vệ các doanh nghiệp trong nước nhưng đó là sự bảo hộ tích cực, hợp lý. Chính sách bảo hộ chỉ xác định đối tượng bảo hộ phụ thuộc vào nhu cầu chung của nền kinh tế chứ không phụ thuộc vào nhu cầu của một ngành nghề cụ thể. Doanh nghiệp nước ngoài có thể tự do kinh doanh với mức vốn thấp hơn 49% trong hầu hết các ngành nghề dịch vụ. Việc cung cấp với mức cao hơn sẽ thực hiện tùy thuộc vào chính sách hạn chế hay khuyến khích của Nhà nước trong từng giai đoạn cụ thể.

Cam kết về dịch vụ trong khuôn khổ GATS/WTO của Thái Lan tuy rộng về phạm vi nhưng hẹp về mức độ cam kết đã phản ánh được chiến lược phát triển của dịch vụ Thái Lan.

Riêng về dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường biển, Chính phủ Thái Lan không áp dụng bất cứ biện pháp hạn chế nào đối với hàng hoá ra - vào các cảng Thái Lan ngoại trừ hàng do cơ quan Chính phủ mua phải do tàu mang cờ Thái Lan chuyên chở.

Ngoài ra, Chính phủ Thái Lan đang có kế hoạch tư nhân hoá dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường hàng không trong những năm tới. Các nhà cung cấp dịch vụ nước ngoài chưa được tham gia tự do vào thị trường dịch vụ vận chuyển hàng không của Thái mà chỉ được phép liên doanh với mức vốn góp không quá 49%.

## ***b/ Thực trạng phát triển một số dịch vụ hậu cần ở Thái Lan***

### ***+ Thực trạng phát triển dịch vụ vận chuyển***

Giá trị các ngành dịch vụ của Thái Lan có đóng góp tới 59% GDP của nước này. Lao động trong các ngành dịch vụ Thái Lan có mức tăng trưởng ổn định trong suốt mấy thập kỷ qua và chiếm khoảng 30% lao động của đất nước. Nguồn thu quan trọng nhất trong các ngành dịch vụ của Thái Lan là từ dịch vụ du lịch với khoảng 145 tỉ bạt (4 tỉ USD), tiếp theo là dịch vụ vận chuyển với

khoảng 41 tỷ бат. Thành công to lớn của Thái Lan là kinh nghiệm tốt cho các nước đang phát triển từ mục tiêu khai thác dịch vụ bên cạnh hàng hóa.

Thái Lan hiện được WB đánh giá là nước có dịch vụ vận chuyển phát triển cùng nhóm với những nước như: Trung Quốc, Ấn Độ, Malaysia, Phillipine... Thái Lan đã rất chú trọng phát triển dịch vụ vận chuyển. Với những chính sách đầu tư thỏa đáng, dịch vụ vận chuyển là một trong những ngành dịch vụ mang lại lượng ngoại tệ lớn của Thái Lan. Cơ quan xúc tiến đầu tư của Thái Lan đã đưa ra những khuyến khích cụ thể để phát triển các hình thức vận tải như: Vận tải biển, vận tải hàng không, vận tải đường ống...

Đứng trước thực trạng là giai đoạn 1990 -1993, thị phần trong vận chuyển hàng hóa xuất khẩu của Thái Lan chỉ có 9,5% do năng lực vận tải của Thái Lan còn rất yếu cả về số lượng tàu và công nghệ quản lý. Năm 1994, Thái Lan đã thành lập Hội đồng tàu biển quốc gia thuộc Chính phủ nhằm tăng cường hiệu quả của dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường biển và năng lực thị trường của doanh nghiệp trong nước về cung cấp dịch vụ vận chuyển quốc tế. Nhiệm vụ của tổ chức này là xử lý các tranh chấp trong vận tải nội địa và cung cấp thông tin, tư vấn về quản lý cũng như phối hợp với hội đồng tàu biển quốc tế.

Bên cạnh đó, đối với các công ty kinh doanh dịch vụ vận chuyển hàng hoá trong nước, Chính phủ Thái Lan quy định tỷ lệ sở hữu vốn của công dân, doanh nghiệp trong nước là 70%. Đối với các công ty kinh doanh dịch vụ vận chuyển hàng hoá quốc tế, tỷ lệ này là 51%. Rõ ràng chính sách của Thái Lan rất khôn khéo khi dùng các quy định để tạo dựng cho các doanh nghiệp vận tải biển trong nước lớn mạnh trên cơ sở bảo đảm thị trường nội địa cho họ.

Ngược lại, trong cạnh tranh quốc tế, Thái Lan sẵn sàng cho phép nước ngoài tham gia đầu tư để nâng cao năng lực cạnh tranh quốc tế của các doanh nghiệp trong nước. Ngoài ra, Thái Lan còn chủ động ký kết các thỏa thuận khu vực và song phương liên quan đến việc phân chia thị trường với các doanh nghiệp nước ngoài. Nói chung, các cam kết mở cửa thị trường dịch vụ của Thái Lan thấp hơn thực tế rất nhiều.

#### **+ *Thực trạng các dịch vụ hỗ trợ phát triển dịch vụ hậu cần ở Thái Lan***

##### *Thực trạng phát triển dịch vụ viễn thông*

Chính sách phát triển dịch vụ viễn thông của Thái Lan luôn hướng tới việc xử lý độc quyền và tạo lập môi trường cạnh tranh lành mạnh giữa các doanh

nghiệp trong nước. Thái Lan có hai nhà cung cấp dịch vụ mang tính độc quyền bao gồm: Tổ chức điện thoại Thái Lan (TOT) là nhà cung cấp dịch vụ độc quyền Thái Lan trong lĩnh vực viễn thông trong nước và Cơ quan thông tin Thái Lan (CAP) độc quyền cung cấp dịch vụ viễn thông quốc tế.

Đối với những dịch vụ khác như dịch vụ nhắn tin, di động, CAP và TOT cạnh tranh với nhau. Doanh nghiệp nước ngoài tạm thời chưa được hoạt động. Nhưng không vì thế mà môi trường cạnh tranh của Thái Lan không có tính tích cực. Ví dụ cả CAP và TOT đều không được phép kinh doanh kinh doanh thiết bị viễn thông mà phải do các doanh nghiệp khác cung cấp hoặc phải tổ chức đấu thầu quốc tế.

Cho đến nay, Thái Lan đang cố gắng tư nhân hóa CAP và TOT nhằm tăng cường môi trường cạnh tranh trong nội bộ ngành. Tuy nhiên, quá trình tư nhân hoá hai công ty này sẽ được chia thành 2 giai đoạn. Giai đoạn I: Thiết lập một công ty mẹ đứng ra quản lý cả 2 công ty. Giai đoạn II: Cho phép các công ty khác cũng như tư nhân mua cổ phiếu nhưng cổ phiếu Nhà nước vẫn giữ tỷ lệ khống chế (50%).

## **5 - Thực trạng phát triển dịch vụ hậu cần của Malaysia**

### ***a/ Chính sách của Nhà nước Malaysia về phát triển dịch vụ hậu cần***

Logistic của Malaysia cũng gặp phải một số vấn đề tương tự như nhiều nước trong khu vực do bị ảnh hưởng nặng nề của khủng hoảng kinh tế những năm trước đây. Malaysia hiện vẫn đang ở giai đoạn đầu trong việc thiết kế chính sách và cơ cấu lại các tổ chức logistics.

Malaysia đang có chính sách khuyến khích các công ty cung cấp dịch vụ hậu cần xuyên quốc gia phát triển thay vì hạn chế những công ty này nhằm kích thích thương mại phát triển. Tuy nhiên, nhiều địa phương của Malaysia chưa có các cảng với phương tiện bốc dỡ cũng như cơ sở hạ tầng thích hợp.

Giao thông nông thôn ở Malaysia chưa phát triển làm cho thời gian vận chuyển dài và giá thành vận chuyển cao. Mặt khác, các cơ quan chức trách địa phương thường thu các khoản phí không hợp lý làm hạn chế hiệu quả của dịch vụ vận chuyển cũng như làm tăng chi phí. Chính điều này cũng ngăn cản việc thâm nhập thị trường của các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận chuyển của Malaysia.

Mặt khác, hàng hóa đến Malaysia cần rất nhiều thủ tục hải quan phức tạp, thời gian chờ đợi tại các cảng, bến bãi lâu đã làm giảm hiệu quả của hoạt động dịch vụ hậu cần. Chính phủ Malaysia đang có các chính sách để cải cách

hành chính trong phát triển dịch vụ hậu cần nhưng hiện vẫn còn nhiều vấn đề cần tiếp tục sửa đổi để dịch vụ này có thể phát triển.

Hiện nay, chi phí cho dịch vụ vận chuyển bằng đường bộ chiếm tỷ trọng khá lớn trong chi phí vận chuyển đối với hàng hóa xuất nhập khẩu của Malaysia.

Trong thời gian tới, cùng với xu thế hội nhập, Malaysia sẽ phải tiếp tục thực hiện tự do hóa trong dịch vụ vận chuyển để các hãng cung cấp dịch vụ vận chuyển nước ngoài có cơ hội đầu tư vào Malaysia. Lúc đó, xuất nhập khẩu hàng hoá sẽ là lĩnh vực hưởng lợi nhiều nhất từ quá trình phát triển của dịch vụ này.

### ***b/ Thực trạng phát triển một số dịch vụ hậu cần của Malaysia***

#### ***+ Thực trạng phát triển dịch vụ vận chuyển***

Dịch vụ vận chuyển là một trong những dịch vụ quan trọng của Malaysia. Malaysia có hệ thống đường bộ và đặc biệt là hệ thống cảng biển tương đối phát triển. Hệ thống cơ sở hạ tầng này đã góp phần quan trọng vào sự phát triển dịch vụ hậu cần của Malaysia.

Hiện nay, rất nhiều khu vực của Malaysia đặc biệt là những vùng sâu, vùng xa chưa kết nối tốt với khu vực thành phố hoặc quốc tế do dịch vụ hậu cần tại những khu vực này vẫn chưa phát triển. Tất nhiên, nơi nào thương mại chưa phát triển thì cũng rất khó có điều kiện để xây dựng cũng như bảo dưỡng hệ thống hạ tầng vận tải. Tuy nhiên, nó sẽ tạo ra vòng luẩn quẩn: Thương mại kém phát triển do hạ tầng kém và hạ tầng kém làm chậm phát triển thương mại. Điều này đã khiến cho dịch vụ vận tải đa phương thức, dịch vụ kho bãi, kho lạnh, xe lạnh, thậm chí dịch vụ thông tin, viễn thông cũng không phát triển. Kết quả là rất nhiều nông sản sau khi thu hoạch không thể bảo quản nên bị hỏng và làm ảnh hưởng lớn đến hoạt động xuất khẩu.

Vấn đề quan trọng nhất đối với ngành vận tải của Malaysia là thiếu sự phối hợp giữa các hình thức vận chuyển và giữa các cơ quan quản lý. Một cơ quan này quản lý cảng, cơ quan khác quản lý đường bộ và mỗi cơ quan lại có kế hoạch phát triển khác nhau. Đây chính là nguyên nhân làm cho dịch vụ vận chuyển hàng hoá của Malaysia chưa phát triển.

Malaysia vẫn chưa có chính sách chuẩn để điều chỉnh dịch vụ vận chuyển. Điều này đã cản trở sự phát triển dịch vụ hậu cần hiện đại của nước này. Để có thể phát triển dịch vụ hậu cần, Chính phủ Malaysia cần phải xây dựng khung khổ luật pháp thống nhất để điều chỉnh các hành vi trong hệ thống dịch vụ hậu cần.

Cải thiện hệ thống cơ sở hạ tầng vận tải là một phần quan trọng trong chiến lược xóa đói giảm nghèo của Malaysia. Đây là nhân tố quan trọng thúc

đẩy đầu tư nước ngoài đặc biệt là trong lĩnh vực dịch vụ hậu cần tại các thành phố có cảng. Chính phủ Malaysia cũng đang xây dựng các quy định pháp lý và lộ trình hội nhập trong lĩnh vực dịch vụ hậu cần ở nước này, đồng thời có sự kết hợp các loại dịch vụ như: vận tải đường bộ, trạm bốc xếp công ten nơ, hải quan, kiểm dịch, và thuế.

Do Malaysia đã là thành viên của WTO nên dịch vụ hậu cần được điều chỉnh theo Hiệp định về thương mại dịch vụ của WTO. Khi đó, chính sách sẽ phải bình đẳng giữa các doanh nghiệp trong nước và nước ngoài, tính minh bạch về luật pháp và quy định sẽ cao hơn.

Riêng về dịch vụ vận chuyển hàng không: Dịch vụ vận chuyển hàng không của Malaysia phát triển rất nhanh trong những năm 1990 - 1995. Cho đến nay, dịch vụ hàng không của Malaysia vẫn phát triển mạnh. Các hãng hàng không của Malaysia đang được tư nhân hoá và nước ngoài không được phép sở hữu trên 30% cổ phần, tất cả các sân bay đều do Chính phủ nắm giữ.

Malaysia cũng tích cực chuẩn bị và xây dựng thêm nhiều sân bay nhằm phát triển dịch vụ vận chuyển bằng đường hàng không. Các sân bay sẽ được xây dựng thậm chí ở cả những thành phố nhỏ với kinh phí đầu tư tương đối lớn. Malaysia hy vọng sẽ phát triển dịch vụ vận chuyển hàng không và trở thành trung tâm hàng không quan trọng của khu vực.

#### ***+ Thực trạng các dịch vụ hỗ trợ phát triển dịch vụ hậu cần***

Dịch vụ viễn thông phát triển dịch vụ hậu cần ở Malaysia.

Dịch vụ viễn thông của Malaysia tương đối phát triển và có vai trò to lớn trong việc hỗ trợ nhu cầu phát triển của các ngành kinh tế. Malaysia thường mua các loại thiết bị hiện đại và rất chú ý đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng viễn thông. Không giống như nhiều nước trong khu vực, dịch vụ viễn thông của Malaysia do tư nhân cung cấp nên môi trường viễn thông của Malaysia rất cạnh tranh.

Chính phủ Malaysia coi viễn thông là cơ sở để phát triển kinh tế. Hiện nay, chính phủ Malaysia đang lập kế hoạch phát triển dịch vụ viễn thông nhằm đưa viễn thông đến tất cả các tỉnh trong cả nước. Các dịch vụ viễn thông mà Malaysia sẽ phát triển bao gồm điện thoại, mạng SM...

## **II - BÀI HỌC KINH NGHIỆM ĐƯỢC RÚT RA TỪ NGHIÊN CỨU THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ HẬU CẦN CỦA CÁC NƯỚC**

### **1 - Một số bài học kinh nghiệm chung**

#### ***a/ Về vai trò của Nhà nước đối với phát triển dịch vụ hậu cần***



Như ta đã biết, dịch vụ hậu cần có vai trò hết sức quan trọng trong việc lưu chuyển hàng hóa từ nơi sản xuất đến nơi tiêu thụ.

Trong điều kiện kinh tế thị trường và tự do cạnh tranh, bên cạnh sự năng động, sáng tạo của các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần, Nhà nước vẫn có vai trò hết sức quan trọng đảm bảo các hoạt động kinh doanh dịch vụ hậu cần đạt hiệu quả cao.

Nhà nước tham gia vào việc quản lý các lĩnh vực dịch vụ hậu cần thông qua việc tạo hành lang pháp lý thuận lợi cho dịch vụ hậu cần phát triển. Dựa vào hệ thống các quy định pháp luật của Nhà nước, hệ thống các dịch vụ hậu cần của các quốc gia mới phát triển đúng hướng và đạt hiệu quả kinh tế cao. Mặt khác, trong quá trình phát triển của các dịch vụ hậu cần, nếu xét thấy có những vấn đề bất cập, Nhà nước có thể điều chỉnh, bổ sung các chính sách cho phù hợp.

#### ***b/ Về thể chế cho phát triển dịch vụ hậu cần***

Hầu như các nước có dịch vụ hậu cần phát triển đều dựa trên cơ sở của các thể chế, chính sách phát triển của toàn ngành.

Thể chế, chính sách về phát triển dịch vụ hậu cần của các nước đều được ban hành dựa trên các quy định có tính chất định hướng và chủ trương phát triển kinh tế của các Chính phủ.

Đối với mỗi lĩnh vực dịch vụ hậu cần, Chính phủ các nước đều có những quy định về chính sách riêng, phù hợp với điều kiện của ngành và hệ thống luật pháp quốc gia.

Như vậy, trong điều kiện tự do hóa, để phát triển dịch vụ hậu cần các nước cần có những chính sách, thể chế riêng để điều hành và kiểm soát từng lĩnh vực dịch vụ hậu cần. Có như vậy, dịch vụ hậu cần mới được phát triển mạnh trong một thể thống nhất của hệ thống các dịch vụ cần thiết để đưa hàng hoá từ nơi sản xuất đến nơi tiêu thụ.

#### ***c/ Về vấn đề tổ chức doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần***

Ở tất cả các nước tiến hành nghiên cứu kinh nghiệm phát triển dịch vụ hậu cần, vấn đề tổ chức doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần phù hợp là hết sức quan trọng. Nó đóng góp một phần không nhỏ vào hiệu quả của hoạt động dịch vụ hậu cần cả ở phạm vi trong nước và quốc tế.

Tùy điều kiện và trình độ phát triển hệ thống doanh nghiệp ở mỗi quốc gia, các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần có thể là các doanh nghiệp cổ phần, các doanh nghiệp tư nhân và thậm chí là các công ty, các tập đoàn kinh tế lớn.

Kinh nghiệm cho thấy, dịch vụ hậu cần có thể được tổ chức trong phạm vi các quốc gia hoặc trên phạm vi quốc tế. Tuy vậy, nếu các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần được tổ chức với quy mô lớn, phạm vi hoạt động rộng (cả ở tầm quốc gia và tầm quốc tế), cung cấp tất cả các dịch vụ đồng bộ từ khâu đầu tiên đến khâu cuối cùng của quá trình lưu chuyển hàng hóa thì hiệu quả sẽ cao hơn.

Thực tế, ở Pháp, Mỹ, Trung Quốc, Thái Lan..., các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần thường được tổ chức theo mô hình các doanh nghiệp lớn như: Các công ty đa quốc gia, các tập đoàn, các công ty mẹ - công ty con.

Với mô hình tổ chức này, các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần mới phát huy được sức mạnh tổng hợp, mới đáp ứng được nhu cầu về cung cấp dịch vụ hậu cần đồng bộ nhằm đưa hàng hóa từ người sản xuất đến người tiêu thụ một cách hiệu quả.

#### ***d/ Về vấn đề đầu tư tài chính để phát triển dịch vụ hậu cần***

Cũng như các lĩnh vực khác, để các doanh nghiệp hậu cần có thể vận hành và phát triển được, vấn đề đầu tư tài chính cho doanh nghiệp là hết sức cần thiết. Thực tế cho thấy, các dịch vụ hậu cần chỉ có thể phát triển được khi hệ thống doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần có khả năng tài chính đủ mạnh, an toàn và cạnh tranh.

Có như vậy, các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần mới có khả năng được cung cấp một lượng vốn vay đủ lớn để đầu tư xây dựng cơ sở vật chất kỹ thuật và thiết bị cần thiết phục vụ hoạt động của mình.

Cụ thể:

Đối với doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận chuyển, một lượng vốn lớn để mua sắm phương tiện vận tải và thiết bị chuyên dụng phục vụ hàng hóa trong quá trình vận chuyển là hết sức cần thiết.

Mặt khác, để nâng cao vị thế trong cạnh tranh trên thị trường khu vực và quốc tế, phần lớn các chủ hàng lựa chọn các doanh nghiệp, các tập đoàn kinh doanh dịch vụ hậu cần có khả năng tài chính lớn vì ở đó họ có thể cung

cấp các dịch vụ hậu cần một cách đồng bộ nhanh chóng và hiệu quả thông qua hệ thống mạng lưới (các chi nhánh, các công ty con) của họ ở khắp các nước trên thế giới. Có những công ty kinh doanh dịch vụ hậu cần như Maersk của Đan Mạch hay Sealand của Mỹ, với khả năng tài chính mạnh, họ có thể đảm nhận được tất cả các khâu của chuỗi cung ứng dịch vụ hậu cần, đảm bảo đáp ứng mọi yêu cầu của người tiêu dùng chứ không chỉ đảm nhận một phân đoạn hay một phần của các dịch vụ hậu cần như các công ty, doanh nghiệp có quy mô nhỏ khác.

## **2 - Một số bài học kinh nghiệm đặc thù**

Nghiên cứu kinh nghiệm phát triển dịch vụ hậu cần ở các nước trên thế giới, ngoài những bài học kinh nghiệm chung, ở mỗi nước đều có các kinh nghiệm đặc thù. Hơn thế, ở mỗi lĩnh vực dịch vụ hậu cần, kinh nghiệm của các nước cũng khác nhau.

Một số kinh nghiệm đặc thù của các nước trong phát triển dịch vụ hậu cần là:

### ***a/ Kinh nghiệm phát triển dịch vụ vận chuyển của Mỹ và Pháp***

Ở Mỹ, để trợ giúp cho phát triển dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường biển, chính phủ Hoa Kỳ đã có những chính sách ưu đãi đối với các cá nhân hoặc tổ chức sử dụng đội tàu của Hoa Kỳ trong vận tải quốc tế.

Hoặc để phát triển dịch vụ vận chuyển bằng đường hàng không, Chính phủ Mỹ đã có chủ trương tự do hóa ngành vận tải hàng không, tìm kiếm các thỏa thuận hợp tác với nhiều nước trên thế giới.

Ngoài ra, Chính phủ Mỹ còn kiểm soát và thực hiện hoàn toàn dịch vụ vận chuyển nội địa, chưa cho phép các doanh nghiệp nước ngoài tham gia.

Ở nước Pháp, Chính phủ nước này chủ trương hội nhập đầy đủ vào nền kinh tế châu Âu cũng như xúc tiến các bước cần thiết để hài hòa hóa và tự do hóa dịch vụ thương mại trong khung khổ EU.

Tuy nhiên, Pháp cũng yêu cầu EU cho phép được hoãn thời gian tự do hóa dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường bộ trong nước để bảo hộ cho các doanh nghiệp ngành này.

***b/ Kinh nghiệm về việc thực hiện các dịch vụ hỗ trợ phục vụ phát triển dịch vụ hậu cần của Trung Quốc và Hoa Kỳ***

*Kinh nghiệm về xây dựng hệ thống cơ sở hạ tầng và cảng biển phục vụ phát triển dịch vụ hậu cần của Trung Quốc*

Như đã phân tích ở trên, Trung Quốc là thị trường có tốc độ tăng trưởng dịch vụ hậu cần mạnh mẽ nhất trong thập kỉ vừa qua và có nhiều khả năng còn tiếp tục tăng trưởng với tốc độ cao trong vòng 10- 20 năm tới.

Những năm trước đây, Trung Quốc có hệ thống cảng biển rất phát triển ở phía Nam Trung Quốc. Các cảng Quảng Châu, Thẩm Quyến, Hồng Kông được đầu tư với công suất cảng rất lớn và tốc độ tăng cao, nhất là từ 2002 - 2005.

Riêng tại cảng Thẩm Quyến, một cảng trung chuyển lớn ở miền Nam Trung Quốc lượng hàng hóa thông qua cảng lớn và mức tăng cao. Năm 2002, lượng hàng hóa thông qua cảng Thẩm Quyến là 7.452 ngàn TEUs trong khi đó con số này ở Quảng Châu là 2.000 ngàn TEUs, ở Xiamen là 1.000 ngàn TEUs, các cảng khác là 11.676 ngàn TEUs.

Công suất cảng biển của Trung Quốc năm 2005 ước đạt 38.051 ngàn TEUs. Dự kiến năm 2006, con số này sẽ đạt 40.479 ngàn TEUs.

Hiện tại, thị trường hàng hóa của Trung Quốc lại rất sôi động. Với tình hình cụ thể như hiện nay thì tình trạng thiếu hụt công suất cảng, chủ yếu là cảng trung chuyển sẽ bắt đầu xuất hiện từ năm 2007 và tới năm 2015 thì công suất cảng của Trung Quốc sẽ thiếu hụt khoảng 18 triệu TEUs.

Trung Quốc đang thực hiện kế hoạch nâng cấp hệ thống cảng biển, nhất là các cảng biển ở miền Nam nhằm nâng công suất cảng lên mức 50.028 ngàn TEUs vào năm 2010 và 60.117 ngàn TEUs vào năm 2015.

Hiện tại, nhằm thu hút thêm khối lượng thương mại ngày một tăng, Trung Quốc đang nhanh chóng cải tạo hải cảng lớn của mình là Thẩm Quyến và Hồng Kông. Cảng Thẩm Quyến dự kiến sẽ trở thành trung tâm trung chuyển hàng xuất khẩu với giá rẻ của vùng Nam Trung Quốc và Hồng Kông sẽ giành cho hàng xuất khẩu cao cấp.

Học tập kinh nghiệm của Trung Quốc, trên cơ sở nghiên cứu luồng hàng hóa lưu chuyển trong khu vực và toàn thế giới, Việt Nam đang tiến hành xây dựng cảng trung chuyển quốc tế Vân Phong.

Hiện nay, các cảng chính của Việt Nam như: Hải Phòng, Sài Gòn, Đà Nẵng cần được đầu tư nâng cấp để nâng công suất cảng nhằm đáp ứng yêu cầu xếp dỡ, vận chuyển hàng hóa cả trong và ngoài nước.

*Kinh nghiệm tổ chức dịch vụ viễn thông hiện đại phục vụ phát triển dịch vụ hậu cần của Mỹ*

Như ta đã biết, thị trường viễn thông của Hoa Kỳ là thị trường viễn thông lớn nhất và có tính cạnh tranh cao nhất thế giới.

Mặc dù công nghệ thông tin đã phát triển ở Mỹ từ lâu nhưng hiện nay nó vẫn liên tục phát triển và phục vụ đắc lực cho phát triển kinh tế nước này. Trong lĩnh vực dịch vụ hậu cần, nhất là trong vận tải hàng hóa, công nghệ thông tin đã giúp cho việc liên hệ giữa chủ hàng, chủ phương tiện vận tải và người tiêu dùng một cách nhanh chóng.

Từ nhiều năm nay, Hoa Kỳ đã thực hiện tự do hóa mạnh mẽ dịch vụ viễn thông và coi đây như là cơ sở hạ tầng quan trọng cho các hoạt động kinh tế, đặc biệt là các ngành cung cấp dịch vụ.

Tuy nhiên, Chính phủ Mỹ vẫn quản lý chặt chẽ hoạt động của dịch vụ viễn thông dựa trên cơ sở của Luật Viễn thông. Ủy ban thông tin liên bang là người đại diện cho Chính phủ thực hiện việc quản lý này trên toàn nước Mỹ.

Ở các bang, ủy ban thông tin thuộc bang cũng giữ quyền quyết định đối với việc điều chỉnh phí cung cấp dịch vụ và các điều kiện hoạt động trong nội bộ bang.

Nước Mỹ đã mở cửa lĩnh vực dịch vụ viễn thông. Các công ty nước ngoài được phép cung cấp dịch vụ viễn thông nội hạt và quốc tế trên cơ sở sự cấp phép của ủy ban thông tin liên bang.

Như vậy, trên thị trường viễn thông Hoa Kỳ, ngoài sự tồn tại và phát triển của các công ty, tập đoàn lớn của Mỹ còn có sự có mặt của các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài. Chính phủ Mỹ vẫn khống chế mức góp vốn của các doanh nghiệp nước ngoài và quản lý hoạt động của họ cho phù hợp với điều kiện cụ thể trên thị trường viễn thông Mỹ.

### **III - THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ HẬU CẦN Ở VIỆT NAM**

Ở Việt Nam, khái niệm "dịch vụ" được du nhập trước hết từ sự xuất hiện của các công ty Logistics nước ngoài mà điển hình là APL Logistics, Maersk

Logistics, Exel, EI, Schenker, Frist Forwarding... Khi đó, các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực dịch vụ hậu cần của Việt Nam chỉ mới dừng lại ở một hoặc một số trong rất nhiều khâu của chuỗi dịch vụ Logistics mà phổ biến là ở các khâu giao nhận, cho thuê kho bãi, vận chuyển nội địa.

Thị trường dịch vụ hậu cần ở Việt Nam hiện còn khá mới mẻ. Tuy nhiên, dịch vụ hậu cần đang ngày càng chứng tỏ vai trò quan trọng của nó trong sự phát triển của nền kinh tế nói chung, và lĩnh vực thương mại nói riêng.

Nếu theo tính toán thì chi tiêu hàng năm của một quốc gia cho các dịch vụ hậu cần là rất lớn. Các nước châu Âu và Mỹ là những quốc gia có nhiều kinh nghiệm về quản lý dịch vụ hậu cần thì chi tiêu cho dịch vụ này cũng chiếm tới khoảng 10% GDP. Với các nước đang phát triển thì chi phí này còn cao hơn. Trung Quốc chi tiêu cho dịch vụ hậu cần chiếm tới 19% GDP.. Ở Việt Nam tuy chưa có thống kê cụ thể nhưng con số này cũng không nhỏ thậm chí là ngang hoặc hơn Trung Quốc.

Hiện nay, ở nước ta, thị trường các loại dịch vụ hậu cần khác nhau có mức độ phát triển rất khác nhau. Các dịch vụ liên quan đến vận chuyển, giao nhận, kho dự trữ, bảo quản hàng hoá... ngày càng được nhiều doanh nghiệp chấp nhận và sử dụng nên đã tương đối phát triển hơn so với các loại dịch vụ khác.

Mức độ thâm nhập thị trường của các dịch vụ khác còn đang ở mức thấp. Có thể thấy rằng, hầu hết các dịch vụ hậu cần hiện nay ở Việt Nam còn yếu. Nếu xét trên phạm vi cả nước, các dịch vụ này đang hoạt động ở mức đủ làm cơ sở cho sự phát triển của chúng trong tương lai.

Thị phần của các doanh nghiệp tư nhân trong thị trường dịch vụ hậu cần còn rất nhỏ. Các doanh nghiệp quốc doanh và doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài có mức chi tiêu lớn hơn cho các dịch vụ hậu cần.

### **1- Định hướng chiến lược phát triển một số ngành dịch vụ ở Việt Nam**

Trong chiến lược phát triển kinh tế do Đại hội Đảng IX đề ra cho giai đoạn 2001 - 2010, lĩnh vực dịch vụ đã được chú ý và có những hướng phát triển khá cụ thể. Đáng chú ý là: *Đưa GDP năm 2010 lên ít nhất gấp đôi năm 2000. Nâng cao rõ rệt hiệu quả và sức cạnh tranh của sản phẩm, doanh nghiệp và nền kinh tế; đáp ứng tốt hơn nhu cầu tiêu dùng thiết yếu, một phần đáng kể nhu cầu sản xuất và đẩy mạnh xuất khẩu, ổn định kinh tế vĩ mô; cân cân thanh toán quốc tế lành mạnh và tăng dự trữ ngoại tệ; bội chi ngân sách, lạm phát, nợ nước ngoài được kiểm soát trong giới hạn an toàn và tác động tích cực đến tăng trưởng. Tích lũy nội bộ nền kinh tế đạt trên 30% GDP. Nhịp độ tăng xuất*

*khẩu gấp trên 2 lần nhịp độ tăng GDP. Tỷ trọng GDP của nông nghiệp 16-17%, công nghiệp 40 - 41%, dịch vụ 42 - 43%...*

Đối với các lĩnh vực dịch vụ hậu cần cụ thể, chiến lược xác định tập trung vào các hướng như sau:

- Phát triển và nâng cao chất lượng dịch vụ vận chuyển, dành thị phần lớn cho doanh nghiệp trong nước vận chuyển hàng hóa Việt Nam theo đường biển và đường hàng không quốc tế. Phát triển mạnh vận chuyển hành khách công cộng ở các thành phố lớn;
- Tiếp tục phát triển nhanh và hiện đại hóa dịch vụ viễn thông; phổ cập sử dụng Internet, điều chỉnh giá cước để khuyến khích sử dụng rộng rãi. Đến năm 2010, số máy điện thoại, số người sử dụng Internet trên 100 dân đạt mức trung bình trong khu vực;
- Mở rộng các dịch vụ tài chính tiền tệ như tín dụng, bảo hiểm, kiểm toán, chứng khoán v.v... đi thẳng vào công nghệ hiện đại, áp dụng các quy chuẩn quốc tế. Từng bước hình thành trung tâm dịch vụ tài chính lớn trong khu vực;
- Toàn bộ hoạt động dịch vụ tính theo giá trị gia tăng đạt nhịp độ tăng trưởng bình quân 7 - 8%/năm và đến 2010 chiếm 42 - 43% GDP, 26 - 27% tổng số lao động.

## **2- Thực trạng phát triển một số dịch vụ hậu cần chủ yếu liên quan đến hoạt động thương mại và xuất nhập khẩu ở Việt Nam**

### ***a/ Thực trạng phát triển dịch vụ vận chuyển***

#### ***+ Đối với dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường biển***

Theo số liệu của Cục hàng hải Việt Nam, tính đến đầu 2004, đội tàu biển Việt Nam có 580 chiếc (chỉ tính tàu có trọng tải 200 DWT trở lên) với tổng trọng tải là 1.540.250 DWT, xếp thứ 60/150 nước trên thế giới và đứng thứ 4/10 nước ASEAN (sau Singapore, Thái Lan, Malaysia).

Hiện tại, Việt Nam có khoảng 120 doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường biển, trong đó các doanh nghiệp Nhà nước sở hữu 62% trọng tải, các công ty TNHH sở hữu 11% trọng tải, công ty cổ phần sở hữu 5% trọng tải và các công ty Liên doanh sở hữu 20% trọng tải. Phần còn lại là phần sở hữu của các HTX.

Với năng lực như trên, hiện nay, Việt Nam mới chỉ đảm nhận chuyên chở khoảng 14 - 15% thị phần hàng hóa xuất nhập khẩu, còn phần lớn đội tàu biển Việt Nam phải đi chở thuê cho các chủ hàng nước ngoài như: Nam Mỹ, Châu phi, Trung Đông và Đông Nam Á..

#### **Bảng 4: Khối lượng hàng hóa xuất nhập khẩu thông qua cảng**

##### **Việt Nam giai đoạn 2001- 2003**

| <b>Loại hàng</b>      | <b>2001</b> | <b>2002</b> | <b>2003</b> |
|-----------------------|-------------|-------------|-------------|
| -Hàng container (TEU) | 1.228.972   | 1.477.562   | 2.043.235   |
| - Hàng lỏng (Tấn)     | 24.865.549  | 28.401.496  | 29.754.834  |
| -Hàng khô (Tấn)       | 40.399.071  | 41.144.221  | 47.970.683  |

*Nguồn: Cục hàng hải Việt Nam*

Như vậy, 85% thị phần hàng hóa xuất nhập khẩu của Việt Nam do các nước ngoài chuyên chở (chủ yếu là vận chuyển dầu thô và container).

Nguyên nhân của việc đội tàu trong nước chỉ khai thác được 14 - 15% thị phần hàng hóa xuất nhập khẩu chủ yếu là do các doanh nghiệp Việt Nam chưa thực sự thay đổi thói quen mua CIF bán FOB. Một số doanh nghiệp vẫn sợ rủi ro về hàng hóa khi mua FOB bán CIF.

Mặt khác, các hãng tàu nước ngoài thường chi trả mức hoa hồng môi giới cao hơn so với mức mà các doanh nghiệp vận tải biển Việt Nam có thể chi trả. Hơn thế, các chính sách, cơ chế của Nhà nước đối với vận tải biển và chính sách khuyến khích các chủ hàng sử dụng tàu biển Việt Nam chưa thực sự được áp dụng trong thực tế.

Chính vì vậy, các chủ tàu Việt Nam đang bị mất thị phần ngay tại cảng biển Việt Nam do năng lực vận tải của tàu kém, không đủ khả năng vận chuyển đường biển dài với khối lượng hàng hóa lớn, cước phí vận tải cao.

Mục tiêu phát triển của ngành vận tải biển Việt Nam là đưa thị phần vận chuyển hàng hóa xuất nhập khẩu đến năm 2010 lên 25% và đến năm 2020 là 35%; vận tải nội địa là 100% hiện đang là bài toán không dễ tìm lời giải đáp..

##### *+ Đối với dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường bộ*

Hiện nay, Chính phủ đã cho phép các thành phần kinh tế được tham gia cung cấp dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường bộ. Kết quả là hàng loạt các hãng vận tải bộ tư nhân ra đời cung cấp dịch vụ vận chuyển trên các địa bàn liên tỉnh. Nhiều liên doanh nước ngoài cũng được thành lập, cùng cạnh tranh với các hãng vận tải trong nước.

Theo kết quả nghiên cứu của cơ quan hợp tác phát triển Nhật Bản JICA, cước phí vận tải đường bộ của Việt Nam đã được điều chỉnh không còn cao



nhu trước mà ở mức ngang bằng hoặc thấp hơn cước phí của các nước trong khu vực.

**Bảng 5: So sánh cước phí vận chuyển đường bộ của Việt Nam với Thái Lan**

| Nước     | Điểm đi      | Điểm đến(Bãi container) | Độ dài(km) | Giá cước(USD) | Trung bình (USD/km) |
|----------|--------------|-------------------------|------------|---------------|---------------------|
| Việt Nam | Hà Nội       | Hải Phòng               | 109        | 150           | 1,38                |
|          | Đại Lộc      | Đà Nẵng                 | 30         | 100           | 0,30                |
|          | Tp.HCM       | Tp.HCM                  | 5          | 36            | 7,14                |
| Thái Lan | Amata Nakhon | Laem Chabang            | 46         | 103           | 2,24                |

*Nguồn:Viện chiến lược phát triển giao thông vận tải.*

Với giá cước hợp lí và số tấn phương tiện lớn, dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường bộ ở Việt Nam có nhiều cơ hội để tiếp cận với thị trường khu vực và quốc tế do sức cạnh tranh được nâng cao.

*+ Đối với dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường sắt*

Vận chuyển hàng hoá bằng đường sắt là lĩnh vực độc quyền của Nhà nước nên không có sự cạnh tranh trong nội bộ như các phân ngành dịch vụ vận chuyển khác. Cho đến nay, thành phần kinh tế tư nhân chưa được phép cung cấp dịch vụ đường sắt.

Thời gian qua, ngành đường sắt Việt Nam đã có những thành công đáng kể trong việc vận chuyển hành khách và hàng hóa. Hiện tại, đường sắt Việt Nam chủ yếu chuyên chở các loại hàng rời, chưa mở dịch vụ vận chuyển hàng chuyên dụng. Với việc mở dịch vụ vận chuyển container tuyến Hà Nội - Hải Phòng với giá cước tương đương cước vận chuyển đường bộ đã đạt năng suất vận chuyển 300 - 400 container/tháng.

Gần đây, ngành đường sắt đã mở thêm các dịch vụ vận chuyển mới như: Giao nhận hàng từ kho tới kho hoặc giao hàng đến tận nhà để phục vụ khách hàng, mở rộng thị trường cung ứng.

*+ Đối với dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường hàng không*

Những năm trước đây, Nhà nước hoàn toàn độc quyền cung cấp dịch vụ hàng không qua Vietnam Airlines.

Do nhu cầu vận chuyển hàng hoá và hành khách qua đường hàng không ngày càng tăng cao, Nhà nước đã cho phép đa dạng hóa đối tượng cung cấp dịch vụ này.

Hiện tại, Việt Nam có 2 hãng cung cấp dịch vụ vận chuyển bằng đường hàng không là Vietnam Airlines và Pacific Airlines (hãng liên doanh giữa các doanh nghiệp Nhà nước). Lượng hàng hóa vận chuyển trong nước bằng đường hàng không rất ít, lượng hàng hóa xuất nhập khẩu vận chuyển bằng đường hàng không chủ yếu là các hàng hóa có giá trị cao và yêu cầu thời gian vận chuyển nhanh như: Linh kiện điện tử xuất và nhập khẩu từ các nước ASEAN, cá ngừ và hoa nhập khẩu từ Nhật Bản.

### ***b/ Thực trạng phát triển dịch vụ giao nhận ở Việt Nam***

Cho đến đầu thập kỷ 90 của thế kỷ XX, Chính phủ quy định chỉ một số ít doanh nghiệp Nhà nước như VIETRANS và VINATRANS mới được phép kinh doanh dịch vụ giao nhận. Tuy nhiên, từ giữa thập kỷ 90, một số nhà giao nhận quốc tế đã được phép khai thác thị trường giao nhận Việt Nam. Họ đã thiết lập các liên doanh với các nhà giao nhận Việt Nam và cung cấp các dịch vụ đạt tiêu chuẩn quốc tế phục vụ nhu cầu vận chuyển hàng hoá phục vụ tiêu dùng trong nước và xuất nhập khẩu.

Chiếm phần đông trong số đó là các nhà giao nhận Nhật Bản. Tuy nhiên, khách hàng của các nhà giao nhận này chủ yếu là các doanh nghiệp liên doanh hoặc 100% vốn nước ngoài. Các doanh nghiệp trong nước hiếm khi sử dụng dịch vụ của các hãng giao nhận nước ngoài. Nguyên nhân là do có sự chênh lệch đáng kể về giá cung cấp dịch vụ giao nhận của các liên doanh và các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ giao nhận trong nước. Ngoài ra, còn có sự tham gia của các hợp tác xã và tư nhân.

Theo quy định của Nghị định 10/CP ngày 19/3/2001 về điều kiện kinh doanh dịch vụ hàng hải, các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế có đủ các điều kiện theo quy định đều được phép kinh doanh 9 loại dịch vụ hàng hải (trong đó có dịch vụ giao nhận hàng hóa). Đối với doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài thì vốn góp của Việt Nam không dưới 51%.

Như vậy, có thể nói, về mặt pháp lý, Nhà nước khuyến khích mọi thành phần kinh tế tham gia cung cấp các dịch vụ hàng hải trong đó có dịch vụ giao nhận. Chính sách này đã thúc đẩy sự cạnh tranh khá mạnh trong ngành, tạo điều kiện thuận lợi hơn cho hoạt động xuất khẩu hàng hóa khi mà các chủ hàng có nhiều sự lựa chọn đối với người cung cấp dịch vụ vận chuyển và giao nhận hàng hoá cho mình.

Có một sự khác nhau lớn về mức phát triển của các nhà giao nhận giữa các vùng trong nước. Không chỉ các liên doanh mà còn có một số nhà giao nhận trong nước cung cấp dịch vụ theo tiêu chuẩn quốc tế như JIT và EDI cho các hàng hóa quốc tế tại và xung quanh khu vực thành phố HCM.

Cũng có các tuyến phân bổ nội địa được các nhà giao nhận trong nước thiết lập tốt tại phía Nam, ví dụ từ thành phố HCM đi Đồng bằng sông Cửu Long. Mặt khác, tại các nơi khác trong cả nước, thậm chí tại đồng bằng sông Hồng, các nhà giao nhận trong nước khó có thể đáp ứng yêu cầu của chủ hàng nước ngoài, dù họ thường chào với giá thấp hơn so với các nhà giao nhận trong nước.

Trong nhiều trường hợp các chủ hàng nước ngoài không hài lòng với chất lượng dịch vụ thấp do những nhà giao nhận trong nước cung cấp vì các lý do nhà giao nhận giao hàng không đúng thời gian, kiểm định thiệt hại không đáng tin cậy, phản hồi không nhiệt tình với các khiếu kiện ... và chủ hàng nước ngoài sẵn sàng trả tiền phí cao để thuê nhà giao nhận nước ngoài.

Với chủ trương đa dạng hóa đối tượng cung cấp dịch vụ trên thị trường của Chính phủ, thị trường dịch vụ giao nhận cũng trở nên cạnh tranh gay gắt hơn. Nếu trước kia chỉ có các công ty Nhà nước được phép cung cấp dịch vụ thì nay đã xuất hiện các doanh nghiệp liên doanh và thậm chí các hợp tác xã và tư nhân cung cấp dịch vụ. Tuy nhiên, nhìn chung các công ty liên doanh vẫn chiếm ưu thế trong cạnh tranh do có các ưu điểm về giá cả và khả năng cung ứng dịch vụ đồng bộ.

Một số nhà giao nhận liên doanh được trang bị các thiết bị như nhà kho và bến container cùng với một số xe tải hoặc xe rơ moóc, trong khi một số liên doanh bố trí thu xếp các thiết bị và xe tải thông qua các nhà giao nhận trong nước. Trong nhiều trường hợp đó là đối tác của liên doanh. Các nhà giao nhận liên doanh cạnh tranh lẫn nhau cũng như cạnh tranh với các nhà giao nhận trong nước cả về chất lượng dịch vụ và giá. Khối lượng hàng hóa giao nhận đang có xu hướng gia tăng nhưng giá sẽ giảm do cạnh tranh.

Hiệp hội giao nhận kho vận Việt Nam hiện có 46 thành viên chính thức và 25 thành viên phụ thuộc bao gồm các doanh nghiệp liên doanh và các doanh nghiệp trong nước. Một số ít các thành viên là doanh nghiệp tư nhân độc lập còn hầu hết các thành viên đều đăng ký dưới sự bảo trợ của một Bộ cụ thể. Những nhà giao nhận loại sau thường có quy mô tương đối lớn.

Qua khảo sát của Ngân hàng hợp tác quốc tế Nhật Bản (JBIC), trong năm 2000, 19 trong tổng số 28 doanh nghiệp Nhà nước đã tự thực hiện dịch vụ vận chuyển hàng hoá của mình. Điều này một phần do các doanh nghiệp trong

nước chưa tin tưởng vào chất lượng dịch vụ do các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận chuyển cung cấp. Trong nhiều trường hợp, chính các doanh nghiệp này đã gây ra những thiệt hại không nhỏ do chậm trễ trong việc giao hàng hoặc thậm chí làm mất hàng của chủ hàng.

### ***c - Thực trạng dịch vụ kho dự trữ, bảo quản hàng hoá***

Dịch vụ kho dự trữ, bảo quản có tác động trực tiếp đến chất lượng hàng hoá, giá cả cuối cùng và quy mô nguồn hàng, do vậy nó cũng tác động trực tiếp đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

Với tình trạng sản xuất manh mún, nhỏ lẻ, không ổn định, và nhất là không thuộc các vùng kinh tế tập trung như hiện nay ở hầu hết các tỉnh thì dịch vụ kho dự trữ, bảo quản sơ chế cho các mặt hàng nông, lâm sản như cà phê, cao su, lạc, tiêu, điều, gạo, trái cây... đang được đặt ra như một nhu cầu cấp bách đối với các doanh nghiệp kinh doanh, đặc biệt là đối với các doanh nghiệp có chức năng mua gom và tiêu thụ các sản phẩm đầu ra cho sản xuất.

Mặc dù vậy, đến nay hệ thống kho dự trữ bảo quản và sơ chế của các doanh nghiệp kinh doanh còn rất nghèo nàn, hạn hẹp về quy mô, thiếu thốn các trang thiết bị, chủ yếu là các kho chưa đạt mức tiêu chuẩn cần thiết. Phần lớn kho tàng được xây dựng từ nhiều năm về trước nên đều đã xuống cấp, nền thấp, mái thấp không đảm bảo độ thông thoáng và khô ráo, thậm chí không đảm bảo cả việc chống dột. Rất ít kho được trang bị hệ thống thiết bị chống ẩm và điều hoà không khí, nhiệt độ. Do đó, với khí hậu nóng ẩm, mưa nhiều ở nước ta, đã gây nhiều khó khăn cho bảo quản các mặt hàng nông, lâm sản, và đặc biệt là cho các hàng hoá xuất khẩu. Một số kho đã được trang bị xe nâng và các thiết bị cơ giới phục vụ cho vận chuyển hàng vào, ra, nhưng việc bốc xếp vẫn sử dụng thủ công là chủ yếu nên năng suất thấp. Trong khi đó, còn thiếu vắng các tổ chức chuyên nghiệp cung cấp loại hình dịch vụ này.

Khác với các dịch vụ khác, để phát triển dịch vụ này đòi hỏi nhà cung ứng phải đầu tư rất lớn về mặt bằng, thiết bị, cũng như có được vị trí thuận lợi cho việc bốc dỡ, vận chuyển hàng hoá... Mặt khác, phải xây dựng được hệ thống kho tàng phù hợp với đặc điểm khác nhau của mỗi loại hàng. Tuy nhiên, để phát triển loại hình dịch vụ này không đòi hỏi quá cao trong việc đào tạo nhân lực. Vì vậy, ở nước ta, để phát triển dịch vụ này đòi hỏi phải có sự trợ giúp nhiều của Nhà nước về vốn cũng như tạo điều kiện bằng các chính sách liên quan.

### **3. Những khó khăn và hạn chế trong phát triển dịch vụ hậu cần ở nước ta hiện nay**

- **Thứ nhất:** Cho đến nay, tổng giá trị khu vực dịch vụ của Việt Nam đã chiếm 38,23% GDP nhưng giá trị của dịch vụ hậu cần chỉ chiếm một tỷ trọng rất nhỏ bé (dưới 1% trong năm 1996 và khoảng dưới 2% trong năm 2001). So sánh với tỷ lệ khoảng trên 10% của một số nước như Singapore, Hàn Quốc và 19% của Trung Quốc ... thì dịch vụ hậu cần ở nước ta còn kém phát triển.

Mặt khác, các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần Việt Nam phần lớn là các doanh nghiệp được thành lập sau so với rất nhiều công ty nước ngoài vốn có kinh nghiệm phát triển kinh doanh Logistics từ rất lâu đời như APL (trên 100 năm), Maersk (gần 100 năm)...

**Thứ hai:** Không gian hoạt động của các công ty kinh doanh dịch vụ hậu cần Việt Nam chỉ trong phạm vi nội địa hoặc một vài nước trong khu vực. Trong khi đó, không gian hoạt động của các công ty nước ngoài chẳng hạn như APL Logistics là gần 100 quốc gia, Maersk Logistics là 60 quốc gia, Exel cũng vậy. Điều này là một trong những cản trở khi các doanh nghiệp đảm nhận các dịch vụ trọn gói cho khách hàng.

**Thứ ba:** Phần lớn các doanh nghiệp Việt Nam chỉ tập trung vào khai thác một hoặc một số dịch vụ hậu cần trong toàn bộ chuỗi cung ứng, phổ biến là ở các khâu giao nhận vận tải (freight forwarding). Đây là hình thức khá đơn giản, các công ty giao nhận đóng vai trò là người buôn cước sỉ sau đó bán lại cho người mua lẻ.

Thông qua hãng vận tải biển, hàng sau khi được gom thành những container sẽ được vận chuyển đến quốc gia của người nhận. Tại đó các đại lý mà các công ty Việt Nam có quan hệ đối tác sẽ làm thủ tục hải quan nhận hàng, dỡ hàng và giao lại cho người mua hàng tại kho.

Như vậy hình thức này chỉ là một bộ phận nhỏ trong toàn bộ chuỗi giá trị gia tăng của dịch vụ hậu cần. Trong chuỗi logistics hiện đại mà các công ty logistics lớn đang cung cấp cho khách hàng của mình như Maersk logistics, APL Logistics, P&O Nedlloyd Logistics... thì nó bao gồm rất nhiều dịch vụ đa dạng với giá trị gia tăng cao mà chúng ta có thể liệt kê ở đây:

- Air Freight Forwarding ( D2D ) - Giao nhận hàng không (từ cửa tới cửa)
- Ocean Freight Forwarding (D2D) - Giao nhận hàng hải (từ cửa tới cửa)
- Freight/ Carrier Management - Quản lý hàng hoá/nhà vận tải
- PO Management - Quản lý đơn hàng
- Vendor management/Compliance - Quản lý và theo dõi cam kết của nhà cung cấp

- Multi - Country Consolidation - Gom hàng từ nhiều quốc gia đến một cảng trung chuyển thường là Singapore, Kaoshiung, Hong Kong.
- QA and QI Programs - Dịch vụ kiểm soát chất lượng hàng hoá
- Data Management/EDI clearing house - Quản lý dữ liệu và cung cấp dữ liệu đầu cuối cho khách hàng
- Documentation - Dịch vụ thu kiểm và chuyển chứng từ

Rõ ràng doanh nghiệp Việt Nam đang bỏ ngỏ rất nhiều lĩnh vực mà chúng ta nên và cần khai thác để nâng cao vị thế của mình.

**Thứ tư:** Chúng ta có thể nhìn thấy rất rõ là trong quan hệ thương mại quốc tế, phần lớn các nhà xuất khẩu của Việt Nam chủ yếu là xuất khẩu hàng theo điều kiện FOB, FCA theo 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 định đoạt về vận chuyển đều do người mua chỉ định và dĩ nhiên người mua sẽ chỉ định một công ty nước họ để thực hiện điều này. Và các công ty kinh doanh dịch vụ hậu cần 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 logistics.

Đơn cử như hãng giày Nike - là công ty có rất nhiều hợp đồng làm ăn với các doanh nghiệp Việt Nam nhưng riêng về dịch vụ vận chuyển và các dịch vụ hậu cần thì các doanh nghiệp Việt Nam không thể tham gia vào trong quá trình thương thảo.

Rõ ràng, một đối tác lớn như Nike thì việc ký được hợp đồng gia công với họ đã là quá tốt đối với các doanh nghiệp da giày của Việt Nam chứ đừng nói đến việc đàm phán về cung cấp dịch vụ logistics. Trên thực tế Nike đang sử dụng hai công ty là Maersk Logistics và APL Logistics cung cấp dịch vụ logistics cho mình.

Nếu như trước đây các nhà nhập khẩu của Việt Nam chủ yếu mua hàng theo điều kiện CIF, CIP (nghĩa là người bán quyết định người chuyên chở) thì nay các doanh nghiệp nhập khẩu của Việt Nam đang chuyển dần sang mua hàng theo điều kiện FOB. Điều này tạo ra cơ hội cho các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần Việt Nam khai thác và phát huy thế mạnh của mình.

Tuy nhiên, một phần khá lớn trong các dịch vụ hậu cần thương mại Việt Nam vẫn nằm trong tay các hãng logistics nước ngoài do có nhiều doanh

nghiệp nước ngoài đầu tư trực tiếp tại Việt Nam mà họ cũng chính là người nhập khẩu hàng nhiều nhất.

**Thứ năm:** Chúng ta đang đối mặt hệ thống hạ tầng giao thông vận tải còn rất thiếu và yếu. Điều này làm cho các chi phí dịch vụ hậu cần của Việt Nam sẽ cao hơn hẳn các nước khác. Bản thân các công ty logistics sẽ tốn nhiều chi phí đầu tư, làm giảm lợi nhuận của họ cũng như khả năng mở rộng dịch vụ.

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

Để làm được điều này đòi hỏi phải có giải pháp đầu tư tổng thể và chi tiết, có định hướng dài hạn. Hơn thế nữa việc đầu tư xây dựng hệ thống IT cũng giúp chính các doanh nghiệp nâng cao hiệu quả và năng suất. Cụ thể trong lĩnh vực dịch vụ hậu cần, các doanh nghiệp cần đầu tư xây dựng hệ thống phần mềm TMS (Transport Management System) hoặc WMS (Warehouse Management System)... Những hệ thống này sẽ giúp doanh nghiệp giảm chi phí, nâng cao năng suất hơn rất nhiều.

**Thứ bảy:** Cho tới nay các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần của Việt Nam hoạt động còn rất độc lập thiếu hẳn sự liên kết cần thiết. Trong xu hướng outsourcing (mỗi doanh nghiệp cần tập trung vào thế mạnh của mình và sẽ thuê ngoài các dịch vụ không phải là thế mạnh) thì tính liên kết cần thiết hơn bao giờ hết. Một công ty giao nhận có thể liên kết với một công ty về kho bãi, về vận chuyển, về môi giới, về hàng không... tạo thành một chuỗi liên kết chặt chẽ. Mô hình dịch vụ tổng thể hay còn được gọi dưới cái tên One-stop Shop (chỉ dừng một lần có thể mua được tất cả những gì mình cần) là một xu thế phổ biến.

**Thứ tám:** Về vai trò của Nhà nước.

Vai trò định hướng và hỗ trợ của Nhà nước là cực kỳ quan trọng trong phát triển dịch vụ hậu cần. Nếu nhìn sang Singapore chúng ta có thể thấy sức mạnh của Nhà nước tác động đến một ngành hay lĩnh vực nào đó như thế nào.

Singapore đã xây dựng hệ thống cảng biển, công ty vận tải biển, hãng hàng không... thành một chuỗi dịch vụ theo đúng mô hình One - Stop Shop.

Còn chúng ta mới chỉ có Hiệp hội giao nhận kho vận Việt nam, Hiệp hội vận tải biển Việt Nam, Hiệp hội cảng biển Việt Nam...nhưng Singapore đã chuyển Hiệp hội giao nhận thành Hiệp hội logistics từ khá lâu.

***Thứ chín:*** Về vấn đề nhân lực cho phát triển dịch vụ hậu cần.

Chúng ta hiện đang thiếu một đội ngũ cán bộ chuyên nghiệp và được đào tạo bài bản trong các lĩnh vực dịch vụ hậu cần. Bản thân các trường Đại học lớn cũng chưa có khoa dạy về ngành này. Có chăng chỉ là giới thiệu một cách đại cương. Hơn bao giờ hết sự thành công bắt đầu từ con người. Chúng ta cần xây dựng chiến lược phát triển nguồn nhân lực cho phát triển dịch vụ hậu cần.



### **CHƯƠNG III**

## **MỘT SỐ GIẢI PHÁP CHỦ YẾU NHẪM PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ HẬU CẦN Ở VIỆT NAM**

### **I - KHẢ NĂNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ HẬU CẦN THẾ GIỚI**

#### **1 - XU THẾ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ HẬU CẦN THẾ GIỚI**

Như ta đã biết, sự phát triển của dịch vụ hậu cần 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 hậu cần thế giới sẽ phát triển theo các xu hướng cơ bản sau:

#### ***a/ Xu thế toàn cầu hoá và tự do hoá thương mại dịch vụ nói chung và dịch vụ hậu cần nói riêng***

Như ta đã biết, 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, các 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 hậu cần toàn cầu - *logistics toàn cầu* (Global Logistics ).

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

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 về việc cung cấp các dịch vụ hậu cần thương mại như: Dịch vụ vận chuyển, dịch vụ giao nhận, dịch vụ kho bãi và các dịch vụ phụ trợ cũng rất lớn.

Mặt khác, sự phát triển của khoa học công nghệ 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 hậu cần 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 hậu cần 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 hậu cần 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 hậu cần (logistics) toàn cầu để cung cấp dịch vụ theo yêu cầu của khách hàng.

Tuy nhiên, các hệ thống dịch vụ hậu cần ở các khu vực khác nhau, các quốc gia khác nhau có thể không hoàn toàn giống nhau, nhưng tất cả các hệ thống dịch vụ hậu cần 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 phục vụ khách hàng 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. Trong lĩnh vực dịch vụ hậu cần 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 mua các dịch vụ như: Vận chuyển, giao nhận, kho bãi, dự trữ.. và nếu đi mua thì mua của ai?

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 hậu cần toàn cầu của chính mình 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 hậu cần 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 tính chất rộng mở trên phạm vi toàn cầu của thị trường các dịch vụ hậu cần 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.

Nói cách khác, sự gia tăng mức độ cạnh tranh toàn cầu cũng như sự phát triển của khoa học công nghệ 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 hậu cần phục vụ cho việc lưu chuyển hàng hoá nội địa và xuất nhập khẩu.

### ***c/ Xu thế hợp tác khu vực và quốc tế trong việc phát triển các dịch vụ hậu cần***

Sử dụng nhà cung cấp dịch vụ hậu cần là một xu hướng khá thịnh hành vì họ không chỉ đơn thuần là người cung cấp dịch vụ vận tải đa phương thức, mà còn là người tổ chức các dịch vụ khác như: Quản lý kho hàng, bảo quản hàng trong kho, thực hiện các đơn đặt hàng, tạo thêm giá trị gia tăng cho hàng hoá bằng cách lắp 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 lĩnh vực dịch vụ hậu cần) và toàn thể xã hội. Chính nhờ những tiến bộ của công nghệ thông tin mà dịch vụ hậu cần đã phát triển lên một nấc thang mới. Giờ đây chỉ cần ngồi tại một trung tâm dịch vụ hậu cần (logistics), nhờ mạng máy tính, có thể biết được hàng của mình đang ở đâu? Trong tình trạng thế nào? Và cũng nhờ công nghệ thông tin mà ta có thể tiết kiệm một khoản chi phí đáng kể trong hoạt động dịch vụ hậu cần (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 thường theo những 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 hậu cần (logistics);
- Không ngừng cải tiến bộ máy quản lý, tích cực đào tạo nhân viên trong các công ty logistics;

## **2 - Dự báo khả năng phát triển dịch vụ hậu cần thế giới đến 2010**

### ***a/ 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 hậu cần, 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 thông qua toàn cầu dự kiến sẽ đạt 300 - 350 triệu TEU vào năm 2005 và khoảng 410 - 530 TEU vào năm 2010 (Tốc độ tăng trưởng hàng năm đạt khoảng 9%) 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 kết luận 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 tập 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.

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. Trong 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 công ty vận tải khổng lồ cũng đã xuất hiện với năng lực và phạm vi hoạt động rất lớn.

Như vậy, đến năm 2010, 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.

### ***b/ Về dịch vụ giao nhận***

Đây là dịch vụ mà người thực hiện dịch vụ này 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, nó 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.

### ***c/ 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 tới là vấn đề hết sức quan trọng của các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần.

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 hiển nhiên 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.

Tuy nhiên, việc xây dựng kho và mua sắm trong thiết bị trong kho để bảo quản hàng hoá là rất cần thiết.

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 hậu cần.

Với xu hướng phát triển dịch vụ hậu cần 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 hậu cần 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, dịch hoạ...

## II - TRIỂN VỌNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ HẬU CẦN Ở VIỆT NAM ĐẾN 2010

### 1 - Một số quan điểm về phát triển dịch vụ hậu cần ở Việt Nam

Để thực hiện việc lưu chuyển hàng hoá trong nội bộ nền kinh tế và xuất nhập khẩu trong điều kiện hội nhập một cách hiệu quả, vai trò của các dịch vụ hậu cần là hết sức quan trọng.

Trong thời gian tới đây, xu thế tự do hoá thương mại trên phạm vi toàn cầu đòi hỏi các ngành dịch vụ hậu cần cũng phải phát triển cho tương xứng khi mà khối lượng hàng hoá và dịch vụ trao đổi giữa các nước, các khu vực và trên toàn thế giới tăng nhanh.

Ở Việt Nam, trong Chiến lược phát triển kinh tế do Đại hội Đảng IX đề ra cho giai đoạn 2001 - 2010, lĩnh vực dịch vụ nói chung và các dịch vụ hậu cần nói riêng đã được chú ý và có những hướng phát triển khá cụ thể.

Với mục tiêu “đưa GDP năm 2010 tăng ít nhất gấp 2 lần so với năm 2000; nhịp độ tăng xuất khẩu gấp trên 2 lần nhịp độ tăng GDP, tỷ trọng GDP của nông nghiệp là 16 - 17%; công nghiệp là 40 - 41%; **dịch vụ là 42-43%...**” Đảng ta chủ trương chú trọng phát triển kết cấu hạ tầng, tạo cơ sở vật chất cho các dịch vụ hậu cần phát triển như: Xây dựng đường sá, cầu cống, bến cảng, nhà ga, sân bay, giao thông đô thị, giao thông nông thôn, kết cấu hạ tầng công nghệ thông tin...

Đối với các ngành dịch vụ cụ thể, Chiến lược xác định tập trung vào các hướng sau:

- Phát triển mạnh thương mại, mở rộng thị trường trong nước, tăng cường hội nhập kinh tế để tìm kiếm và mở rộng thị trường xuất khẩu cho các sản phẩm của Việt Nam.
- Phát triển và nâng cao chất lượng dịch vụ vận tải, nâng sức cạnh tranh để ngành này có thể vươn ra thị trường khu vực và thế giới. Dành thị phần lớn cho doanh nghiệp trong nước vận chuyển hàng hoá Việt Nam theo đường biển và đường hàng không quốc tế...
- Tiếp tục phát triển nhanh và hiện đại hoá dịch vụ bưu chính - viễn thông, phổ cập sử dụng Internet, điều chỉnh giá cước để khuyến khích số người sử dụng Internet và điện thoại đạt mức trung bình trong khu vực.
- Mở rộng các dịch vụ tài chính, tiền tệ như: Tín dụng, bảo hiểm, kiểm toán, chứng khoán..., áp dụng công nghệ hiện đại và các quy chuẩn quốc tế.

- Phấn đấu đưa toàn bộ hoạt động dịch vụ tăng trưởng ở mức 7 - 8%/năm và đến năm 2010 chiếm 42 - 43% GDP và 26 - 27% tổng số lao động.

Để đạt được mục tiêu trên, một số quan điểm phát triển các ngành dịch vụ, đặc biệt là dịch vụ hậu cần trong thời gian từ nay đến năm 2010 cần được quán triệt là:

*- Quan điểm thứ nhất: Dịch vụ hậu cần cần được phát triển song song và phục vụ đắc lực cho việc phát triển sản xuất - kinh doanh*

Như ta đã biết, dịch vụ hậu cần có vai trò hết sức quan trọng trong việc đảm bảo phát triển sản xuất - kinh doanh của doanh nghiệp cũng như toàn bộ nền kinh tế.

Nếu không có các dịch vụ vận chuyển, giao nhận, kho bãi...hoặc có nhưng không đáp ứng đủ nhu cầu thì hoạt động của các doanh nghiệp sản xuất - kinh doanh sẽ không đảm bảo liên tục và có hiệu quả được.

Doanh nghiệp sản xuất sẽ thiếu vật tư, nguyên liệu và các yếu tố đầu vào khác để duy trì hoạt động sản xuất nếu không có phương tiện vận tải đưa chúng đến từ nơi cung cấp. Ngược lại, sản phẩm của doanh nghiệp sản xuất ra sẽ bị ứ đọng, không đưa được đến tay người tiêu dùng nếu thiếu phương tiện vận tải hoặc năng lực vận tải không đáp ứng đủ nhu cầu hoặc công tác giao nhận, kho bãi quá yếu kém.

Vì vậy, dịch vụ hậu cần ở Việt Nam cần được phát triển cùng với sự phát triển của nền kinh tế và phải coi việc phục vụ cho phát triển sản xuất - kinh doanh là nhiệm vụ quan trọng hàng đầu.

*- Quan điểm thứ hai: Phát triển dịch vụ hậu cần phải đạt được mục tiêu đưa sản phẩm sản xuất ra đến tay người tiêu dùng một cách nhanh nhất và với chi phí thấp nhất*

Cũng như các ngành kinh tế khác, hoạt động của các ngành dịch vụ nói chung và dịch vụ hậu cần nói riêng luôn phải gắn với vấn đề hiệu quả kinh tế.

Với vai trò đảm bảo cho hoạt động lưu thông hàng hoá trong nước và xuất nhập khẩu được thuận tiện, nhanh chóng, hiệu quả, phát triển các dịch vụ hậu cần phải đạt được mục đích đưa sản phẩm của các doanh nghiệp sản xuất ra đến với người tiêu dùng một cách nhanh nhất, kịp thời nhất và tiết kiệm chi phí nhất.



Việc rút ngắn thời gian lưu chuyển hàng hoá từ nơi sản xuất đến nơi tiêu thụ sẽ là cơ sở để đảm bảo tăng nhanh vòng quay vốn, rút ngắn chu kỳ kinh doanh, nâng cao hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp.

Mặt khác, đây cũng là cơ sở để các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần có thể tiết kiệm chi phí trong các khâu vận chuyển, bảo quản, giao nhận hàng hoá và từ đó làm hạ giá thành sản phẩm.

Những năm gần đây, Việt Nam đã cố gắng cải thiện chất lượng các dịch vụ hậu cần song các dịch vụ hỗ trợ liên quan đến lưu thông hàng hoá trong nước và xuất nhập khẩu vẫn còn nhiều hạn chế. Với chất lượng các dịch vụ chưa cao, năng suất và hiệu quả sử dụng phương tiện vận tải thấp, cước phí vận chuyển cao, cơ sở hạ tầng cho các dịch vụ hậu cần như: Đường sá, cầu, cống, điện nước... ít được nâng cấp và cải thiện đã làm cho tổng chi phí của hàng hoá đang ở mức cao. Đây sẽ là hạn chế lớn để các doanh nghiệp và hàng hoá của Việt Nam nâng cao sức cạnh tranh trên thị trường.

Trong thời gian tới, để đảm bảo mục tiêu đưa sản phẩm, hàng hoá đến tay người tiêu dùng một cách nhanh nhất, với giá cả cạnh tranh thì bên cạnh việc đấu tranh hạ giá thành sản xuất, các doanh nghiệp cần phải thực hiện tiết kiệm chi phí ở tất cả các khâu trong quá trình đưa sản phẩm từ kho của người sản xuất đến tay người tiêu thụ. Có như vậy, hàng hoá và doanh nghiệp Việt Nam mới có thể cạnh tranh được với các doanh nghiệp, tập đoàn kinh doanh dịch vụ hậu cần lớn trên thế giới trong bối cảnh hội nhập và cạnh tranh gay gắt.

Với quan điểm này, song song với việc các nhà sản xuất đấu tranh giảm chi phí để sản xuất ra một đơn vị sản phẩm, các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần cũng phải không ngừng đấu tranh giảm chi phí và thời gian cần thiết để đưa sản phẩm từ kho của nhà sản xuất đến nơi tiêu thụ. Đây là vấn đề hết sức quan trọng đòi hỏi các doanh nghiệp phải nỗ lực phấn đấu về mọi mặt bên cạnh sự hỗ trợ từ phía Nhà nước.

***Quan điểm thứ ba: Dịch vụ hậu cần ở Việt Nam cần được đầu tư phát triển theo hướng hiện đại hoá, ứng dụng tiến bộ của khoa học công nghệ ở tất cả các khâu, các lĩnh vực của dịch vụ hậu cần***

Hiện nay, Việt Nam đang trong quá trình công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước. Quá trình công nghiệp hoá, hiện đại hoá nền kinh tế ở Việt Nam được thực hiện ở tất cả các bộ phận, các ngành, các lĩnh vực kinh tế và dịch vụ hậu cần cũng không nằm ngoài tiến trình chung đó.

Thực hiện công nghiệp hoá, hiện đại hoá trong lĩnh vực vận chuyển, các doanh nghiệp sẽ có cơ hội để mua sắm các phương tiện vận tải hiện đại với năng lực vận chuyển lớn, có khả năng khai thác cả ở tuyến nội địa và tuyến viễn dương (đối với tàu biển) và vận tải quốc tế (đối với các phương tiện vận tải đường bộ và đường hàng không).

Mặt khác, quá trình công nghiệp hoá, hiện đại hoá cũng sẽ tạo cơ hội cho các doanh nghiệp có thể xây dựng được hệ thống kho bãi với các trang thiết bị hiện đại phục vụ việc cất giữ, bảo quản hàng hoá được tiện lợi, an toàn, tránh hiện tượng hàng hoá bị thiếu hụt về số lượng hoặc xuống cấp chất lượng trong quá trình lưu giữ tại kho bãi.

Riêng đối với dịch vụ dự trữ hàng hoá, việc thực hiện công nghiệp hoá, hiện đại hoá sẽ giúp các doanh nghiệp có khả năng xây dựng các kho dự trữ thích hợp, có khả năng mua sắm các thiết bị hiện đại để bảo quản hàng hoá, nhất là các hàng hoá có nhu cầu bảo quản đặc biệt như: Các mặt hàng thuỷ sản, các mặt hàng rau quả, các mặt hàng thực phẩm tươi và chế biến...

Như vậy, việc thực hiện quá trình công nghiệp hoá, hiện đại hoá, ứng dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật trong các lĩnh vực của dịch vụ hậu cần là hết sức cần thiết để phát triển dịch vụ này ở Việt Nam. Quán triệt và thực hiện tốt quan điểm này sẽ là điều kiện quan trọng để các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần ở Việt Nam có đủ sức cạnh tranh và có đủ điều kiện tham gia dịch vụ hậu cần toàn cầu.

***Quan điểm thứ tư: Phát triển dịch vụ hậu cần ở Việt Nam cần có những bước tiến nhảy vọt để theo kịp với sự phát triển của dịch vụ hậu cần khu vực và toàn cầu***

Cho đến nay, Việt Nam đang từng bước hội nhập sâu vào nền kinh tế khu vực và thế giới. Với vai trò của các ngành dịch vụ phục vụ quá trình lưu chuyển hàng hoá phục vụ người tiêu dùng ở cả trong và ngoài nước, các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần cần tăng cường hợp tác khu vực và quốc tế để nâng cao hiệu quả hoạt động của mình.

Riêng trong lĩnh vực vận chuyển hàng hoá bằng đường biển, khi thực hiện việc lưu chuyển hàng hoá xuất nhập khẩu, ngoài việc tuân thủ các quy định của các công ước quốc tế về hàng hải, các doanh nghiệp Việt Nam còn phải tuân thủ các quy định của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) và các cam kết của ASEAN có liên quan đến vận chuyển hàng hoá bằng đường biển.

Hiện tại, hơn 95% hàng hoá xuất nhập khẩu của Việt Nam được chuyên chở bằng đường biển và ngành hàng hải Việt Nam được đánh giá là ngành kinh tế có đóng góp tích cực vào việc phát triển kinh tế - xã hội của đất nước, có ảnh hưởng trực tiếp đến cả đầu vào và đầu ra của quá trình sản xuất hàng hoá và dịch vụ.

Quá trình tự do hoá dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường biển đòi hỏi phải mở cửa thị trường dịch vụ vận tải biển Việt Nam và dành ưu đãi quốc gia cho các nhà cung cấp dịch vụ nước ngoài bên cạnh đãi ngộ tối huệ quốc.

Tóm lại, mở cửa thị trường các lĩnh vực dịch vụ hậu cần đang là thách thức to lớn đối với các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần ở Việt Nam, nhất là khi các lĩnh vực dịch vụ hậu cần ở Việt Nam chưa phát triển cả về cơ sở hạ tầng lẫn pháp luật điều chỉnh, năng lực quản lý, năng lực phát triển kinh doanh của các doanh nghiệp Việt Nam chưa ở mức cao.

Trước bối cảnh đó, các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần muốn phát triển phải chủ động hội nhập vươn ra thị trường khu vực và thế giới, không trông chờ vào sự bảo hộ và trợ cấp của Nhà nước. Cụ thể là các doanh nghiệp cần nghiên cứu và nắm vững các yêu cầu về tự do hoá dịch vụ vận tải biển và các dịch vụ có liên quan của WTO và các nội dung cam kết về lĩnh vực này trong ASEAN để từ đó chủ động xây dựng lộ trình tự do hoá các dịch vụ và phân ngành dịch vụ một cách hợp lý.

Trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế, quan điểm về tăng cường hợp tác quốc tế và khu vực trong phát triển dịch vụ hậu cần cần được quán triệt cả ở các cơ quan quản lý Nhà nước và các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế tham gia dịch vụ hậu cần. Đây sẽ là điều kiện quan trọng để các nước thực hiện tự do hoá thương mại dịch vụ nói chung và tự do hoá thương mại các lĩnh vực dịch vụ hậu cần nói riêng.

## **2 - Dự báo khả năng phát triển một số phân ngành dịch vụ hậu cần ở Việt Nam đến 2010 và 2020**

### **a/ Dự báo phát triển dịch vụ vận chuyển**

#### **+ *Dự báo khối lượng hàng hoá vận chuyển***

Theo tính toán của Viện Chiến lược phát triển Giao thông vận tải, khối lượng hàng hoá vận chuyển bằng đường biển tăng nhanh trong thời kỳ từ 2006 - 2010, kể cả hàng hoá xuất nhập khẩu và hàng hoá vận tải ven biển nội địa.

- Khối lượng hàng hoá xuất nhập khẩu

Dự báo khối lượng hàng hoá xuất nhập khẩu vận chuyển bằng đường biển năm 2010 đạt 108 triệu tấn, năm 2020 đạt 210 triệu tấn. Tốc độ tăng khối lượng hàng hoá vận chuyển bằng đường biển 6,8%/năm là phù hợp với tốc độ phát triển kinh tế cùng giai đoạn (năm 2001, con số này là 57,79 triệu tấn).

- Khối lượng hàng vận chuyển ven nội địa

Dự báo khối lượng hàng vận chuyển ven nội địa giai đoạn 2006 - 2010 đạt 46,3 triệu tấn (tăng 17%/năm) chủ yếu là do lượng dầu thô phục vụ cho 2 nhà máy lọc dầu mới hoạt động.

Đến năm 2020 đạt 68,6 triệu tấn, tốc độ tăng 4%/năm là do đến giai đoạn này có nhiều nhà máy mới đã được xây dựng và đã đi vào sản xuất từ giai đoạn 2010, đến giai đoạn này chỉ mở rộng sản xuất nên không xuất hiện sự tăng luồng hàng đột biến như giai đoạn 2010-2010.

**Bảng 6: Dự báo khối lượng hàng hoá vận chuyển bằng đường biển của Việt Nam đến 2010 và 2020**

Đơn vị: 10<sup>3</sup> tấn,

| TT         | Hàng hoá                          | Năm 2001       | Năm 2010       | Năm 2020       |
|------------|-----------------------------------|----------------|----------------|----------------|
| <b>I</b>   | <b>Hàng hoá xuất nhập khẩu</b>    | <b>57.790</b>  | <b>108.000</b> | <b>210.000</b> |
| 1          | Hàng xuất khẩu                    | 32.309         | 58.000         | 109.000        |
| -          | Hàng lỏng                         | 16.800         | 9.000          | 7.000          |
| -          | Hàng container                    | 4.916          | 25.600         | 53.500         |
| -          | Hàng khô                          | 10.593         | 23.400         | 48.500         |
| 2          | Hàng nhập khẩu                    | 25.481         | 50.000         | 101.000        |
| -          | Hàng lỏng                         | 9.100          | 9.000          | 18.800         |
| -          | Hàng container                    | 5.267          | 20.100         | 47.100         |
| -          | Hàng khô                          | 11.114         | 20.900         | 35.100         |
| <b>II</b>  | <b>Hàng nội địa</b>               | <b>24.356</b>  | <b>97.700</b>  | <b>147.900</b> |
| -          | Hàng lỏng                         | 9.453          | 41.800         | 64.000         |
| -          | Hàng container                    | 5.300          | 10.300         | 20.300         |
| -          | Hàng khô                          | 9.603          | 45.600         | 63.600         |
| <b>III</b> | <b>Hàng quá cảnh/trung chuyển</b> | <b>9.626,8</b> | <b>19.000</b>  | <b>40.000</b>  |
|            | <b>Tổng cộng</b>                  | <b>91.772</b>  | <b>224.700</b> | <b>397.900</b> |

Nguồn: Viện Chiến lược phát triển Giao thông vận tải

Trong vận chuyển hàng hoá bằng đường biển, thì tốc độ tăng của lượng hàng hoá thông qua các cụm cảng khác nhau cũng khác nhau. Tốc độ tăng trưởng bình quân hàng năm trong cả giai đoạn 2001 - 2010 và 2010 - 2020 của hàng hoá thông qua hệ thống cảng tương ứng là 10,4% và 6%/năm.

Hàng thông qua cảng chủ yếu tập trung ở cụm cảng Miền Bắc và cụm cảng Đông Nam Bộ do phạm vi thu hút của hai cụm cảng này lớn hơn hẳn các cụm cảng khác.

**Bảng 7: Dự báo khối lượng hàng hoá thông qua các cụm cảng năm 2010 - 2020**

| Cụm cảng              | Xuất khẩu     | Nhập khẩu     | Nội địa       | Tổng XNK và nội địa | Trong đó: hàng lỏng | Quá cảnh     | Tổng cộng     |
|-----------------------|---------------|---------------|---------------|---------------------|---------------------|--------------|---------------|
| <b>Năm 2010</b>       |               |               |               |                     |                     |              |               |
| <i>Cả nước</i>        | <b>58000</b>  | <b>50000</b>  | <b>97700</b>  | <b>205700</b>       | <b>45680</b>        | <b>19000</b> | <b>224700</b> |
| Cụm cảng Miền Bắc     | 13081         | 13075         | 23176         | 49332               | 3712                |              |               |
| Cụm cảng Bắc Trung Bộ | 2014          | 2593          | 15910         | 20517               | 9981                |              |               |
| Cụm cảng Nam Trung Bộ | 5956          | 4535          | 14912         | 25402               | 12894               |              |               |
| Cụm cảng Đông Nam Bộ  | 29617         | 21689         | 33488         | 84974               | 16144               |              |               |
| Cụm cảng ĐBSCL        | 7333          | 8108          | 10214         | 25655               | 2949                |              |               |
| <b>NĂM 2020</b>       |               |               |               |                     |                     |              |               |
| <i>Cả nước</i>        | <b>109000</b> | <b>101000</b> | <b>147900</b> | <b>357900</b>       | <b>67007</b>        | <b>40000</b> | <b>397900</b> |
| Cụm cảng Miền Bắc     | 24554         | 27369         | 31916         | 83838               | 6704                |              |               |
| Cụm cảng Bắc Trung Bộ | 10239         | 5628          | 27424         | 43292               | 15138               |              |               |
| Cụm cảng Nam Trung Bộ | 10947         | 8996          | 24058         | 44000               | 19109               |              |               |
| Cụm cảng Đông Nam Bộ  | 51766         | 41218         | 49620         | 142604              | 24437               |              |               |
| Cụm cảng ĐBSCL        | 11495         | 17789         | 14882         | 44167               | 1619                |              |               |

Nguồn: Viện Chiến lược phát triển Giao thông vận tải

Trong tổng khối lượng hàng qua cảng 2010, khối lượng hàng xuất nhập khẩu chiếm 48%, hàng nội địa chiếm 43,5% (trong đó hàng lỏng chiếm 17%), hàng quá cảnh chiếm 8,5%.

Trong tổng khối lượng hàng hoá qua cảng 2020, hàng hoá xuất nhập khẩu chiếm 53%, hàng nội địa chiếm 37% (trong đó hàng lỏng chiếm 17%), hàng quá cảnh chiếm 10%.

**+ Về cơ cấu hàng hoá vận chuyển**

**- Đối với hàng xuất khẩu**

*Hàng rời:*

Giai đoạn từ 2006 -2010, thị phần xuất khẩu hàng rời giảm từ 12% xuống 5% do xuất khẩu nguyên liệu giảm dần và hàng xuất khẩu chở bằng container tăng nhanh làm thay đổi thị phần hàng hoá.

Đến năm 2020 thị phần hàng rời lại tăng so với giai đoạn 2010 do xuất hiện quặng sắt xuất khẩu của khu liên hợp Thạch Khê, 6 triệu tấn/năm.

*Hàng bách hoá:*

Hàng bách hoá tăng đáng kể từ 20% năm 2001 lên 35% năm 2010 do có xuất khẩu alumin, xi măng, lương thực và nhất là các sản phẩm công nghiệp.

*Hàng container:*

Giai đoạn từ 2006 -2010, khối lượng hàng hoá xuất khẩu vận chuyển bằng container tăng nhanh một phần do khối lượng các mặt hàng thuỷ sản, may mặc, giày da... xuất khẩu tăng nhanh và đặc biệt là do tốc độ container hoá nhanh.

*Hàng lỏng:*

Xuất khẩu dầu thô giảm mạnh dự báo chỉ còn 9 triệu tấn năm 2010 (từ 16,8 triệu tấn năm 2001) do Việt Nam đang đưa các nhà máy lọc dầu công suất 13,2 triệu tấn dầu thô (2010) và 19,8 triệu tấn (vào 2020) vào hoạt động.

#### **- Đối với hàng nhập khẩu**

*Hàng bách hoá:* Thị phần giảm dần do xu thế container hoá tăng nhanh.

*Hàng container:* Tăng rất nhanh do nhu cầu nhập máy móc thiết bị tăng nhanh và xu thế container hoá nhanh.

*Hàng lỏng:* Đến năm 2010 nhập khẩu xăng dầu giảm do có 2 nhà máy lọc dầu trong nước. Song đến 2020 xăng dầu nhập khẩu lại tăng (17 triệu tấn) do nhu cầu tiêu thụ xăng dầu trong nước rất lớn mặc dù mở rộng công suất nhà máy lọc dầu Dung Quất.

#### **- Đối với hàng hoá vận chuyển nội địa**

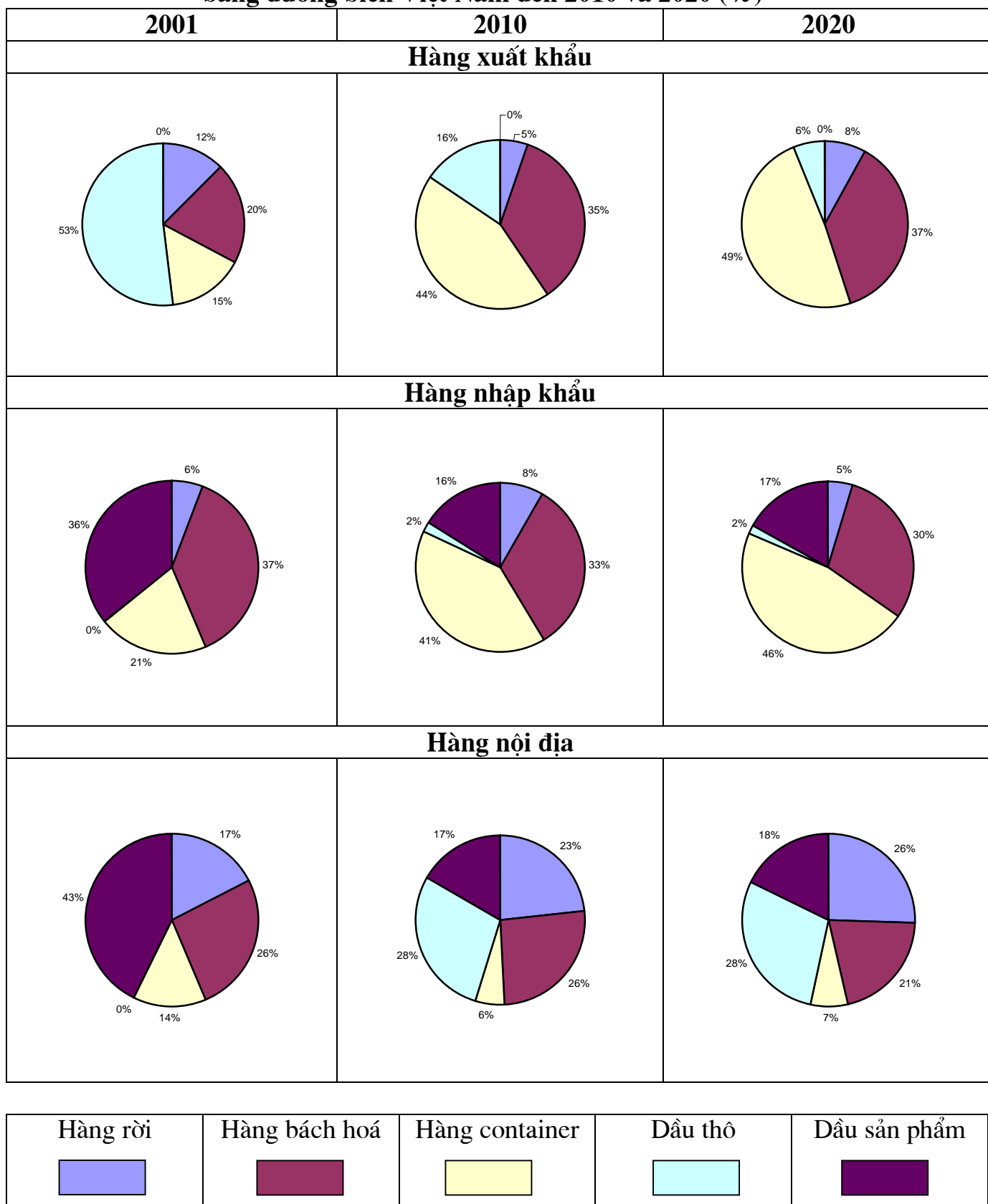
Khối lượng vận chuyển của tất cả các loại hàng hoá đều tăng. Khối lượng của hàng lỏng tăng đột biến do nhu cầu tiêu thụ xăng dầu tăng nhanh, sản xuất xăng dầu trong nước cũng tăng nên vận chuyển tăng. Do khối lượng vận chuyển xăng dầu tăng đột biến làm thay đổi cơ cấu loại hàng vận chuyển, thị phần vận tải container giảm. Khối lượng hàng khô cũng tăng đột biến giai đoạn 2001-2010 do nhu cầu vận chuyển than, xi măng, clinker từ Bắc vào Nam tăng, giai đoạn 2010-2020 tiếp tục tăng nhưng tốc độ tăng chậm hơn trước.

**Bảng 8: Khối lượng, cơ cấu hàng hoá nội địa đội tàu Việt Nam đảm nhận**Đơn vị: 10<sup>3</sup> tấn

| Loại hàng        | Năm 2001      |              | Năm 2010      |              | Năm 2020      |              |
|------------------|---------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|
|                  | Khối lượng    | Cơ cấu (%)   | Khối lượng    | Cơ cấu (%)   | Khối lượng    | Cơ cấu (%)   |
| Hàng khô         | 4.802         | 43,5         | 22.800        | 49,2         | 31.800        | 51,2         |
| Hàng bách hoá    | 3.303         | 30,0         | 12.000        | 25,9         | 14.300        | 20,8         |
| Hàng rời         | 1.499         | 13,6         | 10.800        | 23,3         | 17.500        | 25,5         |
| Hàng container   | 1.500         | 13,6         | 10.800        | 23,3         | 17.500        | 25,5         |
| Hàng lỏng        | 4.727         | 42,9         | 20.900        | 45,1         | 32.000        | 46,6         |
| Dầu thô          | 0             | 0,0          | 13.200        | 28,5         | 19.800        | 28,9         |
| Dầu sản phẩm     | 4.727         | 42,9         | 7.700         | 16,6         | 12.200        | 17,8         |
| <b>Tổng cộng</b> | <b>11.028</b> | <b>100,0</b> | <b>46.300</b> | <b>100,0</b> | <b>68.600</b> | <b>100,0</b> |

Nguồn: Viện Chiến lược phát triển Giao thông vận tải

**Sơ đồ dự báo cơ cấu hàng hoá vận chuyển  
bằng đường biển Việt Nam đến 2010 và 2020 (%)**



Nguồn: Viện Chiến lược phát triển Giao thông vận tải



## **b/ Dự báo phát triển dịch vụ giao nhận ở Việt Nam đến 2010 và 2020**

Hiện nay, tại các cảng biển, việc phối hợp trung chuyển hàng hoá giữa các phương thức vận tải chưa tốt, công tác giao nhận hàng hoá chưa phù hợp với từng mặt hàng... Điều đó dẫn đến việc kéo dài thời gian chờ đợi của phương tiện vận tải, gây ô nhiễm môi trường, ách tắc giao thông, đặc biệt ở những cảng nằm trong các thành phố lớn.

Để khắc phục tình trạng trên, công tác giao nhận hàng hoá cần được phát triển theo hướng hiện đại, với hiệu quả cao để giảm chi phí, tăng doanh thu từ các hoạt động này.

## **III - MỘT SỐ GIẢI PHÁP VÀ KIẾN NGHỊ ĐỂ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ HẬU CẦN Ở VIỆT NAM TRONG THỜI GIAN TỚI**

### **1/ Một số giải pháp vĩ mô**

Kết quả nghiên cứu kinh nghiệm của các nước về phát triển dịch vụ hậu cần cho thấy, việc thực hiện các dịch vụ hậu cần có chất lượng tốt, giá cả thấp chính là yếu tố rất quan trọng và là mục tiêu của các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần trên thế giới. Việt Nam cũng không nằm ngoài xu thế đó và việc phát triển dịch vụ hậu cần ở Việt Nam là rất cần thiết. Để dịch vụ hậu cần, đặc biệt là dịch vụ hậu cần thương mại có thể phục vụ tốt cho phát triển kinh tế đất nước trong quá trình hội nhập, trong thời gian tới, Chính phủ cần có những chính sách và giải pháp thích hợp tạo cho các lĩnh vực dịch vụ hậu cần phát triển để theo kịp và có khả năng hội nhập với các nước khác trong khu vực và trên toàn thế giới. Cụ thể là:

#### ***- Giải pháp về việc tạo hành lang pháp lý thuận lợi cho các dịch vụ hậu cần phát triển***

Chính phủ cần xây dựng và hoàn thiện hành lang pháp lý nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho các dịch vụ hậu cần, đặc biệt là dịch vụ hậu cần thương mại như: Dịch vụ vận chuyển, dịch vụ giao nhận, dịch vụ dự trữ... phát triển.

Việc xây dựng và hoàn thiện hệ thống các văn bản pháp luật điều chỉnh hoạt động của các lĩnh vực dịch vụ hậu cần 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 dịch vụ hậu cần thuộc mọi thành phần kinh tế.

Trong môi trường cạnh tranh công bằng, bình đẳng, mọi hoạt động của các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần được điều chỉnh thông qua hệ thống các văn bản pháp lý trong đó quy định đầy đủ, rõ ràng mọi vấn đề có liên quan đến phát triển dịch vụ hậu cần ở Việt Nam. Bên cạnh đó, Chính phủ cũng

cần có cơ chế giám sát việc thực hiện pháp luật một cách có hiệu quả trong các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần.

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 loại bỏ dần, tiến tới loại bỏ hoàn toàn những chính sách, biện pháp mà tự nó không phải là điều kiện tốt cho cạnh tranh quốc tế.

Muốn như vậy, khi xây dựng hệ thống các văn bản pháp lý điều chỉnh hoạt động của các dịch vụ hậu cần, Chính phủ cần tổ chức trao đổi, đóng góp ý kiến của các doanh nghiệp và các cơ quan quản lý. Có như vậy, tính thực tiễn và tính hiệu quả của các văn bản chính sách của Nhà nước mới được nâng cao. Cụ thể là:

Nhà nước cần có chính sách hỗ trợ cho các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần trong giai đoạn đầu của quá trình hội nhập quốc tế như: Khuyến khích các doanh nghiệp thuê tàu của Việt Nam để chuyên chở hàng hoá xuất nhập khẩu thông qua việc định mức giá cước vận chuyển cao hơn khi chuyên chở bằng tàu treo cờ Việt Nam thấp hơn so với tàu treo cờ nước ngoài, cho vay ưu đãi hoặc tạo điều kiện để các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần ký hợp đồng vận chuyển, giao nhận... dài hạn với các doanh nghiệp, tập đoàn có khối lượng hàng hoá xuất nhập khẩu lớn, ổn định trong thời gian dài...

***- Cần từng bước thực hiện tự do hoá các dịch vụ hậu cần để tăng cường hội nhập khu vực và quốc tế***

Nhóm các dịch vụ hậu cần bao gồm nhiều ngành và phân ngành dịch vụ khác nhau trong đó các dịch vụ giữ vai trò chủ chốt là: Dịch vụ vận chuyển, dịch vụ giao nhận, dịch vụ dự trữ hàng hoá và các dịch vụ hỗ trợ khác.

Đối với mỗi ngành và phân ngành dịch vụ khác nhau, Nhà nước cần có những chính sách, biện pháp khuyến khích phát triển cho phù hợp với các cam kết khu vực và quốc tế.

***+ Đối với dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường biển***

Quá trình tự do hoá dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường biển sẽ giúp làm giảm chi phí vận tải và từ đó hạ giá thành sản phẩm, nâng cao sức cạnh tranh của hàng hoá Việt Nam trên thị trường thế giới.

Tuy vậy, trong quá trình tự do hoá dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường biển ở Việt Nam đã có sự góp mặt của các doanh nghiệp, các hãng vận tải biển nước ngoài có tiềm lực tài chính mạnh, có đội tàu với sức chở lớn... Đây là thuận lợi lớn để các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần trong nước tiếp cận với các doanh nghiệp của các nước trong khu vực và trên thế giới. Tuy nhiên, các cam kết về tự do hoá dịch vụ vận chuyển bằng đường biển của Việt Nam với các nước ASEAN và WTO còn tương đối chặt chẽ. Trong tương lai gần, khi Việt Nam trở thành thành viên chính thức của WTO, các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường biển còn phải đối mặt với nhiều thách thức khi thực hiện tự do hoá phân ngành dịch vụ này theo đúng quy định của Tổ chức Thương mại thế giới.

Mặt khác, Chính phủ cần có biện pháp vận động, giúp đỡ để thay đổi tập quán mua CIF bán FOB của các chủ hàng Việt Nam bằng cách cung cấp các dịch vụ hỗ trợ cần thiết cho các doanh nghiệp khi sử dụng đội tàu trong nước (có thể áp dụng kinh nghiệm của Hoa Kỳ như giảm thuế quan 10% đối với các nhà kinh doanh xuất nhập khẩu khi sử dụng đội tàu treo cờ của nước chủ nhà).

*+ Đối với dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường thuỷ nội địa*

Dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường thuỷ nội địa là phân ngành dịch vụ có tính nhạy cảm cao nên các nước trên thế giới tiến hành tự do hoá một cách thận trọng. Trong khuôn khổ của WTO, nhiều nước không cam kết mở cửa dịch vụ này hoặc thực thi nhiều chính sách bảo hộ. Hiện nay, Việt Nam đã bước đầu mở cửa thị trường vận tải thuỷ nội địa với việc cho phép các liên doanh nước ngoài vào hoạt động với mức vốn đóng góp không quá 50%.

*+ Dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường bộ*

Dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường bộ là phân ngành có mức độ mở cửa khá cao. Hiện tại, có trên 20 liên doanh kinh doanh dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường bộ được cấp phép hoạt động ở Việt Nam với vốn góp của phía nước ngoài không quá 49%. Với việc cho phép các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế tham gia và cạnh tranh bình đẳng trong việc cung cấp dịch vụ nên vận tải đường bộ của Việt Nam tương đối phát triển để phục vụ lưu thông trong nước và phục vụ hoạt động xuất nhập khẩu.

*+ Dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường sắt*

Là lĩnh vực dịch vụ thuộc độc quyền của Nhà nước nên dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường sắt đang từng bước nâng cao sức cạnh tranh so với các dịch vụ vận chuyển bằng các phương tiện khác chứ chưa phải đối phó

với sự tham gia của các hãng vận tải nước ngoài trong việc cung ứng dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường sắt.

Trong thời gian tới, Chính phủ Việt nam cần cam kết để mở cửa hơn nữa việc tự do hoá hoạt động cung cấp dịch vụ vận chuyển hàng hoá và các dịch vụ hỗ trợ khác nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp và dịch vụ Việt nam trên trường quốc tế.

Tuy nhiên, các Bộ chủ quản cần đưa ra lộ trình mở cửa hợp lý trên cơ sở cân nhắc cơ hội và thách thức mà ngành vận tải có thể gặp phải thông qua việc xây dựng các chiến lược hội nhập của ngành. Tuy nhiên, các bản chiến lược cần phải có quy mô và cụ thể hơn nữa mới đáp ứng được yêu cầu của tiến trình hội nhập.

***- Giải pháp về việc xây dựng mô hình các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần đầy đủ (các công ty, tập đoàn Logistics) theo hướng hiện đại***

Các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần đầy đủ là 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.

Người tiêu dùng chỉ cần đặt hàng qua mạng Internet, 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 nêu trên là mô hình mà Việt nam cần hướng tới để tạo cho các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần có đủ khả năng về vốn, về công nghệ, về năng lực quản lý... để tham gia dịch vụ hậu cần toàn cầu.

Để làm được điều đó, Chính phủ cần cho phép thành lập các Tổng công ty hay Công ty chuyên kinh doanh dịch vụ hậu cần để họ có thể điều hành và kiểm soát được toàn bộ quá trình lưu chuyển của hàng hoá từ kho của nhà sản xuất đến người tiêu thụ cuối cùng. Các công ty này cần có đủ năng lực để giải quyết những vướng mắc nảy sinh trong quá trình lưu chuyển của hàng hoá.

Khu chế xuất Tân Thuận ở T.P Hồ Chí Minh hiện đang được Chính phủ cho phép mở rộng công năng để kinh doanh các dịch vụ giao nhận, vận chuyển quốc tế. Việc hình thành một khu Logistics Tân Thuận có thể nói là đã được khai sinh để thực hiện các dịch vụ Logistics đầu vào, đầu ra cho các công ty may mặc và da giày ở Bình Chánh và ở các tỉnh miền Tây Nam Bộ.

Tuy nhiên, khu Logistics Tân Thuận vẫn chưa thể hoạt động được vì còn thiếu khung pháp lý cho hoạt động Logistics, thiếu sự phối hợp của các ngành tài chính, hải quan, thương mại...

Vấn đề đặt ra là Chính phủ cần có văn bản pháp lý điều chỉnh hoạt động của khu dịch vụ hậu cần Logistics theo quy định quốc tế và phù hợp với điều kiện cụ thể của Việt nam. Có như vậy, các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần mới có đủ điều kiện để hoạt động hiệu quả được trên thị trường cả ở trong nước cũng như thế giới và hội nhập với hoạt động Logistics toàn cầu.

***- Giải pháp ưu tiên đầu tư phát triển cho các lĩnh vực dịch vụ hậu cần mà Việt Nam có tiềm năng***

Đây là giải pháp quan trọng nhằm phát huy năng lực nội sinh của nền kinh tế trong việc phát triển dịch vụ hậu cần nói chung và dịch vụ hậu cần thương mại nói riêng.

Ở Việt nam, trong các lĩnh vực dịch vụ hậu cần thương mại, dịch vụ vận chuyển được coi là có tiềm năng hơn cả. Với lợi thế có bờ biển dài (trên 3.200 km), dọc bờ biển có rất nhiều vị trí có thể xây dựng cảng biển và là cửa thông ra biển của các nước láng giềng không có biển (Lào) hoặc xa biển (Đông Bắc Thái lan), Việt Nam hiện là nơi có mật độ tàu biển qua lại vào loại đông nhất thế giới.

Cùng với sự phát triển của kinh tế đất nước, các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường biển Việt Nam cũng đang trên đường thực hiện công cuộc “Đổi mới”. Bằng việc dùng các phương tiện vận tải để cung cấp dịch vụ chuyên chở hàng hoá từ điểm đi đến điểm đến theo yêu cầu của khách hàng, ngành vận tải biển Việt Nam đã có đóng góp tích cực vào việc đưa hàng hoá đến phục vụ người tiêu dùng cả trong và ngoài nước.

Tuy nhiên, so với một số nước khác trong khu vực, dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường biển ở nước ta vẫn đang gặp nhiều khó khăn như: Hệ thống cảng biển có quy mô nhỏ, trang thiết bị và công nghệ xếp dỡ lạc hậu, thiếu cảng nước sâu, cơ cấu đội tàu biển bất hợp lý, tuổi tàu cao, thiếu tàu chuyên dụng, dịch vụ hàng hải phát triển tự phát...

Để khắc phục những vấn đề trên, Chính phủ cần ưu tiên đầu tư cho phát triển đội tàu theo hướng vừa nâng cao sức chở, vừa trẻ hoá đội tàu, đầu tư đóng mới và sửa chữa tàu chuyên dụng, đặc biệt tàu chở container để phù hợp với xu hướng container hoá và vận tải đa phương thức.

Mặt khác, Chính phủ cũng cần đầu tư xây dựng mới một số cảng nước sâu và cảng trung chuyển quốc tế, ứng dụng công nghệ tin học trong tổ chức và khai thác đội tàu, hình thành mạng lưới dịch vụ hàng hải quốc tế, tạo lập mối liên hệ giữa chủ hàng - chủ tàu - cảng và các phương tiện vận tải khác.

Các chính sách ưu tiên đầu tư cho phát triển dịch vụ vận chuyển hàng hoá có thể là: Cho vay tín dụng ưu đãi, vay vốn ODA, bù lãi suất đầu tư, góp cổ phần...

Bên cạnh đó, cần tăng cường thu hút đầu tư nước ngoài tham gia vào việc cung ứng dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường biển ở Việt Nam theo hướng vừa tăng cường về bề rộng nhưng lại vừa phải đảm bảo chất lượng đầu tư, tránh hiện tượng đầu tư không ổn định và không đảm bảo phát triển một cách lâu dài.

***- Giải pháp về cải cách hành chính để thực hiện quản lý các dịch vụ hậu cần thông qua hệ thống văn bản pháp luật***

Các lĩnh vực dịch vụ hậu cần đều có chung mục tiêu là thực hiện các khâu, các công đoạn của quá trình lưu chuyển hàng hoá từ người sản xuất đến người tiêu thụ cuối cùng. Tuy nhiên, ở Việt Nam, mỗi lĩnh vực dịch vụ hậu cần lại thuộc sự chỉ đạo và quản lý của các Bộ, Ngành khác nhau.

Hiện tại, dịch vụ vận chuyển hàng hoá đang thuộc sự chỉ đạo và quản lý của Bộ Giao thông Vận tải, nhưng dịch vụ giao nhận, dự trữ hàng hoá... lại do Bộ Thương mại quản lý...

Để tránh hiện tượng doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần phải chịu sự quản lý của quá nhiều cơ quan, thủ tục hành chính rườm rà, chi phí hành chính quá cao, cần tăng cường hơn nữa công tác cải cách hành chính ở các Bộ chủ quản và các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần. Đây cũng là cơ sở ban đầu để các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần ở Việt Nam có đủ điều kiện tham gia cung ứng dịch vụ hậu cần trên phạm vi toàn cầu.

***- Chính phủ cần chỉ đạo thực hiện tốt các Hiệp định quốc tế về phát triển dịch vụ hậu cần mà Việt Nam đã cam kết*** như: Hiệp định về phát triển giao thông vận tải trong ASEAN, và tham gia vào các Hiệp hội ngành hàng như: Hiệp hội vận tải biển quốc tế, Hiệp hội giao nhận kho vận quốc tế...

***- Giải pháp hỗ trợ đào tạo nguồn nhân lực cho doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần***

Trong xu thế hội nhập kinh tế quốc tế, con người là yếu tố quyết định đến sự thành công hay không thành công của doanh nghiệp. Trong tương lai, khi tham gia vào thị trường dịch vụ hậu cần khu vực và quốc tế, nguồn nhân lực điều hành các hoạt động dịch vụ hậu cần cần có đủ trình độ nghiệp vụ, trình độ ngoại ngữ và kỹ năng quản lý kinh tế hiện đại. Để đáp ứng yêu cầu nêu trên, bên cạnh sự nỗ lực của bản thân các doanh nghiệp vẫn cần sự hỗ trợ rất lớn từ phía Chính phủ. Cụ thể là:

+ Tăng cường đào tạo nghề nghiệp cho cán bộ doanh nghiệp về các lĩnh vực dịch vụ có liên quan. Có thể nói đây là một khâu rất quan trọng trong mắt xích tạo nên hiệu quả chung của hoạt động dịch vụ hậu cần.

Để có thể hình thành những cơ sở đào tạo nghiệp vụ, nâng cao một bước chất lượng đào tạo nghề nghiệp cho cán bộ doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần, trong thời gian tới cần

(1) Tập trung nghiên cứu, xây dựng các bộ giáo trình chuyên ngành thuộc các lĩnh vực dịch vụ hậu cần, đặc biệt đối với các lĩnh vực hiện ta đang còn thiếu hoặc còn yếu để đưa vào giảng dạy, đào tạo ở các cơ sở đào tạo của ngành, của địa phương;

(2) Bên cạnh việc đào tạo về chuyên môn, cần giáo dục nâng cao đạo đức nghề nghiệp và các chuẩn mực đối với các chuyên gia cung cấp dịch vụ hậu cần;

(3) Các Bộ, Ngành quản lý chuyên ngành về dịch vụ hậu cần, trong phạm vi nhiệm vụ của mình, có trách nhiệm đúc rút kinh nghiệm, bổ túc kiến thức lý luận và thực tiễn về các lĩnh vực dịch vụ do Bộ, ngành mình quản lý cho cán bộ doanh nghiệp nhằm hình thành một đội ngũ cán bộ có trình độ chuyên môn sâu trong lĩnh vực này.

+ Đề nghị Nhà nước bố trí kinh phí từ các Dự án hỗ trợ phát triển của nước ngoài trong lĩnh vực dịch vụ hậu cần để tổ chức tập huấn, hội thảo, nâng cao năng lực của các cán bộ trong các cơ quan quản lý Nhà nước và các doanh nghiệp.

***- Giải pháp về công tác thông tin và thống kê***

Để theo dõi, kiểm tra, giám sát hoạt động của các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần và có điều kiện để đánh giá đúng về sự phát triển của các lĩnh vực dịch vụ hậu cần, đặc biệt là dịch vụ hậu cần thương mại, Nhà nước

và các cơ quan chuyên ngành cần lập các bộ phận chuyên trách về công tác thông tin và thống kê.

Các bộ phận chuyên trách thông tin và thống kê này có nhiệm vụ theo dõi diễn biến và kết quả hoạt động của các dịch vụ hậu cần và hoạt động của các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần thuộc phạm vi được qui định và thông tin qua các kênh thông tin của Bộ, Ngành, Hiệp hội...

Hoạt động này sẽ giúp các cơ quan quản lý nắm được những diễn biến về thị trường và giá cả các dịch vụ hậu cần để có thể điều hành hoạt động của doanh nghiệp một cách hiệu quả và giúp cho doanh nghiệp có những quyết định hợp lý về việc lựa chọn nhà cung cấp dịch vụ hậu cần chất lượng tốt, giá cả dịch vụ hợp lý nhằm đạt hiệu quả kinh doanh cao.

Đối với dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường biển: Cơ quan thống kê chuyên ngành có nhiệm vụ tập hợp các thông tin cần thiết có liên quan như: Số lượng và sức chở của đội tàu, nước của chủ tàu và số lượng tàu ra vào cảng trong từng mốc thời gian, nguồn hàng và khối lượng hàng hoá vận chuyển, công suất xếp dỡ, giá trị của từng loại hình dịch vụ hàng hải được cung cấp theo tháng/quý/năm...

Việc tổ chức hoạt động thông tin và thống kê tại các ngành, các lĩnh vực dịch vụ hậu cần có tác dụng rất lớn trong việc cung cấp các thông tin cần thiết cho các bộ phận, cơ quan quản lý Nhà nước chuyên ngành để có chỉ đạo thích hợp nhằm điều chỉnh kịp thời hoạt động của ngành trước những diễn biến phức tạp của thị trường. Đây cũng là cơ sở để các bộ phận có liên quan xác định chiến lược, xây dựng quy hoạch phát triển ngành và đề xuất các giải pháp thích hợp cho từng thời kỳ phát triển.

**- Giải pháp về việc cung cấp các dịch vụ hỗ trợ phát triển dịch vụ hậu cần**

Dịch vụ hậu cần nói chung và dịch vụ hậu cần thương mại nói riêng chỉ có thể phát triển một cách nhanh chóng và hiệu quả khi có sự hỗ trợ của các dịch vụ khác như: Cơ sở hạ tầng, dịch vụ ngân hàng, dịch vụ viễn thông...

Cơ sở hạ tầng (đường sá, cầu cống, điện nước, nhà ga, bến cảng, hệ thống kho bãi, hệ thống thông tin viễn thông...) có vai trò hết sức quan trọng để các doanh nghiệp có thể thực hiện các dịch vụ hậu cần nhằm đưa hàng hoá từ nơi sản xuất đến khâu tiêu thụ cuối cùng.

Nhận thức được vấn đề nêu trên, thời gian qua, Chính phủ đã tích cực trong việc đầu tư xây dựng hệ thống đường sá, cầu cống, hệ thống điện nước, kho bãi, nhà ga, bến cảng... Mặt khác, Chính phủ cũng khuyến khích các nhà đầu tư nước ngoài đầu tư vốn vào lĩnh vực này.



Tuy nhiên, cơ sở hạ tầng ở Việt Nam hiện được đánh giá là chưa đủ khả năng đáp ứng nhu cầu phục vụ việc lưu chuyển hàng hoá từ nơi sản xuất đến nơi tiêu thụ trong khi khối lượng và giá trị hàng hoá tham gia quá trình này ngày càng lớn.

Vấn đề đặt ra là Nhà nước cần tăng cường hơn nữa việc đầu tư vốn để phát triển cơ sở hạ tầng giao thông, thông tin, tài chính, ngân hàng... để phục vụ việc lưu chuyển hàng hoá nội địa và xuất nhập khẩu. Bên cạnh đó, cần có chính sách thu hút vốn đầu tư từ các doanh nghiệp, cá nhân ở nước ngoài và các tổ chức quốc tế để xây dựng hệ thống cơ sở hạ tầng hiện đại, đủ khả năng đáp ứng nhu cầu lưu chuyển khối lượng hàng hoá lớn phục vụ tiêu dùng trong nước cũng như xuất nhập khẩu trong điều kiện hội nhập và tự do hoá thương mại trên phạm vi toàn cầu.

## **2 - Các giải pháp đối với doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần**

### ***- Hình thành và phát triển nhu cầu sử dụng các dịch vụ hậu cần***

Việc tạo dựng và phát triển nhu cầu sử dụng các dịch vụ hậu cần là điều kiện quan trọng để tồn tại và phát triển của các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần. Chính vì vậy, các doanh nghiệp sản xuất và kinh doanh nói chung cần được nâng cao nhận thức về vai trò và ý nghĩa của các dịch vụ hậu cần trong việc nâng cao hiệu quả sản xuất - kinh doanh của doanh nghiệp.

Mặc dù các doanh nghiệp sản xuất - kinh doanh hàng hoá ở nước ta hiện nay đã từng bước nhận thức được tầm quan trọng của các dịch vụ hậu cần, nhưng có nhiều lý do khác nhau khiến các doanh nghiệp này chưa sử dụng dịch vụ, trong đó có cả những lý do về chất lượng và giá cả của dịch vụ đó.

Vì vậy, để kích thích và thu hút tiêu dùng các dịch vụ hậu cần thì vấn đề xem xét và định mức giá cả các dịch vụ một cách hợp lý có ý nghĩa quan trọng đối với các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần.

Mặt khác, bản thân mỗi doanh nghiệp cần phấn đấu giảm giá dịch vụ để kích thích và thu hút tiêu dùng dịch vụ hậu cần.

### ***- Các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế cần chủ động trong việc cung ứng dịch vụ hậu cần để phục vụ cho các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh***

+ Căn cứ vào pháp luật của Nhà nước, cùng với các doanh nghiệp quốc doanh, các doanh nghiệp thuộc thành phần kinh tế tư nhân cần chủ động tham gia cung cấp các dịch vụ hậu cần.

+ Các doanh nghiệp Nhà nước cần nâng cao vai trò của mình như là đầu tàu trong hoạt động cung ứng các dịch vụ hậu cần. Trong thời gian tới, trên cơ sở một số ưu đãi đối với các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần như: Ưu đãi về điều kiện thuê đất, đầu tư xây dựng cơ sở vật chất kỹ thuật..., các doanh nghiệp này cần đổi mới mạnh mẽ hoạt động kinh doanh và quản lý kinh doanh để từ đó nâng cao vai trò của các doanh nghiệp Nhà nước, làm tiền đề và lôi kéo các doanh nghiệp khác tham gia hoạt động cung cấp dịch vụ có hiệu quả.

+ Thực hiện đổi mới và sắp xếp lại doanh nghiệp Nhà nước hoạt động trong lĩnh vực cung cấp dịch vụ vận chuyển hàng hoá, giao nhận, dự trữ hàng hoá..., trong đó chú trọng đổi mới hoạt động của doanh nghiệp theo mô hình Công ty mẹ - Công ty con hoặc mô hình tập đoàn Logistics (hiện đang trong quá trình thí điểm).

+ Tiếp tục thực hiện cải cách hành chính tại các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận chuyển, giao nhận, kho bãi...nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho các hoạt động này được tiến hành một cách thuận lợi và hiệu quả nhất. Đồng thời, các doanh nghiệp cần chủ động nghiên cứu xây dựng lộ trình giảm phí tại các kho giao nhận nhằm tăng năng lực cạnh tranh của dịch vụ hậu cần.

#### ***- Đa dạng hoá các phương thức cung ứng dịch vụ hậu cần***

Việc đổi mới và đa dạng hoá các phương thức cung ứng dịch vụ hậu cần phải đáp ứng được yêu cầu sao cho người tiêu dùng có thể tiếp cận được dịch vụ một cách đơn giản và dễ dàng nhất. Các dịch vụ hậu cần có thể được cung ứng dưới các hình thức sau:

(+) Cung cấp dịch vụ trực tiếp

(+) Cung cấp dịch vụ thông qua hệ thống các nhân viên đại lý, có khả năng tiếp cận trực tiếp đến các đối tượng tiêu dùng

(+) Cung cấp dịch vụ thông qua các mạng lưới trung tâm dịch vụ tổng hợp và qua các hệ thống thông tin sẵn có.

(+) Sử dụng hạ tầng kỹ thuật cũng như cơ sở vật chất và các tổ chức đang hoạt động ở nước ta để tuyên truyền và kết hợp trong hoạt động cung ứng dịch vụ hậu cần.

#### ***- Nâng cao chất lượng của dịch vụ***

+ Các doanh nghiệp cần nâng cao tính chuyên nghiệp của mình trong việc tổ chức cung ứng các dịch vụ hậu cần để thu hút khách hàng

+ Vận dụng Marketing dịch vụ như là công cụ quan trọng để phát hiện và đáp ứng yêu cầu về dịch vụ hậu cần của thị trường.

+ Áp dụng hệ thống quản lý chất lượng dịch vụ

Để quản lý chất lượng dịch vụ hậu cần, bên cạnh việc áp dụng hệ thống quản lý chất lượng dịch vụ nói chung, việc đánh giá và quản lý chất lượng của các dịch vụ cũng có những điểm khác biệt và phức tạp hơn vì nó có những đặc tính riêng khác với hàng hoá thông thường.

Chính vì vậy, các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần tuân thủ các quy định về quản lý chất lượng có tính chất chuyên ngành nhằm phù hợp với yêu cầu của nền kinh tế và đáp ứng được yêu cầu quốc tế.

+ Khai thác và nâng cao hiệu quả sự hợp tác của các tổ chức dịch vụ hậu cần quốc tế để phát triển dịch vụ hậu cần ở nước ta.

***- Tăng cường các liên kết trong hoạt động kinh doanh dịch vụ hậu cần***

+ Giải pháp về việc liên kết các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần thành một doanh nghiệp có quy mô lớn, có khả năng thực hiện được nhiều khâu trong hệ thống các dịch vụ hậu cần để phục vụ cho việc lưu chuyển hàng hoá từ nơi sản xuất đến nơi tiêu thụ một cách nhanh nhất với chi phí rẻ nhất và đạt hiệu quả cao nhất.

Thực tế cho thấy, các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận chuyển, giao nhận kho vận Việt Nam hiện đang có quy mô nhỏ, các công ty TNHH chiếm tỷ lệ đáng kể trong số các công ty kinh doanh vận chuyển, giao nhận kho vận trong cả nước. Hơn thế, họ chỉ có khả năng đảm nhận một hoặc một số khâu công việc trong hệ thống các dịch vụ hậu cần do cơ sở vật chất kỹ thuật không đảm bảo và vốn đầu tư cho kinh doanh bị hạn chế.

Chính vì vậy, để nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường, việc liên kết các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần thành một doanh nghiệp hay tập đoàn có quy mô lớn, có khả năng thực hiện được nhiều khâu trong hệ thống các dịch vụ hậu cần để phục vụ cho việc lưu chuyển hàng hoá từ nơi sản xuất đến nơi tiêu thụ cuối cùng một cách nhanh nhất, với chi phí rẻ nhất và đạt hiệu quả cao nhất là hết sức cần thiết.

Sự liên kết này sẽ tạo nên sức mạnh tổng hợp nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp không chỉ trên thị trường quốc tế và ngay cả trên thị trường trong nước.

***- Tăng cường đầu tư trang thiết bị hiện đại, đưa kỹ thuật điện tử vào phục vụ công tác thông tin để kiểm tra, giám sát dòng lưu chuyển của hàng hoá từ nơi sản xuất đến nơi tiêu thụ***

Để phát triển dịch vụ vận chuyển hàng hoá phục vụ tiêu thụ nội địa và xuất nhập khẩu, việc đầu tư mua sắm các phương tiện vận tải, trang thiết bị, hệ thống kho bãi... là hết sức cần thiết.

Hiện nay, số lượng các tàu vận tải biển quốc tế và vận tải ven biển có dung tích lớn đang tăng nhanh. Tuy nhiên, so với đội tàu của các nước khác trong khu vực và trên thế giới thì Việt Nam vẫn còn thua kém khá xa. Đây cũng là yếu tố quan trọng khiến giá cước vận chuyển tính cho một đơn vị hàng hoá cùng loại của Việt Nam đang ở mức cao hơn so với các nước khác.

Ngoài hạn chế về năng lực đội tàu, các hạn chế về phương tiện bốc xếp, năng lực thông qua cảng, hệ thống thông tin điện tử, dịch vụ khách hàng... đang là những cản trở không nhỏ để doanh nghiệp có thể kiểm tra, giám sát dòng lưu chuyển của hàng hoá, giải quyết những khó khăn, vướng mắc để đưa hàng hoá đến với người tiêu dùng một cách nhanh nhất và hiệu quả nhất.

Để thực hiện giải pháp này, bên cạnh sự hỗ trợ của Nhà nước, các doanh nghiệp cần chủ động tiếp cận các nguồn tín dụng trong nước và quốc tế, huy động vốn từ các doanh nghiệp thành viên...

Tóm lại, để phát triển kinh doanh dịch vụ hậu cần ở Việt Nam trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế, các doanh nghiệp cần nâng cao tính chủ động trong hoạt động của mình, đồng thời liên kết chặt chẽ với các doanh nghiệp khác trong và ngoài nước để tạo sức mạnh tổng hợp và có thể đứng vững trong cạnh tranh.

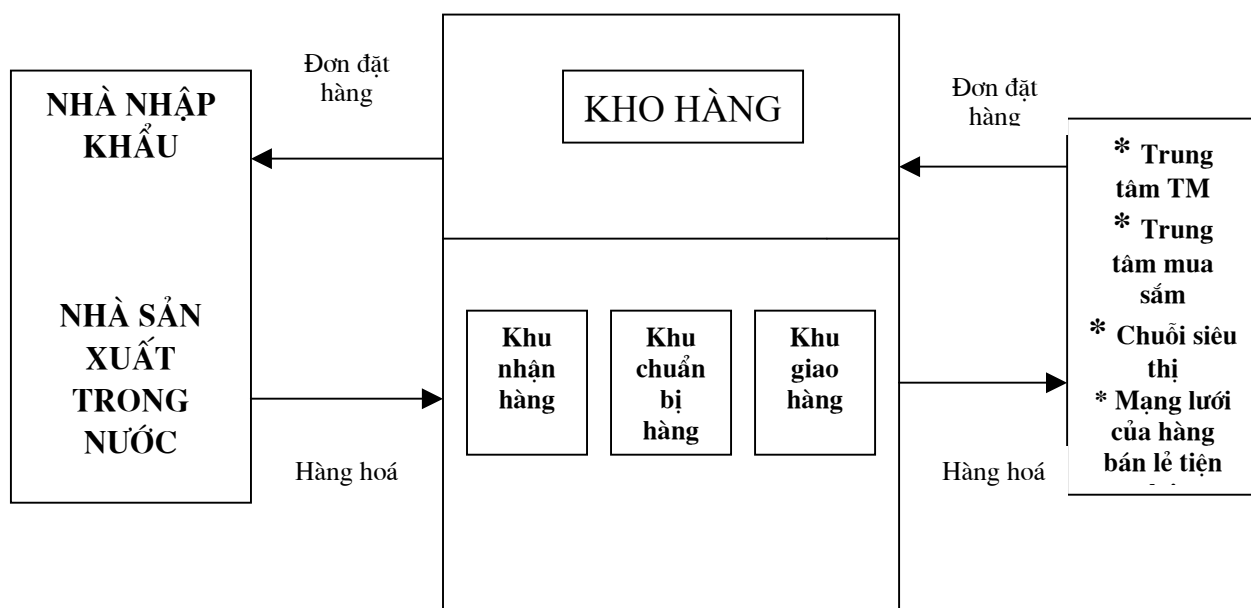
### **3 - Một số kiến nghị nhằm phát triển dịch vụ hậu cần ở Việt Nam trong thời gian tới**

#### ***a/ Kiến nghị đối với Bộ Thương mại***

Trong điều kiện hội nhập kinh tế khu vực và quốc tế ngày càng sâu sắc, để nâng cao hiệu quả của doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần, Bộ Thương mại nên tổ chức thí điểm hình thành một số Trung tâm Logistics nằm trong các tập đoàn phân phối lớn để thực hiện việc nhận đơn hàng bán lẻ, đặt hàng với nhà nhập khẩu hoặc các nhà sản xuất trong nước.

Hiện nay, Việt Nam nên hướng tới việc xây dựng các Trung tâm Logistics theo mô hình của Thụy Điển:

## Sơ đồ trung tâm logistics



Theo mô hình trên, các dịch vụ hậu cần tại Trung tâm Logistics được thực hiện với sự phân công rất chuyên nghiệp và có sự phối hợp nhịp nhàng, hiệu quả, với chi phí thấp của các bộ phận, các khu vực trong toàn bộ hệ thống.

Trước mắt, Bộ Thương mại cần nghiên cứu, xây dựng thí điểm các trung tâm Logistics nằm trong Tổng công ty thương mại Hà Nội và Tổng công ty thương mại Sài Gòn, sau đó nhân rộng mô hình ra các Tổng công ty, tập đoàn kinh tế khác khi có đủ điều kiện.

Để có thể hình thành các Trung tâm Logistics theo mô hình trên, Chính phủ cần xây dựng thể chế, chính sách cụ thể, hợp lý, tiến hành hoạt động tư vấn về kỹ thuật xây dựng mô hình, cung cấp thông tin, đào tạo bồi dưỡng phát triển nguồn nhân lực...

### ***b/ Kiến nghị với Bộ Giao thông vận tải***

- Trong thời gian trước mắt, Bộ Giao thông vận tải cần không ngừng đổi mới và nâng cao chất lượng đội tàu thông qua việc bán hoặc thanh lý các con tàu đã quá cũ và lạc hậu để sớm thu hồi vốn đầu tư, thực hiện trẻ hoá đội tàu với trang thiết bị hiện đại, khả năng khai thác tốt;

- Các tuyến vận tải biển feeder (từ cảng trung chuyển đến các cảng khác) trong khu vực có tàu biển Việt Nam tham gia khai thác cần được ưu đãi để dành thị phần vận chuyển hàng hoá xuất nhập khẩu; Miễn hoặc giảm thuế xuất khẩu cho một số loại hàng, cụ thể đối với các chủ hàng bán CIF và thuê đội tàu Việt Nam chuyên chở;

- Khuyến khích đóng mới, sửa chữa hoặc hoán cải các loại tàu vận tải biển tại các cơ sở đóng và sửa chữa tàu trong nước bằng cách: miễn thuế nhập khẩu các vật tư, thiết bị, phụ tùng... có liên quan đến các công việc kể trên (ngoài việc cho vay vốn với lãi suất thấp);

- Nắm vững các yêu cầu về hội nhập kinh tế khu vực và quốc tế để xây dựng lộ trình hội nhập phù hợp với ngành cung ứng dịch vụ vận chuyển.

- Tăng cường hơn nữa công tác quản lý Nhà nước đối với các hoạt động vận chuyển hàng hoá tiêu thụ nội địa và xuất nhập khẩu, đẩy mạnh cải cách hành chính, kiện toàn, đổi mới tổ chức trong các doanh nghiệp, tạo điều kiện cho mọi thành phần kinh tế tham gia kinh doanh có hiệu quả các phân ngành dịch vụ vận chuyển.

- Mở rộng hoạt động dịch vụ vận chuyển hàng hoá của Việt Nam trên thị trường khu vực và quốc tế để chủ động hội nhập, tìm kiếm bạn hàng trực tiếp chứ không chỉ làm đại lý cho các hãng vận tải nước ngoài. Cụ thể là:

*Thứ nhất*, cần có những kiến nghị cụ thể cho các nhà đàm phán, đặc biệt trong khuôn khổ đàm phán gia nhập WTO về chiến lược phát triển cũng như các biện pháp cần thực hiện để đối phó với các nhà cung cấp nước ngoài khi thị trường đã mở cửa theo các cam kết quốc tế;

*Thứ hai*, Ngành vận tải đường biển, vận tải đường bộ, đường sắt, đường sông... cần đưa ra lộ trình mở cửa hợp lý trên cơ sở cân nhắc cơ hội và thách thức mà ngành vận tải có thể gặp phải thông qua việc xây dựng các chiến lược hội nhập của ngành. Tuy nhiên, các bản chiến lược cần phải được cụ thể hoá hơn nữa mới đáp ứng được yêu cầu của tiến trình hội nhập.

- Phát triển vận tải đa phương thức, đẩy mạnh mối liên kết giữa các loại hình vận tải khác nhau để tận dụng năng lực bổ sung giữa các phương thức vận tải, tạo sức mạnh chung cho toàn ngành vận tải.

- Tích cực đào tạo và nâng cao trình độ cho đội ngũ cán bộ chuyên môn và quản lý thông qua các khoá đào tạo nâng cao và phối hợp với nước ngoài.

### **c/ Kiến nghị với các Hiệp hội doanh nghiệp**

Các Hiệp hội doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần gồm có: Hiệp hội Vận tải biển Việt Nam, Hiệp hội Giao nhận kho vận Việt Nam, Hiệp hội Cảng biển Việt Nam, Hiệp hội Đại lý môi giới hàng hải Việt Nam, Hiệp hội Chủ tàu Việt Nam, Hiệp hội Vận tải Ô tô Việt Nam...

Để các lĩnh vực dịch vụ hậu cần ở Việt Nam có thể phát triển và hội nhập với khu vực và thế giới, các Hiệp hội ngành hàng nói trên cần được tổ

chức và có hoạt động hiệu quả nhằm giúp các doanh nghiệp nâng cao chất lượng kinh doanh dịch vụ. Nhằm thực hiện mục tiêu trên, trong điều kiện hội nhập kinh tế khu vực và quốc tế, các Hiệp hội doanh nghiệp trong lĩnh vực dịch vụ hậu cần cần tăng cường hơn nữa vai trò của mình trong việc:

- Tập hợp, liên kết các doanh nghiệp ngành hàng thuộc các thành phần kinh tế khác nhau, tạo ra sức mạnh trong hoạt động kinh doanh dịch vụ hậu cần.

Để thâm nhập thị trường quốc tế các doanh nghiệp thường phải đối đầu với nhiều khó khăn thách thức, nhất là các doanh nghiệp nhỏ và vừa. Các Hiệp hội chính là nơi các doanh nghiệp tập hợp lực lượng, hình thành sức mạnh tổng hợp để thâm nhập và cạnh tranh trên thị trường dịch vụ hậu cần quốc tế. Mặt khác, các Hiệp hội hoàn toàn có khả năng liên kết các doanh nghiệp của mình để hỗ trợ lẫn nhau để cùng phát triển kinh doanh.

- Hiệp hội cần tổ chức những chương trình xúc tiến thương mại tại các thị trường quốc tế, những chương trình tuyên truyền quảng bá, xây dựng thương hiệu đối với các doanh nghiệp thành viên nhằm giúp họ thâm nhập vào thị trường dịch vụ hậu cần quốc tế một cách hiệu quả. Những chương trình này nếu các doanh nghiệp tiến hành đơn lẻ sẽ khá tốn kém và hiệu quả không cao bằng khi họ là thành viên trong Hiệp hội.

Mặt khác, Hiệp hội cần phát triển các dịch vụ xúc tiến, hỗ trợ doanh nghiệp thâm nhập thị trường theo nguyên tắc có sự phối hợp với các Hiệp hội và các tổ chức xúc tiến khác. Tích cực thúc đẩy sự hình thành của thị trường các dịch vụ hỗ trợ kinh doanh ở Việt Nam. Tập trung nguồn lực của Hiệp hội vào các hoạt động có lợi thế cao, những hoạt động xúc tiến ở tầm quốc gia; tổ chức các hội nghị, hội thảo, hội chợ triển lãm, lễ hội; xây dựng mạng lưới tiếp thị tập thể, các chiến dịch xây dựng hình ảnh quốc gia, chiến lược phát triển và bảo vệ thương hiệu Việt Nam, các dự án hỗ trợ tái cơ cấu và chuyển giao công nghệ lớn.

- Hiệp hội cần hỗ trợ cho từng doanh nghiệp trong việc lựa chọn chiến lược phát triển, hình thức kinh doanh cụ thể để họ có thể nâng cao sức cạnh tranh, mở rộng thị trường dịch vụ ra các nước trong khu vực và toàn cầu.

- Hỗ trợ và tư vấn cho doanh nghiệp về thông tin thị trường và các quy định quốc tế có liên quan đến phát triển dịch vụ hậu cần.

Cung cấp thông tin, tư vấn cho doanh nghiệp là một trong những hoạt động quan trọng của Hiệp hội ngành hàng. Do có mối quan hệ mật thiết với các cơ quan của Chính phủ và cộng đồng doanh nghiệp trong và ngoài nước,

Hiệp hội ngành hàng cần chủ động thu thập và cung cấp cho doanh nghiệp các thông tin về luật pháp, chính sách, về thị trường, về các đối tác...

Mặt khác, trong khi các doanh nghiệp chưa thể tự mình thu thập, xử lý các nguồn thông tin trong nước và ngoài nước có liên quan đến hoạt động kinh doanh của họ thì đây là giải pháp hữu hiệu để bảo vệ lợi ích của hội viên khi gặp rào cản và tranh chấp trong thương mại quốc tế.

- Hiệp hội ngành hàng là cầu nối giữa cộng đồng doanh nghiệp với các cơ quan quản lý Nhà nước. Nội dung chủ yếu để Hiệp hội phản ánh với các cơ quan chính quyền là những vấn đề đang đặt ra trong từng lĩnh vực dịch vụ hậu cần như: Giá cước các dịch vụ, thuế, hải quan...

Hình thức phản ánh thường rất đa dạng, trong đó đáng chú ý là diễn đàn đối thoại giữa chính quyền và doanh nghiệp. Đây là cách làm việc dân chủ và thiết thực, hợp tác góp phần thu hẹp khoảng cách giữa chính quyền và doanh nghiệp, tạo lập sự đồng thuận vì mục tiêu phát triển kinh tế đất nước.

- Chủ động giúp doanh nghiệp trong việc đào tạo và nâng cao trình độ nghiệp vụ, quản lý và ngoại ngữ cho cán bộ, trong việc tìm đối tác nước ngoài. Xử lý việc cạnh tranh không lành mạnh của các hội viên nhằm tăng khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần trong nước với các nhà cung cấp dịch vụ vận tải biển nước ngoài.

- Các Hiệp hội cần đổi mới phương thức hoạt động, tập hợp rộng rãi các thành viên, mở rộng hợp tác quốc tế; tiếp tục nâng cao vai trò đại diện cho các doanh nghiệp, làm đầu mối phối hợp hành động giữa các doanh nghiệp, thúc đẩy liên doanh, liên kết cùng có lợi, hỗ trợ các doanh nghiệp trong chuyển giao bí quyết công nghệ, kinh nghiệm quản lý, trong xúc tiến thương mại, bảo vệ quyền lợi hợp pháp của các thành viên trong tranh chấp thương mại và xử lý tốt mối quan hệ kinh tế giữa các hội viên.

Riêng đối với Hiệp hội Giao nhận kho vận Việt Nam, cần có những phản ánh với Chính phủ để giải quyết những vấn đề hiện đang được các doanh nghiệp quan tâm như:

+ Về giá của các dịch vụ giao nhận hàng hóa

Hiệp hội cần kiến nghị với Chính phủ nên định các nguyên tắc chung về giá trong các khâu giao nhận, kho vận mà không nên qui định giá một cách cụ thể cứng nhắc cho mỗi loại dịch vụ. Nên để khách hàng tự thỏa thuận giá dịch vụ, tự điều tiết với nhau thông qua các hợp đồng tập thể cho phù hợp với thực tế thị trường thì hiệu quả kinh doanh dịch vụ sẽ cao hơn.



+ Về việc ban hành các Nghị định, thông tư, chỉ thị có liên quan tới dịch vụ giao nhận kho vận

Hoạt động của các lĩnh vực dịch vụ hậu cần ở Việt Nam hiện đang chịu sự điều chỉnh của các luật chuyên ngành như: Luật Thương mại, Luật Doanh nghiệp, Luật Hải quan, Luật Thuế GTGT, Luật Thuế thu nhập doanh nghiệp...

Để hệ thống luật nói trên thật sự đi vào cuộc sống và có thể thực hiện tốt trong các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần, trước khi ban hành những văn bản hướng dẫn thi hành, các cơ quan quản lý Nhà nước cần có sự trao đổi với Hiệp hội Giao nhận kho vận cũng như các Hiệp hội ngành nghề khác có liên quan để bảo đảm tính khả thi sau khi ban hành.

## KẾT LUẬN

Trong những năm gần đây, hoạt động thương mại của Việt Nam đã phát triển nhanh chóng ở cả thị trường nội địa và thị trường nước ngoài.

Với mục tiêu phục vụ người tiêu dùng trong và ngoài nước với hiệu quả cao nhất, bên cạnh các vấn đề có liên quan đến bản thân hàng hoá thì những dịch vụ hậu cần phục vụ cho việc lưu chuyển hàng hoá từ nơi sản xuất đến nơi tiêu thụ cuối cùng có vai trò hết sức quan trọng.

Hiện nay, dịch vụ hậu cần trên thế giới đang phát triển rất mạnh và có đóng góp tích cực vào việc giảm các chi phí cần thiết để đưa hàng hoá đến phục vụ người tiêu dùng.

Để theo kịp và hoà nhập với sự phát triển dịch vụ hậu cần thế giới, việc phát triển dịch vụ hậu cần ở Việt Nam đang trở thành vấn đề quan trọng và muốn thành công phải có sự nỗ lực cả từ phía Chính phủ và doanh nghiệp cùng với việc học hỏi và áp dụng sáng tạo kinh nghiệm của các nước vào điều kiện cụ thể của Việt Nam.

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, phân tích kinh nghiệm phát triển dịch vụ hậu cần ở một số nước có chính sách và dịch vụ hậu cần phát triển và giá trị dịch vụ hậu cần có đóng góp quan trọng vào tăng trưởng GDP và hỗ trợ phát triển kinh tế đất nước như: Mỹ, Pháp, Trung Quốc, Thái Lan,...

Việc nghiên cứu kinh nghiệm phát triển dịch vụ hậu cần của các nước nói trên được tập trung sâu hơn ở một số lĩnh vực dịch vụ hậu cần thế giới phát triển nhất và có thể lấy đó làm bài học cho phát triển dịch vụ hậu cần ở Việt Nam và các nước khác như: Dịch vụ vận chuyển hàng hoá nội địa và quốc tế của Pháp, Mỹ; dịch vụ cảng biển của Trung Quốc, các dịch vụ hỗ trợ dịch vụ hậu cần phát triển như: Dịch vụ viễn thông, dịch vụ ngân hàng ở Thái Lan...

2/ Nghiên cứu, phân tích các chính sách, cơ chế phát triển các dịch vụ hậu cần ở Việt Nam hiện nay, đặc biệt đi sâu phân tích thực trạng phát triển một số dịch vụ hậu cần liên quan đến thương mại nội địa và xuất nhập khẩu ở Việt Nam như: Dịch vụ vận chuyển, dịch vụ giao nhận, dịch vụ kho bảo quản và dự trữ hàng hoá...

3/ Từ kết quả nghiên cứu kinh nghiệm phát triển dịch vụ hậu cần của các nước trên thế giới và kết quả nghiên cứu thực trạng phát triển dịch vụ hậu cần ở Việt Nam, đề tài đã tìm ra được một số bài học có thể áp dụng cho Việt Nam cả trong việc hoạch định chính sách phát triển dịch vụ hậu cần và trong thực tiễn các lĩnh vực dịch vụ hậu cần phục vụ lưu thông hàng hoá trong nước và xuất nhập khẩu như: Dịch vụ vận chuyển, dịch vụ giao nhận, dịch vụ kho bãi để bảo quản và dự trữ hàng hoá...

4/ Trên cơ sở dự báo khả năng phát triển dịch vụ hậu cần thế giới và Việt Nam đến 2010 và 2020, đề tài đã đề xuất được các nhóm giải pháp chính nhằm khai thác, vận dụng kinh nghiệm phát triển dịch vụ hậu cần của thế giới và khu vực để phát triển dịch vụ hậu cần ở Việt Nam ở tầm vĩ mô như: Tạo hành lang pháp lí thuận lợi cho các dịch vụ hậu cần thương mại phát triển; Từng bước thực hiện tự do hoá giao dịch các dịch vụ hậu cần, tăng cường hội nhập khu vực và quốc tế; Xây dựng mô hình các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần đầy đủ (các công ty, tập đoàn Logistics) theo hướng hiện đại; Ưu tiên đầu tư phát triển cho các lĩnh vực dịch vụ hậu cần mà Việt Nam có tiềm năng; Hỗ trợ đào tạo nguồn nhân lực cho kinh doanh dịch vụ hậu cần; Giải pháp về phát triển công tác thông tin thống kê...

5/ Bên cạnh các giải pháp vĩ mô, đề tài cũng đưa ra một số giải pháp để phát triển dịch vụ hậu cần ở các doanh nghiệp như: Hình thành và phát triển nhu cầu sử dụng dịch vụ hậu cần; Chủ động trong việc cung ứng dịch vụ hậu cần; Tăng cường liên kết kinh doanh dịch vụ hậu cần; Đa dạng hoá các phương thức cung ứng dịch vụ hậu cần; Nâng cao chất lượng của dịch vụ; Tăng cường đầu tư trang thiết bị hiện đại, đưa kỹ thuật điện tử vào phục vụ việc kiểm tra, giám sát dòng lưu chuyển của hàng hoá từ người sản xuất đến người tiêu thụ.

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 và khiếm khuyết, chúng tôi kính mong được sự đóng góp ý kiến của các nhà khoa học, các vị đại biểu...

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.

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

---

***ĐỀ TÀI NGHIÊN CỨU KHOA HỌC CẤP BỘ***  
***MÃ SỐ: 2005 - 78 - 006***

**NGHIÊN CỨU KINH NGHIỆM QUỐC TẾ VỀ**  
**DỊCH VỤ HẬU CẦN VÀ NHỮNG BÀI HỌC**  
**RÚT RA CHO VIỆT NAM**  
**(BÁO CÁO TÓM TẮT)**

**HÀ NỘI, 2006**

## LỜI MỞ ĐẦU

Trong thời đại ngày nay, khi nền kinh tế thế giới càng phát triển thì quá trình phân công lao động càng trở nên sâu sắc. Quá trình hội nhập kinh tế khu vực và quốc tế ở mức cao đòi hỏi sự phân công lao động phải được mở rộng và trở thành hoạt động mang tính toàn cầu.

Khi phân công lao động ngày càng sâu sắc, quá trình chuyên môn hóa sản xuất hàng hóa và cung ứng dịch vụ cả ở phạm vi quốc gia và quốc tế sẽ càng phát triển. Khi đó, mỗi quốc gia, mỗi doanh nghiệp muốn duy trì và nâng cao thị phần của mình cần phải đưa ra thị trường các sản phẩm thích hợp, tại địa điểm thích hợp, vào thời điểm thích hợp và với giá cạnh tranh. Để đạt được mục tiêu này, các doanh nghiệp cần thực hiện tốt các khâu: Cung ứng và thu mua hàng hóa, bảo quản và dự trữ hàng hóa, giao nhận, vận chuyển và tiếp thị tiêu thụ sản phẩm... Nói cách khác, để phát triển hoạt động kinh doanh, doanh nghiệp cần có sản phẩm thích hợp đưa ra thị trường với chất lượng tốt nhất, được đưa đến địa điểm chính xác nhất, vào đúng thời điểm người tiêu dùng có nhu cầu và điều quan trọng là sản phẩm phải được chào bán với giá cả cạnh tranh nhất. Mặt khác, doanh nghiệp cần tạo cho mình một cơ chế quản lý thông tin thích hợp nhằm kiểm soát tất cả mọi công đoạn trong quá trình di chuyển của sản phẩm, hàng hóa và các dịch vụ có liên quan kể từ khâu đặt hàng đến khâu giao nhận vận chuyển, bảo quản và dự trữ hàng hóa, đưa hàng hóa tới tay người tiêu dùng và thanh toán tiền hàng.

Như vậy, toàn bộ các khâu từ cung ứng vật tư cho sản xuất đến việc lưu giữ, bảo quản, dự trữ, vận chuyển hàng hóa và quản lý thông tin có liên quan tạo nên một hệ thống dịch vụ hậu cần của doanh nghiệp với mục tiêu đáp ứng yêu cầu của khách hàng. Tuy nhiên, mỗi doanh nghiệp không thể tự làm hết và thực hiện một cách hiệu quả tất cả các công đoạn của hệ thống dịch vụ nêu trên và từ đó xuất hiện các doanh nghiệp chuyên kinh doanh một số loại dịch vụ nhất định trong hệ thống như: Dịch vụ vận tải, dịch vụ kho bãi để bảo quản và dự trữ hàng hóa, dịch vụ giao nhận...

Từ khi thực hiện chính sách “mở cửa” và hội nhập kinh tế quốc tế, nhu cầu mua bán, trao đổi hàng hóa và dịch vụ ở Việt Nam là rất lớn. Vì vậy, việc tổ chức các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần (đặc biệt là các dịch vụ phục vụ phát triển hoạt động thương mại như: Dịch vụ vận tải, dịch vụ giao nhận, dịch vụ kho bãi để bảo quản và dự trữ hàng hóa) là yêu cầu hết sức cần thiết.

Tuy nhiên, hiện nay hệ thống dịch vụ hậu cần của Việt Nam còn nhiều bất cập do cơ sở vật chất yếu kém, trình độ chuyên môn hóa chưa cao, khả năng của hệ thống kho bãi chưa đủ đáp ứng yêu cầu của việc bảo quản, dự trữ, giao nhận, vận chuyển một khối lượng hàng hóa lớn. Mặt khác, số doanh nghiệp tham gia kinh doanh dịch vụ hậu cần hiện đang có quy mô nhỏ, chỉ thực hiện được một phần hay một bộ phận trong hệ thống dịch vụ hậu cần tổng thể, thiết bị bảo quản và dự trữ hàng hóa còn lạc hậu, tốc độ trung chuyển hàng hóa chậm, chưa có các doanh nghiệp chuyên môn hóa kinh doanh

dịch vụ hậu cần đủ mạnh. Đặc biệt, Nhà nước cũng chưa có quy chế cụ thể để việc quản lý các dịch vụ hậu cần đạt hiệu quả cao.

Trong xu thế hội nhập kinh tế quốc tế hiện nay, khi phân công lao động quốc tế đã đạt trình độ cao, nhiều nước trên thế giới đã phát triển dịch vụ hậu cần nhằm tạo cơ sở cho thương mại phát triển. Để thực hiện quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, tự do hóa thương mại, Việt Nam cần phát triển các dịch vụ hậu cần để thúc đẩy phát triển thương mại nội địa cũng như thương mại với nước ngoài.

Nhận thức rõ được tầm quan trọng của vấn đề nêu trên, Chính phủ và các Bộ, Ngành, đặc biệt là Bộ Thương mại đang rất quan tâm đến việc phát triển dịch vụ hậu cần nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho thương mại phát triển và đáp ứng yêu cầu của quá trình toàn cầu hóa và hội nhập kinh tế quốc tế.

Xuất phát từ những lý do cơ bản nêu trên, Bộ Thương mại đã duyệt và cho phép tổ chức nghiên cứu Đề tài: “*Nghiên cứu kinh nghiệm quốc tế về dịch vụ hậu cần và những bài học rút ra cho Việt Nam*”.

***Mục tiêu chính của đề tài là:***

- Nghiên cứu những vấn đề lý luận và thực tiễn về dịch vụ hậu cần
- Nghiên cứu chính sách, kinh nghiệm của một số nước trên thế giới về phát triển dịch vụ hậu cần và từ đó rút ra bài học kinh nghiệm cho Việt Nam.
- Đề xuất khả năng vận dụng các kinh nghiệm phát triển dịch vụ hậu cần của các nước và các giải pháp chủ yếu để phát triển dịch vụ hậu cần ở Việt Nam trong thời gian tới.

***Đối tượng nghiên cứu của Đề tài là:***

- Các dịch vụ hậu cần phục vụ phát triển thương mại nội địa và xuất nhập khẩu như: Dịch vụ vận chuyển, dịch vụ giao nhận, dịch vụ bảo quản và dự trữ hàng hóa...
- Các chính sách và cơ chế quản lý của các nước và của Việt Nam đối với việc phát triển dịch vụ hậu cần.

Do giới hạn về thời gian và điều kiện nghiên cứu, ***về nội dung***, Đề tài tập trung nghiên cứu một số dịch vụ hậu cần chủ yếu phục vụ phát triển thương mại nội địa và xuất nhập khẩu như: Dịch vụ vận chuyển, dịch vụ giao nhận, dịch vụ kho bãi để bảo quản và dự trữ hàng hóa... Các lĩnh vực dịch vụ hậu cần khác được đề cập đến như các yếu tố hỗ trợ cho dịch vụ hậu cần phát triển một cách toàn diện và hiệu quả.

***Về không gian và thời gian***, Đề tài tập trung nghiên cứu kinh nghiệm ở một số nước trên thế giới có dịch vụ hậu cần phát triển và ở Việt Nam từ 2000 đến 2010.

***Các phương pháp nghiên cứu chủ yếu được sử dụng là:***

- Phương pháp duy vật biện chứng và duy vật lịch sử
- Phương pháp điều tra, khảo sát, thu thập thông tin, tư liệu

- Phương pháp tổng hợp, phân tích, so sánh
- Tham khảo ý kiến chuyên gia và hội thảo chuyên đề

Ngoài phần mở đầu, kết luận và phụ lục, Đề tài được ***kết cấu thành 3 chương***

***Chương I:*** Một số vấn đề lý luận về dịch vụ hậu cần (Logistics)

***Chương II:*** Kinh nghiệm phát triển dịch vụ hậu cần của một số nước trên thế giới và thực trạng phát triển dịch vụ hậu cần ở Việt Nam

***Chương III:*** Một số giải pháp chủ yếu nhằm phát triển dịch vụ hậu cần ở Việt Nam

# CHƯƠNG I

## MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ DỊCH VỤ HẬU CẦN

### I - TỔNG QUAN VỀ DỊCH VỤ HẬU CẦN

#### 1 - Khái niệm về dịch vụ hậu cần

Dịch vụ hậu cần hiện được các học giả, các nhà nghiên cứu định nghĩa theo nhiều cách khác nhau tuy nhiên, tại kỳ họp thứ 7 - Khoá XI - Quốc hội nước Cộng hoà XHCN Việt Nam ngày 14/6/2005 đã thông qua Luật Thương mại (sửa đổi năm 2005) trong đó có quy định cụ thể khái niệm về dịch vụ Logistics. Tại điều 233 - Mục 4 - Chương VI của Luật Thương mại ngày 14/6/2005, quy định “ *Dịch vụ Logistics là hoạt động thương mại, theo đó thương nhân tổ chức thực hiện một hoặc nhiều công việc bao gồm: Nhận hàng, vận chuyển, lưu kho, lưu bãi, làm thủ tục Hải quan, các thủ tục giấy tờ khác, tư vấn khách hàng, đóng gói, bao bì, ghi ký mã hiệu, giao hàng hoặc các dịch vụ khác có liên quan đến hàng hoá theo thoả thuận với khách hàng để hưởng thù lao. Dịch vụ Logistics được phiên âm tiếng Việt là Lô - gi - stíc*”.

Đây là cơ sở pháp lý hết sức quan trọng để điều chỉnh hoạt động kinh doanh các dịch vụ Lô - gi - stíc của các doanh nghiệp trên phạm vi toàn quốc và cũng là cơ sở quan trọng phục vụ cho việc nghiên cứu và hoạch định chính sách đối với từng dịch vụ trong hệ thống dịch vụ Lô - gi - stíc.

#### 2 - Phân loại dịch vụ hậu cần

##### a - Phân loại dịch vụ hậu cần

Căn cứ vào các tiêu chí khác nhau, người ta có thể phân loại dịch vụ hậu cần một cách khác nhau.

- Nếu căn cứ vào phạm vi không gian, người ta có thể phân loại dịch vụ hậu cần thành: Dịch vụ hậu cần toàn cầu (Global Logistics) và dịch vụ hậu cần quốc gia.

- Nếu căn cứ vào phạm vi hoạt động trong nền kinh tế, có thể phân loại dịch vụ hậu cần thành: Dịch vụ hậu cần tổng thể và dịch vụ hậu cần hẹp (có tính chất chuyên ngành).

- Nếu căn cứ vào chủ thể tham gia, người ta có thể phân dịch vụ hậu cần thành:

+ Dịch vụ hậu cần bên thứ nhất

Người chủ sở hữu hàng hóa tự tổ chức và thực hiện các dịch vụ hậu cần thương mại để đáp ứng yêu cầu của mình.

Hình thức dịch vụ hậu cần này được áp dụng phổ biến ở Việt Nam thời kỳ trước những năm 1990, khi đó các nhà sản xuất tự vận chuyển hàng hoá, tự tổ chức giao nhận... để thực hiện việc tiêu thụ sản phẩm, hàng hoá của mình.

+ Dịch vụ hậu cần bên thứ hai



Người cung cấp dịch vụ hậu cần là người cung cấp dịch vụ cho một hoạt động đơn lẻ (vận chuyển, giao nhận, kho bãi, dự trữ...) trong hệ thống dịch vụ hậu cần. Hình thức dịch vụ hậu cần này được áp dụng phổ biến ở Việt Nam hiện nay, khi các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần nước ta chưa đủ mạnh để tổ chức đồng bộ các dịch vụ trong hệ thống các dịch vụ hậu cần.

+ Dịch vụ hậu cần bên thứ ba

Người cung cấp dịch vụ hậu cần bên thứ ba là người thay mặt cho chủ hàng quản lý và thực hiện các dịch vụ hậu cần. Do vậy, dịch vụ hậu cần bên thứ ba tích hợp các dịch vụ khác nhau, kết hợp chặt chẽ việc lưu chuyển hàng hoá và xử lý thông tin trong dây chuyền cung ứng.

Hình thức dịch vụ hậu cần bên thứ ba được áp dụng phổ biến ở các nước có kinh tế phát triển.

+ Dịch vụ hậu cần bên thứ tư

Người cung cấp dịch vụ hậu cần bên thứ tư là người tích hợp, chịu trách nhiệm quản lý, thực hiện quản trị cả quá trình lưu chuyển của dòng hàng hóa như: Nhận hàng từ nơi sản xuất, làm thủ tục xuất nhập khẩu, đưa hàng đến nơi tiêu thụ cuối cùng.

Hình thức dịch vụ hậu cần bên thứ tư được áp dụng phổ biến ở các nước có các Công ty, tập đoàn kinh doanh Logistics đủ mạnh, có phạm vi hoạt động và hệ thống văn phòng đại diện hay các công ty con ở nhiều nước trên thế giới.

Như vậy, căn cứ vào các tiêu chí khác nhau người ta có thể phân chia dịch vụ hậu cần thành nhiều loại khác nhau, có phạm vi điều chỉnh rộng hẹp khác nhau, trong phạm vi một quốc gia, khu vực hoặc toàn cầu.

***b - Một số lĩnh vực dịch vụ hậu cần phục vụ quá trình phát triển thương mại nội địa và xuất nhập khẩu***

Các dịch vụ chính trong dịch vụ hậu cần thương mại là:

**Dịch vụ vận chuyển:**

Dịch vụ vận chuyển là hoạt động kinh tế có mục đích của con người nhằm hoán chuyển vị trí của hàng hóa và bản thân con người từ nơi này đến nơi khác bằng các phương tiện vận tải.

*Vận tải đường thủy*

Phương thức vận tải này bao gồm: Vận tải thủy nội địa (vận chuyển hàng hoá trên các sông, hồ, kênh đào, vận chuyển dọc bờ) và vận tải biển.

Vận tải đường thủy có lợi thế là cước phí vận chuyển rẻ do hàng hoá được vận chuyển với số lượng lớn, với các đội tàu chuyên dụng, cơ sở hạ tầng một phần do thiên nhiên kiến tạo sẵn...

*Vận tải đường bộ*

Vận tải đường bộ là phương thức vận tải nội địa phổ biến ở mọi quốc gia. Nó có khả năng cung cấp dịch vụ vận tải một cách nhanh chóng và độ tin cậy khá cao.

#### *Vận tải đường sắt*

Vận tải đường sắt kém linh hoạt hơn vận tải đường bộ. Tàu hỏa không thể cung cấp dịch vụ đến một địa điểm bất kỳ (Point - To - Point) theo yêu cầu của khách hàng, vì không phải ở đâu người ta cũng có thể lắp đặt đường ray và xây dựng nhà ga - cơ sở vật chất kỹ thuật cần có của đường sắt.

#### *Vận tải hàng không*

Hoàn toàn trái ngược với vận tải đường thủy, vận tải hàng không chỉ phù với những loại hàng có khối lượng nhỏ nhưng giá trị cao, nhất là những mặt hàng cần vận chuyển trong thời gian ngắn như: Hàng hiếm quý, rau quả, thực phẩm tươi sống, các mặt hàng thời trang, những loại hàng hóa đặc biệt...

#### *Vận tải đường ống*

Đây là phương thức vận tải chuyên dụng, chỉ để vận chuyển những hàng hóa đặc biệt như: Khí đốt, dầu thô, nước sạch, hóa chất hoặc than bùn mà thôi.

### **Dịch vụ giao nhận**

Doanh nghiệp kinh doanh *dịch vụ giao nhận* thực chất là kinh doanh dịch vụ chuyển hàng từ người chủ hàng (người sản xuất hoặc nhà buôn) đến tay người nhận hàng (có thể là nhà phân phối bán lẻ hay nhà sản xuất khác). Dịch vụ giao nhận bao gồm các dịch vụ: Thu gom, chia tách, kiểm đếm, giao hoặc/và nhận hàng hóa...

### **Sơ đồ các khâu của quá trình giao nhận, vận chuyển trong dịch vụ hậu cần toàn cầu**



## **Dịch vụ kho bãi**

*Kho bãi* là nơi cất giữ nguyên nhiên vật liệu, bán thành phẩm, thành phẩm, hàng hoá...trong suốt quá trình lưu chuyển của chúng từ điểm đầu đến điểm cuối của dây chuyền cung ứng, đồng thời cung cấp các thông tin về tình trạng, điều kiện lưu giữ và vị trí của các hàng hóa được lưu kho.

## **Dịch vụ dự trữ hàng hóa**

Dự trữ hàng hóa là dịch vụ quan trọng để đảm bảo hàng hóa luôn sẵn sàng phục vụ yêu cầu của người tiêu dùng một cách hợp lý.

## **Dịch vụ khách hàng**

Dịch vụ khách hàng là những hoạt động cụ thể của công ty nhằm giải quyết tốt các đơn đặt hàng của khách hàng. Những hoạt động đó có thể là: Lập bộ chứng từ, làm thủ tục hải quan, giải quyết các khiếu nại (nếu có)...

Có rất nhiều yếu tố liên quan đến dịch vụ khách hàng, song có thể chia các yếu tố đó thành ba nhóm chủ yếu sau: Nhóm dịch vụ khách hàng trước giao dịch, nhóm dịch vụ trong khi giao dịch, nhóm dịch vụ sau khi giao dịch.

## **3 - Vị trí, vai trò của dịch vụ hậu cần trong phát triển kinh tế - xã hội**

### **a/ Đối với nền kinh tế**

+ *Đóng góp vào GDP:*

Kết quả của nhiều công trình nghiên cứu cho thấy, doanh thu dịch vụ nói chung hiện đang chiếm tỷ trọng lớn trong GDP của mỗi quốc gia.

Số liệu thống kê năm 2002 của Ngân hàng thế giới cho thấy: Tỷ trọng dịch vụ trong GDP của các nước OECD thường vào khoảng 60 - 70%, điển hình là Hoa Kỳ có tỷ trọng giá trị dịch vụ chiếm tới 80% GDP. Nhờ sự đóng góp to lớn này của lĩnh vực dịch vụ, nền kinh tế của các nước phát triển trở nên linh hoạt hơn và tạo ra nhiều giá trị gia tăng hơn, tạo cơ sở vững chắc cho phát triển và điều hành hoạt động kinh tế.

Theo số liệu của Liên hiệp quốc, tỷ trọng dịch vụ trong GDP tại các nước đang phát triển trung bình khoảng 40 - 50%. Năm 2000, Malaysia có tỷ trọng giá trị dịch vụ trong GDP là 43,60%, của Thái Lan chiếm khoảng 50%, Inđônêxia chiếm khoảng 40%. Tỷ lệ giá trị dịch vụ trong GDP của các nước đang phát triển tuy có thấp hơn so với các nước phát triển nhưng lại là con số lớn nhất trong cơ cấu GDP của các nước này.

+ *Tạo thêm nhiều số lượng việc làm và tăng thu nhập cho người lao động*

+ *Phát triển dịch vụ hậu cần giúp rút ngắn khoảng cách về không gian giữa người sản xuất và người tiêu thụ và tận dụng cơ hội phục vụ nhu cầu đa dạng và ngày càng tăng của khách hàng.*

+ *Giá trị của dịch vụ hậu cần tham gia vào cơ cấu giá trị hàng hóa như là một bộ phận giá trị phụ thêm.*

+ *Dịch vụ hậu cần giúp duy trì số lượng và chất lượng hàng hóa, làm giảm tổng chi phí và tăng sức cạnh tranh của hàng hóa.*

#### ***b/ Đối với hoạt động thương mại nội địa và xuất nhập khẩu***

Đối với hoạt động thương mại nội địa và xuất nhập khẩu, trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế, dịch vụ hậu cần có vai trò rất to lớn. Nó giúp giải quyết cả đầu ra lẫn đầu vào của khả năng một cách hiệu quả.

#### **4 - Sự cần thiết phát triển dịch vụ hậu cần ở Việt nam**

Theo thống kê, ở Việt Nam hiện có khoảng hơn 1.000 công ty giao nhận chính thức đang hoạt động, trong đó có khoảng 18% là công ty Nhà nước; 7% là công ty TNHH và doanh nghiệp tư nhân; 10% các đơn vị giao nhận chưa có giấy phép và 2% là các công ty có vốn đầu tư nước ngoài. Đa số các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần đều có qui mô vừa và nhỏ, chỉ có một số doanh nghiệp tương đối lớn như: Vietrans, Viconship, Vinatrans...

Trước nhu cầu phát triển thương mại khu vực và thế giới ngày càng lớn và nhu cầu sản xuất tiêu dùng trong nước ngày càng tăng, khối lượng hàng hóa đưa ra trao đổi trên thị trường ngày càng lớn, việc phát triển hệ thống dịch vụ hậu cần thương mại ở Việt Nam là hết sức cần thiết vì những lý do cơ bản sau:

- ***Thứ nhất:*** Hệ thống dịch vụ hậu cần nói chung và các dịch vụ hậu cần thương mại nói riêng hiện nay ở Việt Nam được đánh giá là vừa yếu về công nghệ và nguồn nhân lực, vừa thiếu về điều kiện vật chất.

- ***Thứ hai:*** Xuất phát từ mục tiêu tăng cường hội nhập kinh tế khu vực và quốc tế mở rộng quan hệ trao đổi hàng hóa với nước ngoài.

- ***Thứ ba:*** Phát triển dịch vụ hậu cần, đặc biệt là dịch vụ hậu cần thương mại, Việt Nam sẽ có khả năng nâng cao sức cạnh tranh của nền kinh tế và sức cạnh tranh của hàng hóa trên thị trường trong nước và thị trường nước ngoài.

- ***Thứ tư:*** Phát triển dịch vụ hậu cần sẽ tạo thêm cho Việt Nam cơ hội để tham gia vào hoạt động dịch vụ hậu cần khu vực và toàn cầu.

## **II - NHỮNG YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN SỰ PHÁT TRIỂN CỦA DỊCH VỤ HẬU CẦN**

### **1 - Yếu tố về mức độ mở cửa của nền kinh tế**

Mức độ mở cửa của nền kinh tế là một trong những tiêu chí hàng đầu để đánh giá năng lực cạnh tranh của một quốc gia. Mức độ mở cửa của nền kinh tế chính là chỉ số giữa tổng giá trị ngoại thương (bao gồm cả xuất khẩu và nhập khẩu) so với tổng giá trị GDP của cả nước.

### **2 - Yếu tố về thể chế, chính sách**

Thể chế, chính sách là những quy định pháp lý của các quốc gia nhằm điều chỉnh hoạt động của một ngành, một lĩnh vực nào đó của nền kinh tế. Các chính sách

của Nhà nước đối với từng lĩnh vực kinh tế nói chung (lĩnh vực dịch vụ hậu cần nói riêng) cần được quy định rõ ràng, minh bạch, dễ hiểu, dễ áp dụng nhằm tạo cho các doanh nghiệp tham gia vào lĩnh vực hoạt động đó được thuận lợi, bình đẳng.

### **3 - Yếu tố cơ sở hạ tầng và khả năng ứng dụng những thành tựu khoa học kỹ thuật hiện đại để phát triển dịch vụ hậu cần:**

Cơ sở hạ tầng bao gồm hệ thống đường sá, bến bãi, sân bay, bến cảng, mạng trục viễn thông, hệ thống cấp điện, nước... phục vụ cho việc lưu chuyển hàng hóa từ nơi sản xuất đến người tiêu thụ cuối cùng.

### **4 - Yếu tố về năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp cung ứng và kinh doanh dịch vụ hậu cần**

Trong trào lưu hội nhập kinh tế quốc tế, các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần cũng phải không ngừng nâng cao năng lực cạnh tranh của mình. Đây là điều kiện sống còn của các doanh nghiệp cung ứng và kinh doanh dịch vụ hậu cần khi dòng lưu chuyển của hàng hóa đang tăng lên không ngừng ở cả phạm vi quốc gia và quốc tế.

### **5 - Yếu tố về kỹ năng tổ chức các doanh nghiệp chuyên môn hóa cung ứng và kinh doanh dịch vụ hậu cần**

Trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế và tự do thương mại, thực hiện chuyên môn hóa các dịch vụ hậu cần đang là đòi hỏi tất yếu để dòng lưu chuyển hàng hóa trên phạm vi toàn cầu được dễ dàng, thuận lợi, chi phí thấp và hiệu quả kinh tế cao. Điều này đòi hỏi các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần phải biết cách tổ chức hoạt động của mình thông qua việc sử dụng hệ thống các phương tiện vận tải, giao nhận và thông tin hiện đại...

### **6 - Yếu tố về công nghệ thông tin**

Như đã phân tích ở trên, dịch vụ hậu cần không thể phát triển được nếu không có công nghệ thông tin. Sự tiến bộ vượt trội của công nghệ thông tin thời gian qua đã giúp cho các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần có thể tập hợp thông tin, xử lý và trao đổi thông tin trong quá trình lưu chuyển của hàng hóa và chứng từ một cách dễ dàng, thuận lợi.

### **7 - Yếu tố về khả năng tài chính của doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần**

Khả năng tài chính của doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần là yếu tố hết sức quan trọng, có vai trò quyết định đến việc doanh nghiệp đó có khả năng đưa hàng hóa từ nơi sản xuất đến nơi tiêu thụ cuối cùng qua các khâu vận chuyển - giao nhận - lưu kho - dự trữ hàng hoá một cách an toàn và kịp thời hạn hay không.

Có thể nói, khả năng về tài chính của doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần cũng là một phần uy tín của doanh nghiệp đó trên thị trường kinh doanh dịch vụ hậu cần toàn cầu.

## **8 - Yếu tố về nguồn nhân lực cho phát triển các dịch vụ hậu cần**

Cũng như các ngành kinh tế khác, trong điều kiện hội nhập, yếu tố nguồn nhân lực đóng vai trò hết sức quan trọng cho sự phát triển của các dịch vụ hậu cần. Vì dịch vụ hậu cần trong hội nhập kinh tế quốc tế không chỉ giới hạn trong phạm vi một hoặc một số quốc gia nhất định mà phạm vi hoạt động của nó mang tính toàn cầu nên cho dù các hãng kinh doanh dịch vụ hậu cần có năng lực tài chính mạnh, có trang thiết bị hiện đại, có hệ thống thông tin hiện đại mà không có nguồn nhân lực tốt thì cũng không thể đạt hiệu quả kinh doanh cao được.

## CHƯƠNG II

# KINH NGHIỆM PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ HẬU CẦN CỦA MỘT SỐ NƯỚC TRÊN THẾ GIỚI VÀ THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ HẬU CẦN Ở VIỆT NAM

## I - THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ HẬU CẦN CỦA MỘT SỐ NƯỚC TRÊN THẾ GIỚI

### 1 - Thực trạng phát triển dịch vụ hậu cần của Mỹ

#### *a/ Chính sách của Nhà nước Mỹ về phát triển dịch vụ hậu cần*

Mỹ là quốc gia có tỷ trọng dịch vụ trong GDP cao trên thế giới. Đây là một trong những lý do nhiều nhà nghiên cứu đặt tên cho nền kinh tế nước này là nền kinh tế dịch vụ.

Những ngành dịch vụ chủ yếu của Mỹ bao gồm: Dịch vụ vận tải và các dịch vụ hỗ trợ như: Dịch vụ ngân hàng, dịch vụ viễn thông...

Theo Cass Logistic, chi tiêu cho hậu cần chiếm khoảng 10% trong tổng GDP của Mỹ (tương đương 300 tỷ USD hàng năm). Trong số đó, trên 60% trong tổng chi phí cho dịch vụ hậu cần của Mỹ là liên quan đến cước phí vận chuyển, còn các chi phí khác chiếm trên 30%.

Do dịch vụ đóng vai trò quan trọng nhất trong nền kinh tế, tạo ra tới 80% việc làm và đóng góp trên 80% GDP nên Mỹ rất coi trọng việc hoạch định chính sách phát triển các ngành dịch vụ. Điều đáng chú ý là ngoài các chính sách do liên bang đưa ra áp dụng trên toàn lãnh thổ, các bang của Hoa Kỳ cũng đưa ra các chính sách phát triển cụ thể cho hoạt động dịch vụ trên địa phận mình quản lý.

#### *Chính sách đối với dịch vụ vận chuyển*

##### *Đối với dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường biển*

Dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường biển là một trong những phân ngành dịch vụ rất quan trọng đối với Mỹ. Do vậy, Chính phủ Mỹ đã thực hiện nhiều chính sách hỗ trợ ngành này thông qua các biện pháp khuyến khích thuê tàu biển của Mỹ và hạn chế sự tiếp cận thị trường của các hãng tàu biển nước ngoài.

Điều đáng quan tâm là Hoa Kỳ có những biện pháp và nỗ lực đáng kể nhằm trợ giúp cho dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường biển của mình mặc dù năng lực vận chuyển của đội tàu nước này đang được xếp thứ 3 thế giới.

Cụ thể, Chính phủ Hoa Kỳ vẫn dành những chính sách ưu đãi đối với các công ty hoặc tổ chức sử dụng đội tàu của Hoa Kỳ trong vận tải biển quốc tế. Ngoài ra, đối với hàng hóa có sử dụng ngân sách của Chính phủ (50%) và toàn bộ hàng hóa quân đội và sử dụng tiền vay của Eximbank phải được chuyên chở bởi đội tàu của Hoa Kỳ. Đối với

các hãng tàu biển nước ngoài muốn chuyên chở hàng ưu tiên thì phải đăng ký cờ tàu Hoa Kỳ trong ít nhất 3 năm.

*Đối với dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường hàng không*

Thị trường dịch vụ vận chuyển bằng đường hàng không của Hoa Kỳ hiện đang phát triển mạnh nhất thế giới với doanh thu các tuyến bay nội địa năm 1998 đạt 78 tỷ USD và mức doanh thu đạt 25 tỷ USD từ hoạt động vận chuyển quốc tế của các hãng hàng không Hoa Kỳ.

Ngoài ra, vận chuyển nội địa ở Mỹ hoàn toàn do các hãng vận tải hàng không Hoa Kỳ kiểm soát và thực hiện (tức là Hoa Kỳ chưa cho phép các doanh nghiệp nước ngoài cung cấp dịch vụ vận chuyển hàng không nội địa).

***Chính sách đối với một số dịch vụ hỗ trợ cho sự phát triển dịch vụ hậu cần***

*Chính sách đối với dịch vụ ngân hàng*

Trước thập kỷ 90 của thế kỷ trước, Hoa Kỳ quản lý dịch vụ ngân hàng rất chặt chẽ. Trong những năm gần đây, Hoa Kỳ đã nới lỏng quản lý đồng thời tiến hành tự do hóa ở mức khá cao, tạo ra môi trường cạnh tranh cao hơn và bình đẳng hơn trong lĩnh vực ngân hàng.

*Chính sách đối với dịch vụ viễn thông*

Thị trường dịch vụ viễn thông của Hoa Kỳ là thị trường lớn và có tính cạnh tranh cao nhất thế giới. Đối với dịch vụ viễn thông, Hoa Kỳ có chủ trương tự do hóa mạnh mẽ và coi đây như là cơ sở hạ tầng quan trọng cho các hoạt động kinh tế.

***b/ Thực trạng phát triển một số dịch vụ hậu cần ở Mỹ***

***+ Thực trạng phát triển dịch vụ vận chuyển***

Theo kết quả nghiên cứu của các nhà kinh tế Mỹ, hàng năm nền công nghiệp Mỹ chi khoảng 700 tỷ USD cho việc vận chuyển vật tư, nguyên vật liệu, hàng hoá phục vụ sản xuất và lưu thông trong và ngoài nước.

***+ Thực trạng phát triển các dịch vụ giao nhận, lưu kho hàng hóa***

- Ở Mỹ, các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ giao nhận hàng hóa luôn đòi hỏi và đã thành công trong việc áp dụng mức giá được ấn định bởi các nhà vận tải, chứ không phải được Chính phủ quy định sẵn.

Năm 2004, mức giá chi phí giao nhận ở Mỹ tăng 3,8% và tăng khoảng 4,3% vào năm 2005. Hầu hết các doanh nghiệp Mỹ đều sử dụng từ 1 đến 3 công ty cung ứng dịch vụ giao nhận, thậm chí sử dụng từ 1 đến 6 nhà giao nhận phục vụ cho việc lưu chuyển hàng hóa của mình.

- Dịch vụ lưu kho hàng hóa:

Để thực hiện dịch vụ lưu trữ hàng hóa (cả trong vận tải nội địa cũng như vận tải quốc tế), các công ty phải cung cấp các thiết bị cần thiết cho việc trang bị và điều hành



kho, bảo vệ cho các chuyến hàng quá cảnh và các dịch vụ có liên quan (chẳng hạn như bộ để hàng trong kho). Các hệ thống thông tin về kho bãi và hệ thống dây chuyền cung ứng là hai điều kiện quan trọng để làm tốt công việc lưu trữ hàng hóa.

- Kiểm tra và thanh toán vận đơn:

Một trong những vấn đề về nổi cộm nhất là trong quá trình thực hiện việc chuyên chở hàng hóa đến người tiêu dùng là chủ hàng không biết rõ họ đã trả đúng số tiền cho chuyến hàng hay chưa. Vấn đề này nhiều khi là sự tranh cãi lớn giữa chủ hàng và người cung ứng dịch vụ vận chuyển. Ở Mỹ, các chủ hàng không phải mất thời gian làm việc này. Các công ty kiểm tra và thanh toán vận đơn sẽ thanh toán phí vận đơn, kiểm tra và thu một khoản phí nhất định.

### **+ *Thực trạng phát triển một số dịch vụ hỗ trợ ở Mỹ***

Theo đánh giá của các chuyên gia kinh tế Mỹ, dịch vụ hậu cần của nước này phát triển mạnh là nhờ áp dụng công nghệ thông tin điện tử trong phát triển dịch vụ hậu cần (E-Logistics).

## **2 - Thực trạng phát triển dịch vụ hậu cần của Pháp**

### ***a/ Chính sách của Nhà nước Pháp về phát triển dịch vụ hậu cần***

Dịch vụ là ngành đóng góp lớn nhất vào nền kinh tế Pháp (lên tới trên 70% GDP năm 2000). Trong giai đoạn 1990 - 2000, tỷ trọng của dịch vụ trong GDP tăng liên tục từ 67,2% năm 1990 lên tới 70% năm 2000. Điều này thể hiện vai trò ngày càng to lớn của dịch vụ đối với sự phát triển của nền kinh tế nước Pháp.

Để phát triển dịch vụ hậu cần một cách hiệu quả, Chính phủ Pháp đã có nhiều chính sách hỗ trợ các dịch vụ hậu cần nhằm phù hợp với yêu cầu hội nhập của Liên minh châu Âu và toàn thế giới.

#### ***Đối với dịch vụ vận chuyển***

Dịch vụ vận chuyển được coi là huyết mạch của nền kinh tế mặc dù giá trị đóng góp của nó vào GDP của nước Pháp là không lớn (chỉ khoảng 4 - 5%).

+ Chính phủ Pháp chủ trương hội nhập đầy đủ vào nền kinh tế châu Âu cũng như xúc tiến các bước cần thiết để hài hòa hóa và tự do hóa dịch vụ vận chuyển trong khung khổ EU.

+ Chính phủ Pháp đã yêu cầu EU cho phép được hoãn thời gian tự do hóa dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường bộ ở trong nước.

+ Chính phủ cho phép các công ty tàu biển của Pháp đăng ký cờ phượng tiện cho tàu mình để giảm chi phí.

#### ***Đối với các dịch vụ hỗ trợ dịch vụ hậu cần***

Riêng trong lĩnh vực ngân hàng, Chính phủ Pháp quyết tâm “biến Pari trở thành một trung tâm tài chính quốc tế ngang tầm với NewYork hay Tokyo” nên hoạt động

ngân hàng tại Pháp ngày càng trở nên quốc tế hóa hơn do tác động của quá trình toàn cầu hóa.

Ngoài ra, Chính phủ Pháp cũng rất quan tâm đến việc phát triển dịch vụ viễn thông nhằm hỗ trợ cho dịch vụ hậu cần phát triển.

### ***b/ Thực trạng phát triển một số lĩnh vực dịch vụ hậu cần ở nước Pháp***

#### ***+ Thực trạng phát triển dịch vụ vận chuyển***

##### *Dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường biển*

Hiện đội tàu của Pháp có khoảng 230 chiếc với tổng trọng tải khoảng 6,6 triệu tấn. Tuy nhiên, hầu hết các công ty tàu biển của Pháp đều đăng ký cờ phương tiện cho tàu mình để giảm chi phí tiền lương cho thủy thủ.

##### *Dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường bộ*

Ngành giao thông đường bộ của Pháp rất phát triển với việc áp dụng những tiến bộ mới nhất trong xây dựng cầu đường và có thể đảm nhiệm việc vận chuyển tới 60% tổng lượng hàng hóa lưu chuyển nội địa (tăng lên đáng kể so với mức 40% năm 1970) và 90% tổng lượng hành khách nội địa.

##### *Dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường sắt*

Mặc dù được Chính phủ dành nhiều ưu đãi nhưng năng lực vận chuyển của ngành vận tải đường sắt nước Pháp lại tương đối hạn chế (chỉ vận chuyển được 20% tổng lượng hàng hóa vận chuyển toàn quốc và 9% tổng số hành khách).

##### *Dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường thủy nội địa*

Đây là phân ngành dịch vụ vận chuyển có vai trò khiêm tốn nhất trong toàn ngành dịch vụ vận chuyển của Pháp khi chỉ đảm nhận khoảng 2,5% tổng lượng hàng hóa vận chuyển nội địa của cả nước.

##### *Dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường hàng không*

Dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường hàng không của Pháp là dịch vụ có tốc độ tăng trưởng nhanh do được hưởng nhiều lợi thế về vị trí địa lý cũng như sự phát triển nhanh chóng của dịch vụ hàng không quốc tế.

#### ***+ Thực trạng phát triển một số dịch vụ hỗ trợ cho dịch vụ hậu cần***

##### *Thực trạng phát triển dịch vụ ngân hàng*

Dịch vụ ngân hàng đóng vai trò rất quan trọng trong nền kinh tế của Pháp. Theo số liệu thống kê của Pháp, năm 2003, dịch vụ ngân hàng đóng góp gần 4% GDP của quốc gia, tương đương với tỷ lệ đóng góp của một số ngành như: Vận tải, năng lượng, nông nghiệp hay ngư nghiệp. Số lượng nhân viên làm việc trong ngành ngân hàng vào khoảng trên 400.000 người.

##### *Thực trạng phát triển dịch vụ viễn thông*

Trước năm 1990, tập đoàn bưu chính viễn thông lớn nhất của Pháp là La Poste có khoảng 10 công ty con đã phát triển 3 loại hoạt động quan trọng: Dịch vụ tài chính, thư chuyển nhanh và dịch vụ bưu kiện.

### **3 - Thực trạng phát triển dịch vụ hậu cần của Trung Quốc**

#### ***a/ Chính sách của Nhà nước Trung Quốc về phát triển dịch vụ hậu cần***

Ngày nay, dịch vụ vận chuyển đã phát triển mạnh ở Trung Quốc nhờ việc Chính phủ đã tạo ra nhiều cơ hội để các công ty trong và ngoài nước tham gia cạnh tranh trong việc cung cấp các dịch vụ hậu cần. Chính phủ Trung Quốc đang khuyến khích các công ty trong nước phát triển dịch vụ hậu cần và khuyến khích các đơn vị vận chuyển hiện đại hóa phương tiện vận chuyển của mình để nâng cao hiệu quả hoạt động. Từ khi gia nhập WTO, Chính phủ Trung Quốc cũng cam kết mở cửa dịch vụ hậu cần đối với các nhà cung cấp dịch vụ nước ngoài.

Ngoài các chính sách hỗ trợ phát triển dịch vụ vận chuyển, Chính phủ Trung Quốc cũng có các chính sách phát triển các lĩnh vực dịch vụ hậu cần khác như:

+ Chính phủ xây dựng những trung tâm công nghệ phục vụ các xí nghiệp hương trấn, đầu tư vốn vào đào tạo trình độ áp dụng công nghệ mới và hướng dẫn các chủ doanh nghiệp quản lý có hiệu quả.

+ Chính phủ cho phép các công ty, doanh nghiệp nước ngoài cung cấp dịch vụ Logistics phục vụ tiêu thụ hàng hoá xuất nhập khẩu của Trung Quốc và tiêu thụ hàng hoá ngay trên thị trường Trung Quốc.

#### ***b/ Thực trạng phát triển một số lĩnh vực dịch vụ hậu cần của Trung Quốc***

##### ***+ Thực trạng phát triển dịch vụ vận chuyển hàng hoá***

*Đối với dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường biển và đường thủy nội địa*

Vận tải đường biển là lĩnh vực dịch vụ hậu cần được Chính phủ Trung Quốc mở cửa cho các nhà đầu tư nước ngoài. Các công ty nước ngoài có thể đầu tư 100% vốn hoặc liên doanh với các công ty cung cấp dịch vụ vận chuyển trong nước. Các công ty Sinotrans, Cosco... đã ký kết hợp đồng thường xuyên với các nhà vận chuyển trên đất liền để cung cấp dịch vụ “Door to Door” cho khách hàng.

*Đối với dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường sắt*

Dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường sắt là một trong những dịch vụ quan trọng của các tỉnh nằm sâu trong đất liền. Dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường sắt cung cấp dịch vụ vận chuyển cho các loại nguyên liệu, khoáng sản nặng nhằm phục vụ tiêu dùng trong nước hoặc xuất khẩu sang các nước khác.

##### ***+ Thực trạng phát triển một số dịch vụ hỗ trợ phát triển dịch vụ hậu cần của Trung Quốc***

*Thực trạng phát triển dịch vụ cảng biển của Trung Quốc*

Trung Quốc đặc biệt chú trọng đến dịch vụ cảng biển do phần lớn hàng hóa xuất nhập khẩu của Trung Quốc được xuất khẩu qua đường biển. Hơn nữa Trung Quốc đã đầu tư phát triển hệ thống cảng biển rất hiện đại có thể phục vụ bốc dỡ hàng hóa với khối lượng lớn và thời gian nhanh nhất.

#### *Thực trạng phát triển dịch vụ viễn thông*

Dịch vụ viễn thông là dịch vụ hỗ trợ quan trọng để phát triển dịch vụ hậu cần một cách hoàn hảo. Hiện nay, dịch vụ viễn thông đang được Chính phủ Trung Quốc rất chú trọng đầu tư nhằm phục vụ cho sự phát triển của dịch vụ hậu cần. Nhiều doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực dịch vụ viễn thông ở Trung Quốc hiện đã được tư nhân hóa.

### **4 - Thực trạng phát triển dịch vụ hậu cần của Thái Lan**

#### *a/ Chính sách của Nhà nước Thái Lan về phát triển dịch vụ hậu cần*

Thái Lan thống nhất quản lý các hoạt động thương mại dịch vụ trong các đạo luật như Luật kinh doanh, Luật đăng ký thương mại, Luật lao động, Luật thuế doanh thu và Luật dân sự... Thái Lan đã xây dựng Bộ Luật Thương mại điều chỉnh các khía cạnh thương mại về dịch vụ một cách thống nhất. Điều này làm cho hoạt động thương mại dịch vụ của Thái Lan dễ dàng được quản lý và đúng hướng, nhất là đối với vấn đề tạo lập sự cạnh tranh lành mạnh. Bên cạnh Luật thương mại, các ngành dịch vụ cũng có những luật lệ riêng, tập trung xử lý các vấn đề liên quan đến các khía cạnh chuyên ngành chứ không thực hiện điều chỉnh các vấn đề thương mại (liên quan đến quyền và nghĩa vụ của chủ thể phát sinh trong giao dịch thương mại).

Để mở rộng thị trường cho hàng hóa, Chính phủ Thái Lan đã có hàng loạt hoạt động hỗ trợ như: Khuyến trương và xúc tiến bán hàng thông qua quảng cáo bằng các phương tiện thông tin đại chúng; phát triển thành lập các trung tâm chuyên mua bán sản phẩm ở các tỉnh, qua đó giúp tiêu thụ sản phẩm để người sản xuất yên tâm đầu tư vào sản xuất. Chính phủ cũng tài trợ gần như hoàn toàn việc tổ chức triển lãm và hội chợ thương mại ở trong nước cũng như đưa các phái đoàn tham dự triển lãm, hội chợ quốc tế.

#### *b/ Thực trạng phát triển một số dịch vụ hậu cần ở Thái Lan*

##### **+ Thực trạng phát triển dịch vụ vận chuyển ở Thái Lan**

Giá trị các ngành dịch vụ của Thái Lan có đóng góp tới 59% GDP của nước này. Lao động trong các ngành dịch vụ Thái Lan có mức tăng trưởng ổn định trong suốt mấy thập kỷ qua và chiếm khoảng 30% lao động của đất nước. Nguồn thu quan trọng nhất trong các ngành dịch vụ của Thái Lan là từ dịch vụ du lịch với khoảng 145 tỉ bạt (4 tỉ USD), tiếp theo là dịch vụ vận chuyển với khoảng 41 tỉ bạt. Thành công to lớn của Thái Lan là kinh nghiệm tốt cho các nước đang phát triển từ mục tiêu khai thác dịch vụ bên cạnh hàng hóa.

##### **+ Thực trạng các dịch vụ hỗ trợ phát triển dịch vụ hậu cần ở Thái Lan**

### *Thực trạng phát triển dịch vụ viễn thông*

Chính sách phát triển dịch vụ viễn thông của Thái Lan luôn hướng tới việc xử lý độc quyền và tạo lập môi trường cạnh tranh lành mạnh giữa các doanh nghiệp trong nước. Thái Lan có hai nhà cung cấp dịch vụ mang tính độc quyền bao gồm: Tổ chức điện thoại Thái Lan (TOT) là nhà cung cấp dịch vụ độc quyền Thái Lan trong lĩnh vực viễn thông trong nước và Cơ quan thông tin Thái Lan (CAP) độc quyền cung cấp dịch vụ viễn thông quốc tế. Đối với những dịch vụ khác như dịch vụ nhắn tin, di động, CAP và TOT cạnh tranh với nhau. Doanh nghiệp nước ngoài tạm thời chưa được hoạt động.

Cho đến nay, Thái Lan đang cố gắng tư nhân hóa CAP và TOT nhằm tăng cường môi trường cạnh tranh trong nội bộ ngành. Tuy nhiên, quá trình tư nhân hoá hai công ty này sẽ được chia thành 2 giai đoạn. Giai đoạn I: Thiết lập một công ty mẹ đứng ra quản lý cả 2 công ty. Giai đoạn II: Cho phép các công ty khác cũng như tư nhân mua cổ phiếu nhưng cổ phiếu Nhà nước vẫn giữ tỷ lệ khống chế (50%).

## **5 - Thực trạng phát triển dịch vụ hậu cần của Malaysia**

### *a/ Chính sách của Nhà nước Malaysia về phát triển dịch vụ hậu cần*

Malaysia đang có chính sách khuyến khích các công ty cung cấp dịch vụ hậu cần xuyên quốc gia phát triển thay vì hạn chế những công ty này nhằm kích thích thương mại phát triển. Tuy nhiên, nhiều địa phương của Malaysia chưa có các cảng với phương tiện bốc dỡ cũng như cơ sở hạ tầng thích hợp.

Giao thông nông thôn ở Malaysia chưa phát triển làm cho thời gian vận chuyển dài và giá thành vận chuyển cao. Mặt khác, các cơ quan chức trách địa phương thường thu các khoản phí không hợp lý làm hạn chế hiệu quả của dịch vụ vận chuyển cũng như làm tăng chi phí. Chính điều này cũng ngăn cản việc thâm nhập thị trường của các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận chuyển của Malaysia.

### *b/ Thực trạng phát triển một số dịch vụ hậu cần của Malaysia*

#### **+ Thực trạng phát triển dịch vụ vận chuyển**

Dịch vụ vận chuyển là một trong những dịch vụ quan trọng của Malaysia. Malaysia có hệ thống đường bộ và đặc biệt là hệ thống cảng biển tương đối phát triển.

Malaysia vẫn chưa có chính sách chuẩn để điều chỉnh dịch vụ vận chuyển. Điều này đã cản trở sự phát triển dịch vụ hậu cần hiện đại của nước này. Để có thể phát triển dịch vụ hậu cần, Chính phủ Malaysia cần phải xây dựng khung khổ luật pháp thống nhất để điều chỉnh các hành vi trong hệ thống dịch vụ hậu cần.

Do Malaysia đã là thành viên của WTO nên dịch vụ hậu cần được điều chỉnh theo Hiệp định về thương mại dịch vụ của WTO. Khi đó, chính sách sẽ phải bình đẳng giữa các doanh nghiệp trong nước và nước ngoài, tính minh bạch về luật pháp và quy định sẽ cao hơn.

Malaysia cũng tích cực chuẩn bị và xây dựng thêm nhiều sân bay nhằm phát triển dịch vụ vận chuyển bằng đường hàng không. Các sân bay sẽ được xây dựng thậm

chí ở cả những thành phố nhỏ với kinh phí đầu tư tương đối lớn. Malaysia hy vọng sẽ phát triển dịch vụ vận chuyển hàng không và trở thành trung tâm hàng không quan trọng của khu vực.

#### **+ *Thực trạng các dịch vụ hỗ trợ phát triển dịch vụ hậu cần***

Dịch vụ viễn thông phát triển dịch vụ hậu cần ở Malaysia.

Dịch vụ viễn thông của Malaysia tương đối phát triển và có vai trò to lớn trong việc hỗ trợ nhu cầu phát triển của các ngành kinh tế. Malaysia thường mua các loại thiết bị hiện đại và rất chú ý đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng viễn thông. Không giống như nhiều nước trong khu vực, dịch vụ viễn thông của Malaysia do tư nhân cung cấp nên môi trường viễn thông của Malaysia rất cạnh tranh.

## **II - BÀI HỌC KINH NGHIỆM ĐƯỢC RÚT RA TỪ NGHIÊN CỨU THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ HẬU CẦN CỦA CÁC NƯỚC**

### **1 - Một số bài học kinh nghiệm chung**

#### *a/ Về vai trò của Nhà nước đối với phát triển dịch vụ hậu cần*

Nhà nước tham gia vào việc quản lý các lĩnh vực dịch vụ hậu cần thông qua việc tạo hành lang pháp lý thuận lợi cho dịch vụ hậu cần phát triển. Dựa vào hệ thống các quy định pháp luật của Nhà nước, hệ thống các dịch vụ hậu cần của các quốc gia mới phát triển đúng hướng và đạt hiệu quả kinh tế cao. Mặt khác, trong quá trình phát triển của các dịch vụ hậu cần, nếu xét thấy có những vấn đề bất cập, Nhà nước có thể điều chỉnh, bổ sung các chính sách cho phù hợp.

#### *b/ Về thể chế cho phát triển dịch vụ hậu cần*

Trong điều kiện tự do hóa, để phát triển dịch vụ hậu cần các nước cần có những chính sách, thể chế riêng để điều hành và kiểm soát từng lĩnh vực dịch vụ hậu cần. Có như vậy, dịch vụ hậu cần mới được phát triển mạnh trong một thể thống nhất của hệ thống các dịch vụ cần thiết để đưa hàng hoá từ nơi sản xuất đến nơi tiêu thụ.

#### *c/ Về vấn đề tổ chức doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần*

Ở tất cả các nước tiến hành nghiên cứu kinh nghiệm phát triển dịch vụ hậu cần, vấn đề tổ chức doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần phù hợp là hết sức quan trọng. Nó đóng góp một phần không nhỏ vào hiệu quả của hoạt động dịch vụ hậu cần cả ở phạm vi trong nước và quốc tế.

Kinh nghiệm cho thấy, dịch vụ hậu cần có thể được tổ chức trong phạm vi các quốc gia hoặc trên phạm vi quốc tế. Tuy vậy, nếu các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần được tổ chức với quy mô lớn, phạm vi hoạt động rộng (cả ở tầm quốc gia và tầm quốc tế), cung cấp tất cả các dịch vụ đồng bộ từ khâu đầu tiên đến khâu cuối cùng của quá trình lưu chuyển hàng hóa thì hiệu quả sẽ cao hơn.

## *d/ Về vấn đề đầu tư tài chính để phát triển dịch vụ hậu cần*

Cũng như các lĩnh vực khác, để các doanh nghiệp hậu cần có thể vận hành và phát triển được, vấn đề đầu tư tài chính cho doanh nghiệp là hết sức cần thiết. Thực tế cho thấy, các dịch vụ hậu cần chỉ có thể phát triển được khi hệ thống doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần có khả năng tài chính đủ mạnh, an toàn và cạnh tranh.

Mặt khác, để nâng cao vị thế trong cạnh tranh trên thị trường khu vực và quốc tế, phần lớn các chủ hàng lựa chọn các doanh nghiệp, các tập đoàn kinh doanh dịch vụ hậu cần có khả năng tài chính lớn vì ở đó họ có thể cung cấp các dịch vụ hậu cần một cách đồng bộ nhanh chóng và hiệu quả thông qua hệ thống mạng lưới (các chi nhánh, các công ty con) của họ ở khắp các nước trên thế giới.

### **2 - Một số bài học kinh nghiệm đặc thù**

#### *a/ Kinh nghiệm phát triển dịch vụ vận chuyển của Mỹ và Pháp*

Ở Mỹ, để trợ giúp cho phát triển dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường biển, chính phủ Mỹ đã có những chính sách ưu đãi đối với các cá nhân hoặc tổ chức sử dụng đội tàu của Mỹ trong vận tải quốc tế.

Hoặc để phát triển dịch vụ vận chuyển bằng đường hàng không, Chính phủ Mỹ đã có chủ trương tự do hóa ngành vận tải hàng không, tìm kiếm các thỏa thuận hợp tác với nhiều nước trên thế giới.

Ngoài ra, Chính phủ Mỹ còn kiểm soát và thực hiện hoàn toàn dịch vụ vận chuyển nội địa, chưa cho phép các doanh nghiệp nước ngoài tham gia.

Ở nước Pháp, Chính phủ nước này chủ trương hội nhập đầy đủ vào nền kinh tế châu Âu cũng như xúc tiến các bước cần thiết để hài hòa hóa và tự do hóa dịch vụ thương mại trong khung khổ EU.

Tuy nhiên, Pháp cũng yêu cầu EU cho phép được hoãn thời gian tự do hóa dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường bộ trong nước để bảo hộ cho các doanh nghiệp ngành này.

#### *b/ Kinh nghiệm về việc thực hiện các dịch vụ hỗ trợ phục vụ phát triển dịch vụ hậu cần của Trung Quốc và Hoa Kỳ*

*Kinh nghiệm về xây dựng hệ thống cơ sở hạ tầng và cảng biển phục vụ phát triển dịch vụ hậu cần của Trung Quốc*

Trung Quốc đang thực hiện kế hoạch nâng cấp hệ thống cảng biển, nhất là các cảng biển ở miền Nam nhằm nâng công suất cảng lên mức 50.028 ngàn TEUs vào năm 2010 và 60.117 ngàn TEUs vào năm 2015.

Học tập kinh nghiệm của Trung Quốc, trên cơ sở nghiên cứu luồng hàng hóa lưu chuyển trong khu vực và toàn thế giới, Việt Nam đang tiến hành xây dựng cảng trung chuyển quốc tế Vân Phong.

*Kinh nghiệm tổ chức dịch vụ viễn thông hiện đại phục vụ phát triển dịch vụ hậu cần của Mỹ*

Từ nhiều năm nay, Hoa Kỳ đã thực hiện tự do hóa mạnh mẽ dịch vụ viễn thông và coi đây như là cơ sở hạ tầng quan trọng cho các hoạt động kinh tế, đặc biệt là các ngành cung cấp dịch vụ.

Nước Mỹ đã mở cửa lĩnh vực dịch vụ viễn thông. Các công ty nước ngoài được phép cung cấp dịch vụ viễn thông nội hạt và quốc tế trên cơ sở sự cấp phép của Ủy ban thông tin liên bang.

### **III - THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ HẬU CẦN Ở VIỆT NAM**

Thị trường dịch vụ hậu cần ở Việt Nam là một mảng thị trường khá mới mẻ. Tuy nhiên, dịch vụ hậu cần đang ngày càng chứng tỏ vai trò quan trọng của nó trong sự phát triển của nền kinh tế nói chung, và lĩnh vực thương mại nói riêng.

Hiện nay, ở nước ta, thị trường các loại dịch vụ hậu cần khác nhau có mức độ phát triển rất khác nhau. Các dịch vụ liên quan đến vận chuyển, giao nhận, kho dự trữ, bảo quản hàng hoá... ngày càng được nhiều doanh nghiệp chấp nhận và sử dụng nên đã tương đối phát triển hơn so với các loại dịch vụ khác.

Mức độ thâm nhập thị trường của các dịch vụ khác còn đang ở mức thấp. Có thể thấy rằng, hầu hết các dịch vụ hậu cần hiện nay ở Việt Nam còn yếu. Nếu xét trên phạm vi cả nước, các dịch vụ này đang hoạt động ở mức đủ làm cơ sở cho sự phát triển của chúng trong tương lai.

Thị phần của các doanh nghiệp tư nhân trong thị trường dịch vụ hậu cần còn rất nhỏ. Các doanh nghiệp quốc doanh và doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài có mức chi tiêu lớn hơn cho các dịch vụ hậu cần.

#### **1. Định hướng chiến lược phát triển một số ngành dịch vụ ở Việt Nam**

Đối với các lĩnh vực dịch vụ hậu cần cụ thể, chiến lược xác định tập trung vào các hướng như sau:

- Phát triển và nâng cao chất lượng dịch vụ vận chuyển, dành thị phần lớn cho doanh nghiệp trong nước vận chuyển hàng hóa Việt Nam theo đường biển và đường hàng không quốc tế. Phát triển mạnh vận chuyển hành khách công cộng ở các thành phố lớn;
- Tiếp tục phát triển nhanh và hiện đại hóa dịch vụ viễn thông; phổ cập sử dụng Internet, điều chỉnh giá cước để khuyến khích sử dụng rộng rãi. Đến năm 2010, số máy điện thoại, số người sử dụng Internet trên 100 dân đạt mức trung bình trong khu vực;
- Mở rộng các dịch vụ tài chính tiền tệ như tín dụng, bảo hiểm, kiểm toán, chứng khoán v.v... đi thẳng vào công nghệ hiện đại, áp dụng các quy chuẩn quốc tế. Từng bước hình thành trung tâm dịch vụ tài chính lớn trong khu vực;



- Toàn bộ hoạt động dịch vụ tính theo giá trị gia tăng đạt nhịp độ tăng trưởng bình quân 7 - 8%/năm và đến 2010 chiếm 42 - 43% GDP, 26 - 27% tổng số lao động.

## **2- Thực trạng phát triển một số dịch vụ hậu cần chủ yếu liên quan đến hoạt động thương mại và xuất nhập khẩu ở Việt Nam**

### ***a/ Thực trạng phát triển dịch vụ vận chuyển***

#### ***+ Đối với dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường biển***

Theo số liệu của Cục hàng hải Việt Nam, tính đến đầu 2004, đội tàu biển Việt Nam có 580 chiếc (chỉ tính tàu có trọng tải 200 DWT trở lên) với tổng trọng tải là 1.540.250 DWT, xếp thứ 60/150 nước trên thế giới và đứng thứ 4/10 nước ASEAN (sau Singapore, Thái Lan, Malaysia).

Hiện tại, Việt Nam có khoảng 120 doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường biển, trong đó các doanh nghiệp Nhà nước sở hữu 62% trọng tải, các công ty TNHH sở hữu 11% trọng tải, công ty cổ phần sở hữu 5% trọng tải và các công ty Liên doanh sở hữu 20% trọng tải. Phần còn lại là phần sở hữu của các HTX.

Với năng lực như trên, hiện nay, Việt Nam mới chỉ đảm nhận chuyên chở khoảng 14 - 15% thị phần hàng hóa xuất nhập khẩu, còn phần lớn đội tàu biển Việt Nam phải đi chở thuê cho các chủ hàng nước ngoài như: Nam Mỹ, Châu phi, Trung Đông và Đông Nam Á..

#### ***+ Đối với dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường bộ***

Hiện nay, Chính phủ đã cho phép các thành phần kinh tế được tham gia cung cấp dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường bộ. Kết quả là hàng loạt các hãng vận tải bộ tư nhân ra đời cung cấp dịch vụ vận chuyển trên các địa bàn liên tỉnh. Nhiều liên doanh nước ngoài cũng được thành lập, cùng cạnh tranh với các hãng vận tải trong nước.

Theo kết quả nghiên cứu của cơ quan hợp tác phát triển Nhật Bản JICA, cước phí vận tải đường bộ của Việt Nam đã được điều chỉnh không còn cao như trước mà ở mức ngang bằng hoặc thấp hơn cước phí của các nước trong khu vực.

#### ***+ Đối với dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường sắt***

Vận chuyển hàng hoá bằng đường sắt là lĩnh vực độc quyền của Nhà nước nên không có sự cạnh tranh trong nội bộ như các phân ngành dịch vụ vận chuyển khác. Cho đến nay, thành phần kinh tế tư nhân chưa được phép cung cấp dịch vụ đường sắt.

#### ***+ Đối với dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường hàng không***

Hiện tại, Việt Nam có 2 hãng cung cấp dịch vụ vận chuyển bằng đường hàng không là Vietnam Airlines và Pacific Airlines (hãng liên doanh giữa các doanh nghiệp Nhà nước). Lượng hàng hóa vận chuyển trong nước bằng đường hàng không rất ít, lượng hàng hóa xuất nhập khẩu vận chuyển bằng đường hàng không chủ yếu là các hàng hóa có giá trị cao và yêu cầu thời gian vận chuyển nhanh như: Linh kiện điện tử xuất và nhập khẩu từ các nước ASEAN, cá ngừ và hoa nhập khẩu từ Nhật Bản.

### ***b/ Thực trạng phát triển dịch vụ giao nhận ở Việt Nam***

Cho đến đầu thập kỷ 90 của thế kỷ XX, Chính phủ quy định chỉ một số ít doanh nghiệp Nhà nước như VIETRANS và VINATRANS mới được phép kinh doanh dịch vụ giao nhận. Tuy nhiên, từ giữa thập kỷ 90, một số nhà giao nhận quốc tế đã được phép khai thác thị trường giao nhận Việt Nam. Họ đã thiết lập các liên doanh với các nhà giao nhận Việt Nam và cung cấp các dịch vụ đạt tiêu chuẩn quốc tế phục vụ nhu cầu vận chuyển hàng hoá phục vụ tiêu dùng trong nước và xuất nhập khẩu.

Theo quy định của Nghị định 10/CP ngày 19/3/2001 về điều kiện kinh doanh dịch vụ hàng hải, các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế có đủ các điều kiện theo quy định đều được phép kinh doanh 9 loại dịch vụ hàng hải (trong đó có dịch vụ giao nhận hàng hóa). Đối với doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài thì vốn góp của Việt Nam không dưới 51%.

### ***c - Thực trạng dịch vụ kho dự trữ, bảo quản hàng hoá***

Mặc dù vậy, đến nay hệ thống kho dự trữ bảo quản và sơ chế của các doanh nghiệp kinh doanh còn rất nghèo nàn, hạn hẹp về quy mô, thiếu thốn các trang thiết bị, chủ yếu là các kho chưa đạt mức tiêu chuẩn cần thiết. Phần lớn kho tàng được xây dựng từ nhiều năm về trước nên đều đã xuống cấp, nền thấp, mái thấp không đảm bảo độ thông thoáng và khô ráo, thậm chí không đảm bảo cả việc chống dột. Rất ít kho được trang bị hệ thống thiết bị chống ẩm và điều hoà không khí, nhiệt độ. Do đó, với khí hậu nóng ẩm, mưa nhiều ở nước ta, đã gây nhiều khó khăn cho bảo quản các mặt hàng nông, lâm sản, và đặc biệt là cho các hàng hoá xuất khẩu. Một số kho đã được trang bị xe nâng và các thiết bị cơ giới phục vụ cho vận chuyển hàng vào, ra, nhưng việc bốc xếp vẫn sử dụng thủ công là chủ yếu nên năng suất thấp. Trong khi đó, còn thiếu vắng các tổ chức chuyên nghiệp cung cấp loại hình dịch vụ này.

## **3. Những khó khăn và hạn chế trong phát triển dịch vụ hậu cần ở nước ta hiện nay**

- **Thứ nhất:** Cho đến nay, khu vực dịch vụ đã chiếm 38,23% GDP nhưng tổng giá trị dịch vụ hậu cần của Việt Nam chỉ chiếm một tỷ trọng rất nhỏ bé (dưới 1% trong năm 1996 và khoảng dưới 2% trong năm 2001). So sánh với tỷ lệ khoảng trên 10% của một số nước như Singapore, Hàn Quốc và 19% của Trung Quốc ... thì dịch vụ hậu cần ở nước ta còn kém phát triển.

**Thứ hai:** Không gian hoạt động của các công ty kinh doanh dịch vụ hậu cần Việt Nam chỉ trong phạm vi nội địa hoặc một vài nước trong khu vực.

**Thứ ba:** Phần lớn các doanh nghiệp Việt Nam chỉ tập trung vào khai thác một hoặc một số dịch vụ hậu cần trong toàn bộ chuỗi cung ứng, phổ biến là ở các khâu giao nhận vận tải (freight forwarding)

**Thứ tư:** Chúng ta có thể nhìn thấy rất rõ là trong quan hệ thương mại quốc tế, phần lớn các nhà xuất khẩu của Việt Nam chủ yếu là xuất khẩu hàng theo điều kiện FOB, FCA theo 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 định đoạt về vận chuyển đều do người mua chỉ định và dĩ nhiên người mua sẽ chỉ định một công ty nước họ để thực hiện điều này. Và các công ty kinh doanh dịch vụ hậu cần của Việt Nam sẽ là người ngoài cuộc.

**Thứ năm:** Chúng ta đang đối mặt hệ thống hạ tầng giao thông vận tải còn rất thiếu và yếu. Điều này làm cho các chi phí dịch vụ hậu cần của Việt Nam sẽ cao hơn hẳn các nước khác.

**Thứ sáu:** Về hạ tầng thông tin, đây chính là điểm yếu các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần Việt Nam.

**Thứ bảy:** Cho tới nay các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần của Việt Nam hoạt động còn rất độc lập thiếu hẳn sự liên kết cần thiết

**Thứ tám:** Về vai trò của Nhà nước. Vai trò định hướng và hỗ trợ của Nhà nước là cực kỳ quan trọng trong phát triển dịch vụ hậu cần. Nếu nhìn sang Singapore chúng ta có thể thấy sức mạnh của Nhà nước tác động đến một ngành hay lĩnh vực nào đó như thế nào. Singapore đã xây dựng hệ thống cảng biển, công ty vận tải biển, hãng hàng không... thành một chuỗi dịch vụ theo đúng mô hình One-Stop Shop.

**Thứ chín:** Về vấn đề nhân lực cho phát triển dịch vụ hậu cần.

Chúng ta hiện đang thiếu một đội ngũ cán bộ chuyên nghiệp và được đào tạo bài bản trong các lĩnh vực dịch vụ hậu cần. Bản thân các trường Đại học lớn cũng chưa có khoa dạy về ngành này. Có chăng chỉ là giới thiệu một cách đại cương. Hơn bao giờ hết sự thành công bắt đầu từ con người. Chúng ta cần xây dựng chiến lược phát triển nguồn nhân lực cho phát triển dịch vụ hậu cần.

# CHƯƠNG III

## MỘT SỐ GIẢI PHÁP CHỦ YẾU NHẪM PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ HẬU CẦN Ở VIỆT NAM

### I - KHẢ NĂNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ HẬU CẦN THẾ GIỚI

#### 1 - Xu thế phát triển dịch vụ hậu cần thế giới

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.

*a/ Xu thế toàn cầu hoá và tự do hoá thương mại dịch vụ nói chung và dịch vụ hậu cần 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.

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

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 về việc cung cấp các dịch vụ hậu cần thương mại như: Dịch vụ vận chuyển, dịch vụ giao nhận, dịch vụ kho bãi và các dịch vụ phụ trợ cũng rất lớn.

Mặt khác, sự phát triển của khoa học công nghệ 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 hậu cần phục vụ cho việc lưu chuyển và phân phối hàng hoá.

*c/ Xu thế hợp tác khu vực và quốc tế trong việc phát triển các dịch vụ hậu cần*

Sử dụng nhà cung cấp dịch vụ hậu cần là một xu hướng khá thịnh hành vì họ không chỉ đơn thuần là người cung cấp dịch vụ vận tải đa phương thức, mà còn là người tổ chức các dịch vụ khác như: Quản lý kho hàng, bảo quản hàng trong kho, thực hiện các đơn đặt hàng, tạo thêm giá trị gia tăng cho hàng hoá bằng cách lắp 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...

## **2 - Dự báo khả năng phát triển dịch vụ hậu cần thế giới đến 2010**

### ***a/ Về dịch vụ vận chuyển***

Theo số liệu dự báo của The Ocean Shipping Consultant, trong giai đoạn từ nay đến năm 2010, sản lượng container thông qua toàn cầu dự kiến sẽ đạt 300 - 350 triệu TEU vào năm 2005 và khoảng 410 - 530 TEU vào năm 2010 (Tốc độ tăng trưởng hàng năm đạt khoảng 9%) 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 kết luận 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 trên thế giới là xu thế sử dụng các tàu cực lớn.

### ***b/ Về dịch vụ giao nhận***

Đây là dịch vụ mà người thực hiện dịch vụ này 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.

### ***c/ Về dịch vụ kho bảo quản và dự trữ hàng hoá***

Với xu hướng phát triển dịch vụ hậu cần 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 hậu cần 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...

## **II - TRIỂN VỌNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ HẬU CẦN Ở VIỆT NAM ĐẾN 2010**

### **1 - Một số quan điểm về phát triển dịch vụ hậu cần ở Việt Nam**

Phát triển ngành dịch vụ, đặc biệt là dịch vụ hậu cần thương mại trong thời gian từ nay đến năm 2010 cần quán triệt các quan điểm sau:

- ***Quan điểm thứ nhất:*** Dịch vụ hậu cần cần được phát triển song song và phục vụ đắc lực cho việc phát triển sản xuất - kinh doanh

- ***Quan điểm thứ hai:*** Phát triển dịch vụ hậu cần phải đạt được mục tiêu đưa sản phẩm sản xuất ra đến tay người tiêu dùng một cách nhanh nhất và với chi phí thấp nhất

- ***Quan điểm thứ ba:*** Dịch vụ hậu cần ở Việt Nam cần được đầu tư phát triển theo hướng hiện đại hoá, ứng dụng tiến bộ của khoa học công nghệ ở tất cả các khâu, các lĩnh vực của dịch vụ hậu cần

- ***Quan điểm thứ tư:*** Phát triển dịch vụ hậu cần ở Việt Nam cần có những bước tiến nhảy vọt để theo kịp với sự phát triển của dịch vụ hậu cần khu vực và toàn cầu

## **2 - Dự báo khả năng phát triển một số phân ngành dịch vụ hậu cần ở Việt Nam đến 2010 và 2020**

### **a/ Dự báo phát triển dịch vụ vận chuyển**

#### **+ Dự báo khối lượng hàng hoá vận chuyển**

Theo tính toán của Viện Chiến lược phát triển Giao thông vận tải, khối lượng hàng hoá vận chuyển bằng đường biển tăng nhanh trong thời kỳ từ 2006 - 2010, kể cả hàng hoá xuất nhập khẩu và hàng hoá vận tải ven biển nội địa.

##### *- Khối lượng hàng hoá xuất nhập khẩu*

Dự báo khối lượng hàng hoá xuất nhập khẩu vận chuyển bằng đường biển năm 2010 đạt 108 triệu tấn, năm 2020 đạt 210 triệu tấn. Tốc độ tăng khối lượng hàng hoá vận chuyển bằng đường biển 6,8%/năm là phù hợp với tốc độ phát triển kinh tế cùng giai đoạn (năm 2001, con số này là 57,79 triệu tấn).

##### *- Khối lượng hàng vận chuyển ven nội địa*

Dự báo khối lượng hàng vận chuyển ven nội địa giai đoạn 2006 - 2010 đạt 46,3 triệu tấn (tăng 17%/năm) chủ yếu là do lượng dầu thô phục vụ cho 2 nhà máy lọc dầu mới hoạt động.

#### **+ Về cơ cấu hàng hoá vận chuyển**

##### **- Đối với hàng xuất khẩu**

###### *Hàng rời:*

Giai đoạn từ 2006 -2010, thị phần xuất khẩu hàng rời giảm từ 12% xuống 5% do xuất khẩu nguyên liệu giảm dần và hàng xuất khẩu chở bằng container tăng nhanh làm thay đổi thị phần hàng hoá.

Đến năm 2020 thị phần hàng rời lại tăng so với giai đoạn 2010 do xuất hiện quãng sắt xuất khẩu của khu liên hợp Thạch Khê, 6 triệu tấn/năm.

###### *Hàng bách hoá:*

Hàng bách hoá tăng đáng kể từ 20% năm 2001 lên 35% năm 2010 do có xuất khẩu alumin, xi măng, lương thực và nhất là các sản phẩm công nghiệp.

###### *Hàng container:*

Giai đoạn từ 2006 -2010, khối lượng hàng hoá xuất khẩu vận chuyển bằng container tăng nhanh một phần do khối lượng các mặt hàng thuỷ sản, may mặc, giày da... xuất khẩu tăng nhanh và đặc biệt là do tốc độ container hoá nhanh.

###### *Hàng lỏng:*

Xuất khẩu dầu thô giảm mạnh dự báo chỉ còn 9 triệu tấn năm 2010 (từ 16,8 triệu tấn năm 2001) do Việt Nam đang đưa các nhà máy lọc dầu công suất 13,2 triệu tấn dầu thô (2010) và 19,8 triệu tấn (vào 2020) vào hoạt động.

### **- Đối với hàng nhập khẩu**

*Hàng bách hoá:* Thị phần giảm dần do xu thế container hoá tăng nhanh.

*Hàng container:* Tăng rất nhanh do nhu cầu nhập máy móc thiết bị tăng nhanh và xu thế container hoá nhanh.

*Hàng lỏng:* Đến năm 2010 nhập khẩu xăng dầu giảm do có 2 nhà máy lọc dầu trong nước. Song đến 2020 xăng dầu nhập khẩu lại tăng (17 triệu tấn) do nhu cầu tiêu thụ xăng dầu trong nước rất lớn mặc dù mở rộng công suất nhà máy lọc dầu Dung Quất.

### **- Đối với hàng hoá vận chuyển nội địa**

Khối lượng vận chuyển của tất cả các loại hàng hoá đều tăng. Khối lượng của hàng lỏng tăng đột biến do nhu cầu tiêu thụ xăng dầu tăng nhanh, sản xuất xăng dầu trong nước cũng tăng nên vận chuyển tăng.

## **b/ Dự báo phát triển dịch vụ giao nhận ở Việt Nam đến 2010 và 2020**

### **+ Dự báo phát triển công tác giao nhận**

Hiện nay, tại các cảng biển, việc phối hợp trung chuyển hàng hoá giữa các phương thức vận tải chưa tốt, công tác giao nhận hàng hoá chưa phù hợp với từng mặt hàng... Điều đó dẫn đến việc kéo dài thời gian chờ đợi của phương tiện vận tải, gây ô nhiễm môi trường, ách tắc giao thông, đặc biệt ở những cảng nằm trong các thành phố lớn.

Để khắc phục tình trạng trên, công tác giao nhận hàng hoá cần được phát triển theo hướng hiện đại, với hiệu quả cao để giảm chi phí, tăng doanh thu từ các hoạt động này.

## **III - MỘT SỐ GIẢI PHÁP VÀ KIẾN NGHỊ ĐỂ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ HẬU CẦN Ở VIỆT NAM TRONG THỜI GIAN TỚI**

### **1. Một số giải pháp vĩ mô**

**- Giải pháp về việc tạo hành lang pháp lý thuận lợi cho các dịch vụ hậu cần phát triển**

Chính phủ cần xây dựng và hoàn thiện hành lang pháp lý nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho các dịch vụ hậu cần, đặc biệt là dịch vụ hậu cần thương mại như: Dịch vụ vận chuyển, dịch vụ giao nhận, dịch vụ dự trữ... phát triển.

**- Cần từng bước thực hiện tự do hoá các dịch vụ hậu cần để tăng cường hội nhập khu vực và quốc tế**

**+ Đối với dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường biển**

Chính phủ cần có biện pháp vận động, giúp đỡ để thay đổi tập quán mua CIF bán FOB của các chủ hàng Việt Nam bằng cách cung cấp các dịch vụ hỗ trợ cần thiết cho các doanh nghiệp khi sử dụng đội tàu trong nước (có thể áp dụng kinh nghiệm của Hoa

Kỳ như giảm thuế quan 10% đối với các nhà kinh doanh xuất nhập khẩu khi sử dụng đội tàu treo cờ của nước chủ nhà).

*+ Đối với dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường thuỷ nội địa*

Hiện nay, Việt Nam đã bước đầu mở cửa thị trường vận tải thuỷ nội địa với việc cho phép các liên doanh nước ngoài vào hoạt động với mức vốn đóng góp không quá 50%.

*+ Dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường bộ*

Với việc cho phép các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế tham gia và cạnh tranh bình đẳng trong việc cung cấp dịch vụ nên vận tải đường bộ của Việt Nam tương đối phát triển để phục vụ lưu thông trong nước và phục vụ hoạt động xuất nhập khẩu.

*+ Dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường sắt*

Trong thời gian tới, Chính phủ Việt nam cần cam kết để mở cửa hơn nữa việc tự do hoá hoạt động cung cấp dịch vụ vận chuyển hàng hoá và các dịch vụ hỗ trợ khác nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp và dịch vụ Việt nam trên trường quốc tế.

***- Giải pháp về việc xây dựng mô hình các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần đầy đủ (các công ty, tập đoàn Logistics) theo hướng hiện đại***

Chính phủ cần cho phép thành lập các Tổng công ty hay Công ty chuyên kinh doanh dịch vụ hậu cần để họ có thể điều hành và kiểm soát được toàn bộ quá trình lưu chuyển của hàng hoá từ kho của nhà sản xuất đến người tiêu thụ cuối cùng. Các công ty này cần có đủ năng lực để giải quyết những vướng mắc nảy sinh trong quá trình lưu chuyển của hàng hoá.

Ngoài ra, Chính phủ cần có văn bản pháp lý điều chỉnh hoạt động của khu dịch vụ hậu cần Logistics theo quy định quốc tế và phù hợp với điều kiện cụ thể của Việt nam. Có như vậy, các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần mới có đủ điều kiện để hoạt động hiệu quả được trên thị trường cả ở trong nước cũng như thế giới và hội nhập với hoạt động Logistics toàn cầu.

***- Giải pháp ưu tiên đầu tư phát triển cho các lĩnh vực dịch vụ hậu cần mà Việt Nam có tiềm năng***

Chính phủ cần ưu tiên đầu tư cho phát triển đội tàu theo hướng vừa nâng cao sức chở, vừa trẻ hoá đội tàu, đầu tư đóng mới và sửa chữa tàu chuyên dụng, đặc biệt tàu chở container để phù hợp với xu hướng container hoá và vận tải đa phương thức. Chính phủ cũng cần đầu tư xây dựng mới một số cảng nước sâu và cảng trung chuyển quốc tế, ứng dụng công nghệ tin học trong tổ chức và khai thác đội tàu, hình thành mạng lưới dịch vụ hàng hải quốc tế, tạo lập mối liên hệ giữa chủ hàng - chủ tàu - cảng và các phương tiện vận tải khác.



***- Giải pháp về cải cách hành chính để thực hiện quản lý các dịch vụ hậu cần thông qua hệ thống văn bản pháp luật***

Để tránh hiện tượng doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần phải chịu sự quản lý của quá nhiều cơ quan, thủ tục hành chính rườm rà, chi phí hành chính quá cao, cần tăng cường hơn nữa công tác cải cách hành chính ở các Bộ chủ quản và các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần. Đây cũng là cơ sở ban đầu để các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần ở Việt Nam có đủ điều kiện tham gia cung ứng dịch vụ hậu cần trên phạm vi toàn cầu.

***- Chính phủ cần chỉ đạo thực hiện tốt các Hiệp định quốc tế về phát triển dịch vụ hậu cần mà Việt Nam đã cam kết*** như: Hiệp định về phát triển giao thông vận tải trong ASEAN, và tham gia vào các Hiệp hội ngành hàng như: Hiệp hội vận tải biển quốc tế, Hiệp hội giao nhận kho vận quốc tế...

***- Giải pháp hỗ trợ đào tạo nguồn nhân lực cho doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần***

Tăng cường đào tạo nghề nghiệp cho cán bộ doanh nghiệp về các lĩnh vực dịch vụ có liên quan. Có thể nói đây là một khâu rất quan trọng trong mắt xích tạo nên hiệu quả chung của hoạt động dịch vụ hậu cần.

***- Giải pháp về công tác thông tin và thống kê***

Để theo dõi, kiểm tra, giám sát hoạt động của các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần và có điều kiện để đánh giá đúng về sự phát triển của các lĩnh vực dịch vụ hậu cần, đặc biệt là dịch vụ hậu cần thương mại, Nhà nước và các cơ quan chuyên ngành cần lập các bộ phận chuyên trách về công tác thông tin và thống kê.

***- Giải pháp về việc cung cấp các dịch vụ hỗ trợ cho dịch vụ hậu cần phát triển***

Dịch vụ hậu cần nói chung và dịch vụ hậu cần thương mại nói riêng chỉ có thể phát triển một cách nhanh chóng và hiệu quả khi có sự hỗ trợ của các dịch vụ khác như: Cơ sở hạ tầng, dịch vụ ngân hàng, dịch vụ viễn thông...

**2 - Các giải pháp đối với doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần**

- Hình thành và phát triển nhu cầu sử dụng các dịch vụ hậu cần
- Các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế cần chủ động trong việc cung ứng dịch vụ hậu cần để phục vụ cho các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh
- Đa dạng hoá các phương thức cung ứng dịch vụ hậu cần
- Nâng cao chất lượng của dịch vụ
- Tăng cường các liên kết trong hoạt động kinh doanh dịch vụ hậu cần
- Tăng cường đầu tư trang thiết bị hiện đại, đưa kỹ thuật điện tử vào phục vụ công tác thông tin để kiểm tra, giám sát dòng lưu chuyển của hàng hoá từ nơi sản xuất đến nơi tiêu thụ.

### **3 - Một số kiến nghị nhằm phát triển dịch vụ hậu cần ở Việt Nam trong thời gian tới**

#### ***a/ Kiến nghị đối với Bộ Thương mại***

Trong điều kiện hội nhập kinh tế khu vực và quốc tế ngày càng sâu sắc, để nâng cao hiệu quả của doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần, Bộ Thương mại nên tổ chức thí điểm hình thành một số Trung tâm Logistics nằm trong các tập đoàn phân phối lớn để thực hiện việc nhận đơn hàng bán lẻ, đặt hàng với nhà nhập khẩu hoặc các nhà sản xuất trong nước.

#### ***b/ Kiến nghị với Bộ Giao thông vận tải***

- Trong thời gian trước mắt, Bộ Giao thông vận tải cần không ngừng đổi mới và nâng cao chất lượng đội tàu thông qua việc bán hoặc thanh lý các con tàu đã quá cũ và lạc hậu để sớm thu hồi vốn đầu tư, thực hiện trẻ hoá đội tàu với trang thiết bị hiện đại, khả năng khai thác tốt;

- Các tuyến vận tải biển feeder (từ cảng trung chuyển đến các cảng khác) trong khu vực có tàu biển Việt Nam tham gia khai thác cần được ưu đãi để dành thị phần vận chuyển hàng hoá xuất nhập khẩu; Miễn hoặc giảm thuế xuất khẩu cho một số loại hàng, cụ thể đối với các chủ hàng bán CIF và thuê đội tàu Việt Nam chuyên chở;

- Khuyến khích đóng mới, sửa chữa hoặc hoán cải các loại tàu vận tải biển tại các cơ sở đóng và sửa chữa tàu trong nước bằng cách: miễn thuế nhập khẩu các vật tư, thiết bị, phụ tùng... có liên quan đến các công việc kể trên (ngoài việc cho vay vốn với lãi suất thấp);

- Nắm vững các yêu cầu về hội nhập kinh tế khu vực và quốc tế để xây dựng lộ trình hội nhập phù hợp với ngành cung ứng dịch vụ vận chuyển.

- Tăng cường hơn nữa công tác quản lý Nhà nước đối với các hoạt động vận chuyển hàng hoá tiêu thụ nội địa và xuất nhập khẩu, đẩy mạnh cải cách hành chính, kiện toàn, đổi mới tổ chức trong các doanh nghiệp, tạo điều kiện cho mọi thành phần kinh tế tham gia kinh doanh có hiệu quả các phân ngành dịch vụ vận chuyển.

- Mở rộng hoạt động dịch vụ vận chuyển hàng hoá của Việt Nam trên thị trường khu vực và quốc tế để chủ động hội nhập, tìm kiếm bạn hàng trực tiếp chứ không chỉ làm đại lý cho các hãng vận tải nước ngoài.

- Phát triển vận tải đa phương thức, đẩy mạnh mối liên kết giữa các loại hình vận tải khác nhau để tận dụng năng lực bổ sung giữa các phương thức vận tải, tạo sức mạnh chung cho toàn ngành vận tải.

- Tích cực đào tạo và nâng cao trình độ cho đội ngũ cán bộ chuyên môn và quản lý thông qua các khoá đào tạo nâng cao và phối hợp với nước ngoài.

#### ***c. Kiến nghị với các Hiệp hội doanh nghiệp***

Các Hiệp hội doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần gồm có: Hiệp hội Vận tải biển Việt Nam, Hiệp hội Giao nhận kho vận Việt Nam, Hiệp hội Cảng biển Việt

Nam, Hiệp hội Đại lý môi giới hàng hải Việt Nam, Hiệp hội Chủ tàu Việt nam, Hiệp hội Vận tải Ô tô Việt Nam...

- Tập hợp, liên kết các doanh nghiệp ngành hàng thuộc các thành phần kinh tế khác nhau, tạo ra sức mạnh trong hoạt động kinh doanh dịch vụ hậu cần.

- Hiệp hội cần tổ chức những chương trình xúc tiến thương mại tại các thị trường quốc tế, những chương trình tuyên truyền quảng bá, xây dựng thương hiệu đối với các doanh nghiệp thành viên nhằm giúp họ thâm nhập vào thị trường dịch vụ hậu cần quốc tế một cách hiệu quả.

- Hiệp hội cần hỗ trợ cho từng doanh nghiệp trong việc lựa chọn chiến lược phát triển, hình thức kinh doanh cụ thể để họ có thể nâng cao sức cạnh tranh, mở rộng thị trường dịch vụ ra các nước trong khu vực và toàn cầu.

- Hỗ trợ và tư vấn cho doanh nghiệp về thông tin thị trường và các quy định quốc tế có liên quan đến phát triển dịch vụ hậu cần.

- Hiệp hội ngành hàng là cầu nối giữa cộng đồng doanh nghiệp với các cơ quan quản lý Nhà nước. Nội dung chủ yếu để Hiệp hội phản ánh với các cơ quan chính quyền là những vấn đề đang đặt ra trong từng lĩnh vực dịch vụ hậu cần như: Giá cước các dịch vụ, thuế, hải quan...

- Chủ động giúp doanh nghiệp trong việc đào tạo và nâng cao trình độ nghiệp vụ, quản lý và ngoại ngữ cho cán bộ, trong việc tìm đối tác nước ngoài. Xử lý việc cạnh tranh không lành mạnh của các hội viên nhằm tăng khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần trong nước với các nhà cung cấp dịch vụ vận tải biển nước ngoài.

- Các Hiệp hội cần đổi mới phương thức hoạt động, tập hợp rộng rãi các thành viên, mở rộng hợp tác quốc tế; tiếp tục nâng cao vai trò đại diện cho các doanh nghiệp, làm đầu mối phối hợp hành động giữa các doanh nghiệp, thúc đẩy liên doanh, liên kết cùng có lợi, hỗ trợ các doanh nghiệp trong chuyển giao bí quyết công nghệ, kinh nghiệm quản lý, trong xúc tiến thương mại, bảo vệ quyền lợi hợp pháp của các thành viên trong tranh chấp thương mại và xử lý tốt mối quan hệ kinh tế giữa các hội viên.

Riêng đối với Hiệp hội Giao nhận kho vận Việt Nam, cần có những phản ánh với Chính phủ để giải quyết những vấn đề hiện đang được các doanh nghiệp quan tâm như:

+ Về giá của các dịch vụ giao nhận hàng hóa

Hiệp hội cần kiến nghị với Chính phủ nên qui định các nguyên tắc chung về giá trong các khâu giao nhận, kho vận mà không nên qui định giá một cách cụ thể cứng nhắc cho mỗi loại dịch vụ. Nên để khách hàng tự thoả thuận giá dịch vụ, tự điều tiết với nhau thông qua các hợp đồng tập thể cho phù hợp với thực tế thị trường thì hiệu quả kinh doanh dịch vụ sẽ cao hơn.

+ Về việc ban hành các Nghị định, thông tư, chỉ thị có liên quan tới dịch vụ giao nhận kho vận

## KẾT LUẬN

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, phân tích kinh nghiệm phát triển dịch vụ hậu cần ở một số nước có chính sách và dịch vụ hậu cần phát triển và giá trị dịch vụ hậu cần có đóng góp quan trọng vào tăng trưởng GDP và hỗ trợ phát triển kinh tế đất nước như: Mỹ, Pháp, Trung Quốc, Thái Lan,...

2/ Nghiên cứu, phân tích các chính sách, cơ chế phát triển các dịch vụ hậu cần ở Việt Nam hiện nay, đặc biệt đi sâu phân tích thực trạng phát triển một số dịch vụ hậu cần liên quan đến thương mại nội địa và xuất nhập khẩu ở Việt Nam như: Dịch vụ vận chuyển, dịch vụ giao nhận, dịch vụ kho bảo quản và dự trữ hàng hoá...

3/ Từ kết quả nghiên cứu kinh nghiệm phát triển dịch vụ hậu cần của các nước trên thế giới và kết quả nghiên cứu thực trạng phát triển dịch vụ hậu cần ở Việt Nam, đề tài đã tìm ra được một số bài học có thể áp dụng cho Việt Nam cả trong việc hoạch định chính sách phát triển dịch vụ hậu cần và trong thực tiễn các lĩnh vực dịch vụ hậu cần phục vụ lưu thông hàng hoá trong nước và xuất nhập khẩu như: Dịch vụ vận chuyển, dịch vụ giao nhận, dịch vụ kho bãi để bảo quản và dự trữ hàng hoá...

4/ Trên cơ sở dự báo khả năng phát triển dịch vụ hậu cần thế giới và Việt Nam đến 2010 và 2020, đề tài đã đề xuất được các nhóm giải pháp chính nhằm khai thác, vận dụng kinh nghiệm phát triển dịch vụ hậu cần của thế giới và khu vực để phát triển dịch vụ hậu cần ở Việt Nam ở tầm vĩ mô như: Tạo hành lang pháp lí thuận lợi cho các dịch vụ hậu cần thương mại phát triển; Từng bước thực hiện tự do hoá giao dịch các dịch vụ hậu cần, tăng cường hội nhập khu vực và quốc tế; Xây dựng mô hình các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần đầy đủ (các công ty, tập đoàn Logistics) theo hướng hiện đại; Ưu tiên đầu tư phát triển cho các lĩnh vực dịch vụ hậu cần mà Việt Nam có tiềm năng; Hỗ trợ đào tạo nguồn nhân lực cho kinh doanh dịch vụ hậu cần; Giải pháp về phát triển công tác thông tin thống kê...

5/ Bên cạnh các giải pháp vĩ mô, đề tài cũng đưa ra một số giải pháp để phát triển dịch vụ hậu cần ở các doanh nghiệp như: Hình thành và phát triển nhu cầu sử dụng dịch vụ hậu cần; Chủ động trong việc cung ứng dịch vụ hậu cần; Tăng cường liên kết kinh doanh dịch vụ hậu cần; Đa dạng hoá các phương thức cung ứng dịch vụ hậu cần; Nâng cao chất lượng của dịch vụ; Tăng cường đầu tư trang thiết bị hiện đại, đưa kỹ thuật điện tử vào phục vụ việc kiểm tra, giám sát dòng lưu chuyển của hàng hoá từ người sản xuất đến người tiêu thụ.

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 và khiếm khuyết, chúng tôi kính mong được sự đóng góp ý kiến của các nhà khoa học, các vị đại biểu...

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 này.