

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ THUYẾT VỀ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH VẬN TẢI LOGISTICS

1.1. Cơ sở lý thuyết về Logistics

1.1.1. Khái niệm Logistics

Thuật ngữ “logistics” có nguồn gốc từ tiếng Hy Lạp cổ “logistikos”, nghĩa là kỹ năng tính toán. Ban đầu, thuật ngữ này sử dụng trong lĩnh vực quân sự, gọi là “hậu cần”, nghĩa là cung cấp những thứ cần thiết từ hậu phương ra tiền tuyến. Sau này, khi ngành logistics phát triển và được ứng dụng rộng rãi hơn trong nhiều ngành kinh tế thì rất nhiều khái niệm khác nhau về logistics được đưa ra như sau:

Ma Shou - Trường Đại học Hàng hải Thế giới (1999), đã đưa ra khái niệm “Logistics là quá trình tối ưu hóa về vị trí, lưu trữ và vận chuyển các tài nguyên hay các yếu tố đầu vào từ điểm xuất phát là nhà cung ứng, thông qua các nhà sản xuất, người bán buôn, bán lẻ, đến tay người tiêu dùng thông qua hàng loạt các hoạt động kinh tế”. (Shou, 1999)

PGS.TS. Đặng Đình Đào (2023) đã định nghĩa: “Logistics là quá trình phân phối và lưu thông hàng hóa được tổ chức và quản lý khoa học việc lập kế hoạch, tổ chức thực hiện và kiểm soát quá trình lưu chuyển hàng hóa, dịch vụ... từ điểm khởi nguồn sản xuất đến tay người tiêu dùng cuối cùng với chi phí thấp nhất nhằm đảm bảo cho quá trình sản xuất xã hội tiến hành được nhịp nhàng, liên tục và đáp ứng tốt nhất các yêu cầu của khách hàng.” (Đào, 2023)

Như vậy, logistics là một chuỗi các hoạt động liên kết với nhau từ vận chuyển, lưu trữ nguyên liệu đầu vào của quá trình sản xuất, theo dõi sản xuất đến phân phối hàng hóa đến tay người tiêu dùng.

1.1.2. Phân loại logistics

Logistics là một khái niệm rộng, được ứng dụng trong mọi lĩnh vực và được phân loại theo các tiêu chí khác nhau:

- Theo hình thức:

+ Logistics bên thứ nhất (1PL – First Party Logistics): Các hoạt động

logistics hàng hóa được chính doanh nghiệp sở hữu hàng hóa thực hiện để đáp ứng nhu cầu của chính bản thân của doanh nghiệp.

+ *Logistics bên thứ hai (2PL – Second Party Logistics)*: Đây là những bên cung cấp dịch vụ logistics một cách đơn lẻ như chỉ vận tải, chỉ cho thuê kho bãi, chỉ làm thủ tục hải quan, chỉ làm thanh toán... để đáp ứng nhu cầu của doanh nghiệp sở hữu hàng hóa. Điều này đồng nghĩa với việc doanh nghiệp sở hữu hàng hóa sẽ đồng thời làm việc với nhiều công ty cung cấp dịch vụ logistics cùng lúc.

+ *Logistics bên thứ ba (3PL – Third Party Logistics)*: Đây là bên được doanh nghiệp sở hữu hàng hóa ủy quyền cho quản lý và thực hiện các dịch vụ logistics của một lô hàng.

+ *Logistics bên thứ tư (4PL – Forth Party Logistics)*: Đây là bên tích hợp và liên kết các nguồn lực sẵn có của mình với các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ logistics khác để đảm bảo cung cấp một chuỗi các hoạt động và giải pháp từ thiết kế, xây dựng đến vận hành cho khách hàng.

+ *Logistics bên thứ năm (5PL – Fifth Party Logistics)*: Đây là hình thức phát triển cao hơn của logistics bên thứ tư đi cùng với sự phát triển của thương mại điện tử.

- Theo phạm vi

+ *Logistics trong lĩnh vực sản xuất kinh doanh*: Trong lĩnh vực này thì rất đa dạng đối tượng hàng hóa, tùy thuộc vào đặc điểm, yêu cầu về bảo quản, vận chuyển và quản lý của từng loại hàng sẽ có những phương thức logistics khác nhau. Ví dụ như:

Logistics hàng tiêu dùng nhanh: Đối với loại hàng hóa này thì yêu cầu quan trọng nhất trong vận tải logistics là phải đảm bảo thời gian giao hàng nhanh, chính xác từ nhà sản xuất đến tay người tiêu dùng cuối cùng.

Logistics ngành ô tô: Đối với ngành này thì đòi hỏi cần có sự liên kết, phối hợp nhịp nhàng và chính xác thời gian để các giai đoạn và các bộ phận sản xuất có thể kịp được tiến độ giao hàng, tránh lãng phí thời gian chờ.

Ngoài ra còn có một số loại như Logistics ngành hóa chất, Logistics ngành

được phẩm, Logistics dầu khí.

+ *Logistics quân sự*: là chuỗi hoạt động từ hoạch định đến vận chuyển các vũ khí, trang thiết bị phục vụ cho hoạt động tác chiến của quân đội.

+ *Logistics sự kiện*: là chuỗi hoạt động từ lên kế hoạch, tổ chức và triển khai các nguồn lực một cách hợp lý để giúp cho các sự kiện được diễn ra một cách thuận lợi và hoàn hảo.

+ *Logistics dịch vụ*: Cung cấp, lên kế hoạch và quản trị các nguồn lực (nguồn nhân lực, tài chính...) để đảm bảo cho quá trình cung cấp dịch vụ của một doanh nghiệp.

- Theo lĩnh vực

+ *Logistic đầu vào*: Đây là hoạt động nhằm đảm bảo cung ứng đầu vào cho hoạt động sản xuất như nguyên vật liệu, vốn...giúp cho hoạt động sản xuất đạt được hiệu quả tối ưu về mọi mặt, đặc biệt là chi phí và thời gian.

+ *Logistics đầu ra*: Đây là hoạt động nhằm đảm bảo đưa sản phẩm đến tay người tiêu dùng một cách an toàn, nhanh chóng, đáp ứng được mục tiêu mà doanh nghiệp đề ra.

+ *Logistics ngược*: Là quá trình thu hồi các phụ phẩm, phế liệu, phế phẩm, các yếu tố ảnh hưởng đến môi trường phát sinh từ quá trình sản xuất, phân phối và tiêu dùng trở về để tái chế hoặc xử lý.

1.2. Cơ sở lý thuyết về dịch vụ Logistics

1.2.1. Khái niệm

Có rất nhiều quan điểm khác nhau về dịch vụ logistic nhưng khái niệm dịch vụ logistics được chia thành hai nhóm như sau

Theo nghĩa hẹp thì sẽ tương đồng với khái niệm trong Luật thương mại của nước ta. Luật thương mại (2005) đã định nghĩa: “*Dịch vụ logistics là hoạt động thương mại, theo đó thương nhân tổ chức thực hiện một hoặc nhiều công đoạn bao gồm nhận hàng, vận chuyển, lưu kho, lưu bãi, làm thủ tục hải quan, các thủ tục giấy tờ khác, tư vấn khách hàng, đóng gói bao bì, ghi mã ký hiệu, giao hàng hoặc*

các dịch vụ khác có liên quan tới hàng hóa theo thỏa thuận với khách hàng để hưởng thù lao”. (Luật thương mại, 2015). Theo quan điểm này, bản chất của dịch vụ logistics là tập hợp các hoạt động hỗ trợ cho quá trình tiêu thụ hàng hóa từ nơi sản xuất đến nơi tiêu thụ. Các công ty logistics có thể cung cấp một hoặc nhiều dịch vụ logistics để đáp ứng nhu cầu khách hàng

Theo nghĩa rộng, dịch vụ logistics là chuỗi các dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp từ khâu nhập nguyên vật liệu đầu vào đến quá trình lưu kho, sản xuất và vận chuyển thành phẩm tới tay người tiêu dùng. nghĩa là, nhà cung cấp dịch vụ logistics theo nghĩa này sẽ cung cấp dịch vụ một cách trọn gói cho doanh nghiệp sản xuất. hoạt động cung cấp dịch vụ logistics theo nghĩa này sẽ mang tính chuyên môn hóa cao.

Trong phạm vi nội dung bài thì tác giả sẽ sử dụng khái niệm dịch vụ logistics theo nghĩa hẹp, ***dịch vụ logistics là hoạt động thương mại bao gồm một hoặc nhiều công đoạn như giao nhận, vận chuyển, lưu bãi, làm thủ tục hải quan...***

Ta có thể phân biệt logistics và dịch vụ logistics như sau:

Logistics luôn luôn là một chuỗi các hoạt động liên kết với nhau còn doanh nghiệp cung cấp dịch vụ logistics có thể là cung cấp một dịch vụ chuyên biệt như vận chuyển hoặc giao nhận hoặc lưu bãi...hoặc có thể cung cấp nhiều dịch vụ liên kết với nhau, có thể là tất cả các hoạt động trong chuỗi logistics hoặc hai, ba hoạt động trong chuỗi logistics.

1.2.2. Vai trò của dịch vụ Logistics

Dịch vụ Logistics có các vai trò sau:

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

Hai là, dịch vụ logistics có tác dụng tiết kiệm và giảm chi phí trong hoạt động lưu thông phân phối.

Ba là, dịch vụ logistics góp phần gia tăng giá trị kinh doanh của các doanh nghiệp vận tải giao nhận.

Bốn là, dịch vụ logistics phát triển góp phần mở rộng thị trường trong buôn

bán quốc tế.

Năm là, dịch vụ logistics phát triển góp phần giảm chi phí, hoàn thiện và tiêu chuẩn hóa chứng từ trong kinh doanh quốc tế.

1.2.3. Phân loại dịch vụ Logistics

- Theo phân loại của WTO: Dịch vụ logistics lõi; Dịch vụ có liên quan tới vận tải; Dịch vụ thứ yếu hoặc mang tính hỗ trợ

- Theo qui định của Luật Thương mại: Dịch vụ logistics bao gồm:

+ Các dịch vụ logistics chủ yếu, bao gồm: Dịch vụ xếp dỡ Container, trừ dịch vụ cung cấp tại các sân bay; Dịch vụ kho bãi Container thuộc dịch vụ hỗ trợ vận tải biển; Dịch vụ kho bãi thuộc dịch vụ hỗ trợ mọi phương thức vận tải; Dịch vụ chuyển phát; Dịch vụ đại lý vận tải hàng hóa; Dịch vụ đại lý làm thủ tục hải quan Dịch vụ khác; Dịch vụ hỗ trợ bán buôn, hỗ trợ bán lẻ.

+ Các dịch vụ logistics liên quan đến vận tải

+ Các dịch vụ logistics liên quan khác, bao gồm: Dịch vụ phân tích và kiểm định kỹ thuật; Các dịch vụ hỗ trợ vận tải khác; Các dịch vụ khác

1.2.4. Dịch vụ vận tải trong dịch vụ logistics

- Khái niệm

Dịch vụ vận tải hàng hóa là thực hiện việc vận chuyển hàng hóa từ nơi này sang nơi khác, từ quốc gia này tới quốc gia khác, từ nơi người sản xuất đến nơi người tiêu dùng và làm thay đổi quyền sở hữu của hàng hóa thông qua việc sử dụng một hoặc kết hợp nhiều phương tiện chuyên chở khác nhau như: xe tải, tàu, thuyền, máy bay..., người sử dụng dịch vụ sẽ phải trả cho người vận chuyển một khoản tiền là phí dịch vụ.

- Vai trò của dịch vụ vận tải trong logistics

+ Vận tải là một khâu quan trọng trong logistics, việc cắt giảm được chi phí vận tải sẽ giúp doanh nghiệp cắt giảm được chi phí logistics cũng như giá thành sản phẩm.

+ Lựa chọn đúng phương thức vận tải trong Logistics sẽ quyết định đến

phương thức vận chuyển và ảnh hưởng đến lịch trình giao hàng và cách đóng gói hàng hóa.

+ Vận tải là yếu tố then chốt trong logistics, gắn kết các thành phần trong chuỗi cung ứng thành một chuỗi hoạt động

- *Phân loại dịch vụ vận tải*

Theo qui định của Luật Thương mại: Dịch vụ logistics liên quan đến vận tải bao gồm:

- + Dịch vụ vận tải hàng hóa thuộc dịch vụ vận tải biển;
- + Dịch vụ vận tải hàng hóa thuộc dịch vụ vận tải đường thủy nội địa;
- + Dịch vụ vận tải hàng hóa thuộc dịch vụ vận tải đường sắt;
- + Dịch vụ vận tải hàng hóa thuộc dịch vụ vận tải đường bộ;
- + Dịch vụ vận tải hàng không;
- + Dịch vụ vận tải đa phương thức

1.3. Cơ sở lý thuyết về kinh doanh dịch vụ vận tải Logistics

1.3.1. Khái niệm và phân loại kinh doanh dịch vụ vận tải logistics

Khi cá nhân có nhu cầu vận chuyển hàng hóa từ nơi này đến nơi khác nhưng họ lại không có phương tiện vận tải, từ đó, phát sinh nhu cầu muốn tìm kiếm một chủ thể giúp họ thực hiện hoạt động vận chuyển này. Khi mà ngày càng nhiều người có nhu cầu vận tải hàng hóa thì dịch vụ vận tải logistics đã ra đời.

Kinh doanh dịch vụ vận tải logistics có thể hiểu là việc các thương nhân sử dụng các phương tiện giao thông khác nhau để cung cấp dịch vụ vận chuyển hàng hóa từ địa điểm này đến địa điểm khác nhằm đáp ứng những nhu cầu của khách hàng và mang về lợi nhuận.

Đặc điểm của kinh doanh dịch vụ vận tải logistics như sau:

Một là, sản phẩm của kinh doanh dịch vụ vận tải logistics là sản phẩm dịch vụ vận tải nên sẽ không có hình thái vật chất cụ thể, quá trình cung cấp và tiêu thụ dịch vụ diễn ra đồng thời, không có sản phẩm dở dang.

Hai là, đơn vị đo lường dịch vụ vận tải logistics là cân/km hàng hóa vận chuyển

Ba là, hoạt động kinh doanh dịch vụ vận tải logistics rất đa dạng, mỗi loại hình sẽ có những đặc thù riêng, chi phí và giá thành cũng khác nhau.

Bốn là, hoạt động kinh doanh dịch vụ vận tải phụ thuộc khá lớn vào điều kiện tự nhiên về địa lý, khí hậu, thời tiết cùng với tính thời vụ của loại hình dịch vụ này nên hoạt động kinh doanh vận tải có tính rủi ro cao

Phân loại kinh doanh dịch vụ vận tải logistics:

Thứ nhất, dựa trên hệ thống giao thông thì có thể phân thành:

+ Kinh doanh vận tải đường bộ: đây là phương thức sử dụng các phương tiện như ô tô, xe tải, đầu kéo...di chuyển trên đường bộ để cung cấp dịch vụ.

+ Kinh doanh vận tải đường thủy: loại hình kinh doanh này sử dụng hệ thống giao thông đường thủy, với phương tiện kinh doanh là tàu thủy.

+ Kinh doanh vận chuyển hàng không: loại hình kinh doanh này sử dụng phương tiện vận chuyển đó chính là máy bay.

Thứ hai, dựa vào tuyến vận chuyển thì gồm:

+ Kinh doanh theo tuyến cố định: tức tuyến vận chuyển được xác định rõ đường đi, hành trình, giờ xuất phát,.. được thực hiện hàng ngày hoặc định kỳ.

+ Kinh doanh theo hợp đồng vận chuyển: loại hình kinh doanh này phát sinh khi có hợp đồng vận chuyển phát sinh. Hành trình vận chuyển sẽ phụ thuộc vào hành trình vận chuyển.

1.3.2. Cơ sở pháp lý về kinh doanh dịch vụ vận tải Logistics

1.3.2.1. Các quy định quốc tế

Các công ước toàn cầu về vận tải hàng hoá hiện nay bao gồm:

Thứ nhất, vận tải đường sắt

Các Quy tắc thống nhất về hợp đồng vận tải hàng hoá quốc tế bằng đường sắt (Uniform Rules Concerning the Contract for International Carriage of Goods

by Rail - CIM): được ký kết lần đầu tiên vào năm 1890 tại Bern, Thụy Sĩ. Sau đó được đưa vào phụ lục B của Công ước về vận tải quốc tế bằng đường sắt 1999. Quy tắc này áp dụng cho phương thức vận tải đường sắt của 2 bên thuộc 2 nước khác nhau, một trong hai bên là thành viên của công ước CIM và cả 2 đều đồng ý lấy công ước này làm điều chỉnh hợp đồng.

Hiệp định vận tải hàng hoá quốc tế bằng đường sắt 1951 (Agreement 1951 on International Goods Transport by Rail) (hay còn gọi là Hiệp định SMGS), sau đó được sửa đổi và cập nhật vào các năm 1953, 1997, 2007. Hiệp định này áp dụng cho phương thức vận tải đường sắt của 2 bên thuộc 2 nước khác nhau và đều là thành viên của hiệp định.

Thứ hai, vận tải đường bộ

Công ước về hợp đồng vận tải hàng hoá quốc tế bằng đường ô tô 1956 được áp dụng cho phương thức vận tải ô tô bắt đầu hoặc kết thúc tại nước phê chuẩn công ước.

Công ước TIR về vận chuyển hàng hoá quốc tế bằng đường bộ năm 1959, công ước này liên quan đến kiểm soát hải quan ở biên giới của các quốc gia.

Thứ ba, vận tải biển

Công ước quốc tế thống nhất một số quy tắc về vận đơn đường biển 1924 (International Convention for the Unification of Certain Rules Relating to Bills of Lading) (hay còn gọi là Quy tắc La Hay hoặc Công ước Brussels): Nội dung của công ước này là mọi rủi ro và trách nhiệm hàng hóa sẽ do người gửi hàng chịu nếu không chứng minh được lỗi là do bên vận chuyển.

Nghị định thư 1968 sửa đổi Công ước quốc tế thống nhất một số quy tắc liên quan đến vận đơn đường biển 1924 (hay còn gọi là Quy tắc La Hay/Visby): Quy tắc La Hay/Visby áp dụng trong trường hợp vận đơn được phát hành tại một nước tham gia Công ước, hoặc hành trình vận tải bắt đầu từ một cảng ở một nước kí Công ước, hoặc vận đơn hoặc hợp đồng vận tải ghi rõ luật điều chỉnh là Công ước.

Nghị định thư 1979 sửa đổi Công ước quốc tế thống nhất một số quy tắc về vận đơn đường biển 1924 đã được sửa đổi bởi Nghị định thư 1968: Nghị định thư

này quy định giới hạn trách nhiệm của người chuyên chở.

Công ước của Liên hợp quốc về vận tải hàng hoá bằng đường biển 1978 (hay còn gọi là Quy tắc Hamburg): Công ước này quy định bên chịu trách nhiệm khi có rủi ro xảy ra là người chuyên chở, nếu họ không chứng minh được sự cố gắng ngăn ngừa tổn thất của mình.

Công ước của Liên hợp quốc về hợp đồng vận tải hàng hoá hoàn toàn hoặc một phần bằng đường biển 2008 (hay còn gọi là Quy tắc Rotterdam): Quy tắc này mở rộng và hiện đại hoá các quy tắc quốc tế hiện hành liên quan đến vận tải hàng hoá bằng đường biển.

Thứ tư, vận tải hàng không

Công ước về thống nhất một số quy tắc về vận tải quốc tế bằng đường hàng không 1929 (hay còn gọi là Công ước hay Quy tắc Vacsava): Công ước Vacsava điều chỉnh việc vận tải hàng hoá bằng máy bay thuê hoặc để thu phí khi nơi khởi hành và nơi đến cùng nằm trên lãnh thổ quốc gia kí Công ước.

Nghị định thư sửa đổi Công ước Vacsava 1955 (hay còn gọi là Nghị định thư La Hay): Nghị định thư La Hay điều chỉnh cơ sở trách nhiệm của người chuyên chở.

Nghị định thư 1961 sửa đổi Công ước Vacsava 1961: Nghị định thư này bổ sung trách nhiệm của người chuyên chở trong trường hợp vận tải hàng không quốc tế được tiến hành bởi người không phải là người chuyên chở theo hợp đồng.

Nghị định thư Montreal sửa đổi Công ước Vacsava 1966 (hay còn gọi là Nghị định thư Montreal 1966).

Nghị định thư sửa đổi Công ước Vacsava đã được sửa đổi bởi Nghị định thư La Hay 1955 kí tại thành phố Guatemala năm 1971: Nghị định thư này quy định chi tiết hơn về việc tính toán mức bồi thường.

Công ước thống nhất một số quy tắc vận tải quốc tế bằng đường hàng không 1999 (hay còn gọi là Công ước Montreal): Công ước này nhằm hiện đại hoá và thống nhất Công ước Vacsava và các nghị định thư sửa đổi. Công ước áp dụng cho tất cả hành trình chuyên chở hành khách, hành lí hay hàng hoá bằng máy bay thuê

hay để thu phí, cũng như việc chuyên chở không thu phí bằng hàng không.

Thứ năm, vận tải đa phương thức:

Công ước của Liên hợp quốc về vận tải hàng hoá quốc tế đa phương thức 1980: Công ước áp dụng cho tất cả hợp đồng vận tải đa phương thức giữa hai nước, nếu nơi nhận hàng hoặc nơi giao hàng nằm ở một nước tham gia Công ước. Nhà vận tải phải chịu trách nhiệm về tổn thất và rủi ro của hàng hóa nếu không chứng minh được sự cố gắng tránh tổn thất của mình.

Quy tắc của UNCTAD/ICC về chứng từ vận tải đa phương thức 1992: Quy tắc này không phải là luật mà chỉ mang tính chất thỏa thuận thuận tuý. Nhà vận tải phải chịu trách nhiệm về tổn thất và rủi ro của hàng hóa nếu không chứng minh được sự cố gắng tránh tổn thất của mình.

Bảng 1.1: Các công ước toàn cầu về vận tải hàng hoá hiện nay

Phương thức vận tải	Năm ban hành	Tên công ước
Vận tải đường sắt	1890	Các Quy tắc thống nhất về hợp đồng vận tải hàng hoá quốc tế bằng đường sắt (Uniform Rules Concerning the Contract for International Carriage of Goods by Rail - CIM)
	1951	Hiệp định vận tải hàng hoá quốc tế bằng đường sắt 1951 (Agreement 1951 on International Goods Transport by Rail)
Vận tải đường bộ	1956	Công ước về hợp đồng vận tải hàng hoá quốc tế bằng đường ô tô
	1959	Công ước TIR về vận chuyển hàng hoá quốc tế bằng đường bộ
Vận tải biển	1924	Công ước quốc tế thống nhất một số quy tắc về vận đơn đường biển
	1968	Nghị định thư sửa đổi Công ước quốc tế thống nhất một số quy tắc liên quan đến vận đơn đường biển
	1978	Công ước của Liên hợp quốc về vận tải hàng hoá bằng đường biển
	2008	Công ước của Liên hợp quốc về hợp đồng vận tải hàng hoá hoàn toàn hoặc một phần bằng đường biển
Vận tải	1929	Công ước về thống nhất một số quy tắc về vận tải quốc tế bằng

hàng không		đường hàng không
	1955	Nghị định thư sửa đổi Công ước Vacsava 1955
	1961	Nghị định thư 1961 sửa đổi Công ước Vacsava 1961
	1966	Nghị định thư Montreal sửa đổi Công ước Vacsava 1966
	1999	Công ước thống nhất một số quy tắc vận tải quốc tế bằng đường hàng không
Vận tải đa phương thức	1980	Công ước của Liên hợp quốc về vận tải hàng hoá quốc tế đa phương thức
	1992	Quy tắc của UNCTAD/ICC về chứng từ vận tải đa phương thức

(Nguồn: Tác giả tự tổng hợp)

1.3.3. Các quy định của nước ta

1.3.3.1. Quy định về dịch vụ logistics nói chung

Đối với dịch vụ logistics có những văn bản quy định như:

+ Luật thương mại 2005, từ Điều 233 đến Điều 240 và Nghị Định số 140/2007/ NĐ-CP ngày 05/9/2007 quy định chi tiết luật thương mại về điều kiện kinh doanh dịch vụ logistics và giới hạn trách nhiệm đối với thương nhân kinh doanh dịch vụ logistics.

+ Bộ luật Dân sự 2015

+ Luật Doanh nghiệp 2020

+ Luật Đầu tư 2020

+ Luật Hải quan sửa đổi 2015

+ Bộ luật Hàng hải 2015

+ Luật Đường sắt 2017

+ Luật Giao thông Đường bộ 2008

+ Luật Giao thông Đường thuỷ nội địa 2004

+ Luật Hàng không Dân dụng Việt Nam 2014

1.3.3.2. Quy định về kinh doanh vận tải logistics

Điều kiện kinh doanh dịch vụ logistics được quy định tại khoản 1, khoản 2 điều 4 Nghị định 163/2017/NĐ-CP quy định về kinh doanh dịch vụ logistics như sau:

Thương nhân kinh doanh các dịch vụ cụ thể thuộc dịch vụ logistics quy định tại Điều 3 Nghị định này phải đáp ứng các điều kiện đầu tư, kinh doanh theo quy định của pháp luật đối với dịch vụ đó.

Thương nhân tiến hành một phần hoặc toàn bộ hoạt động kinh doanh logistics bằng phương tiện điện tử có kết nối mạng Internet, mạng viễn thông di động hoặc các mạng mở khác, ngoài việc phải đáp ứng theo quy định của pháp luật đối với các dịch vụ cụ thể quy định tại Điều 3 Nghị định này, còn phải tuân thủ các quy định về thương mại điện tử.

Doanh nghiệp kinh doanh các dịch vụ logistics liên quan đến vận tải phải đáp ứng các điều kiện về kinh doanh dịch vụ vận tải theo quy định của pháp luật Việt Nam. Điều kiện kinh doanh dịch vụ vận tải được quy định tại Nghị định số 110/2014/NĐ-CP ngày 20/11/2014 của Chính phủ về điều kiện kinh doanh vận tải đường thủy nội địa, thương nhân kinh doanh vận tải đường thủy nội địa (được sửa đổi, bổ sung theo Nghị định số 128/2018/NĐ-CP); Nghị định số 160/2016/NĐ-CP ngày 29/11/2016 của Chính phủ về điều kiện kinh doanh vận tải biển, kinh doanh dịch vụ đại lý tàu biển và dịch vụ lai dắt tàu biển (được sửa đổi, bổ sung theo Nghị định số 147/2018/NĐ-CP); Nghị định số 86/2014/NĐ-CP ngày 10/9/2014 của Chính phủ về kinh doanh và điều kiện kinh doanh vận tải bằng xe ô tô, doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận tải đường bộ bằng xe ô tô bao; Nghị định số 65/2018/NĐ-CP ngày 12/5/2018 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Đường sắt, gồm những điều kiện cơ bản sau đây:

+ Điều kiện về phương tiện: phải có đủ số lượng phương tiện theo phương án kinh doanh; phương tiện vận tải phải được sở hữu hợp pháp của thương nhân hoặc thành viên của thương nhân, phương tiện phải bảo đảm các tiêu chuẩn an toàn kỹ thuật và giới hạn về bảo vệ môi trường;

+ Điều kiện về người điều khiển phương tiện: người điều khiển phương tiện phải có giấy phép lái xe phù hợp với loại phương tiện điều khiển, không trong thời gian bị cấm hành nghề; lái xe và nhân viên phục vụ trên xe phải có hợp đồng lao động bằng văn bản với thương nhân kinh doanh dịch vụ vận tải; nhân viên phục vụ trên xe phải được tập huấn về nghiệp vụ. Người điều hành vận tải phải có trình độ chuyên môn về vận tải, có kinh nghiệm thực tiễn. Người điều hành vận tải, người điều khiển phương tiện phải có đủ sức khỏe và phải được tổ chức kiểm tra, khám sức khỏe định kì.

+ Điều kiện về cơ sở hạ tầng, thương nhân kinh doanh dịch vụ vận tải phải có bãi đỗ phương tiện phù hợp, có hệ thống cơ sở hạ tầng công nghệ đáp ứng yêu cầu về xử lý thông tin liên quan đến dịch vụ vận tải.

+ Điều kiện trách nhiệm bảo hiểm, thương nhân kinh doanh dịch vụ vận tải phải thực hiện việc mua bảo hiểm trách nhiệm dân sự theo quy định pháp luật về bảo hiểm.

Các quy định về điều kiện kinh doanh dịch vụ vận tải được quy định cụ thể trong hệ thống pháp luật về giao thông đường bộ, đường sắt, hàng không, hàng hải và thủy nội địa. Điều kiện kinh doanh dịch vụ vận tải luôn được cơ quan nhà nước có thẩm quyền điều chỉnh cho phù hợp với từng thời kì và chiến lược phát triển mạng lưới cơ sở hạ tầng về giao thông ở Việt Nam.

Đối với lĩnh vực vận tải biển, ngoài các điều kiện được pháp luật trong nước quy định, doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận tải biển phải đáp ứng các điều kiện theo quy định của pháp luật quốc tế về kinh doanh vận tải biển, đặc biệt là những doanh nghiệp kinh doanh vận tải biển quốc tế. Để đảm bảo nghĩa vụ thực hiện hợp đồng, thương nhân kinh doanh dịch vụ vận tải biển phải đáp ứng các điều kiện về vốn pháp định, vì đây là hoạt động kinh doanh có nhiều rủi ro, thương nhân kinh doanh phải có một khoản tài chính để sẵn sàng xử lý các sự cố xảy ra trong khi thực hiện dịch vụ.

1.3.3.3. Quy định kinh doanh cho từng loại hình vận tải

a. Kinh doanh vận tải đường bộ

Đây là loại hình kinh doanh dịch vụ vận tải chiếm tỷ trọng cao nhất trong ngành vận tải. hoạt động kinh doanh vận tải đường bộ được quy định tại Luật Giao thông Đường bộ năm 2008 và các văn bản hướng dẫn liên quan như sau:

Tại Điều 64 Luật Giao thông đường bộ năm 2008 quy định hoạt động vận tải đường bộ là: *“Hoạt động vận tải đường bộ gồm hoạt động vận tải không kinh doanh và hoạt động kinh doanh vận tải đường bộ. Kinh doanh vận tải đường bộ là ngành nghề kinh doanh có điều kiện theo quy định của pháp luật.”*

Tại Điều 66, quy định kinh doanh vận tải bằng xe ô tô bao gồm: Kinh doanh vận tải hàng hóa thông thường; Kinh doanh vận tải hàng hóa bằng xe taxi tải; Kinh doanh vận tải hàng hóa siêu trường, siêu trọng; Kinh doanh vận tải hàng nguy hiểm.

Tại Điều 67 quy định điều kiện kinh doanh vận tải bằng xe ô tô:

“1. Doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh hoạt động kinh doanh vận tải bằng xe ô tô phải có đủ các điều kiện sau đây:

- a) Đăng ký kinh doanh vận tải bằng xe ô tô theo quy định của pháp luật;
- b) Bảo đảm số lượng, chất lượng và niên hạn sử dụng của phương tiện phù hợp với hình thức kinh doanh; phương tiện kinh doanh vận tải phải gắn thiết bị giám sát hành trình của xe theo quy định của Chính phủ;
- c) Bảo đảm số lượng lái xe, nhân viên phục vụ trên xe phù hợp với phương án kinh doanh và phải có hợp đồng lao động bằng văn bản; nhân viên phục vụ trên xe phải được tập huấn nghiệp vụ kinh doanh vận tải, an toàn giao thông; không được sử dụng người lái xe đang trong thời kỳ bị cấm hành nghề theo quy định của pháp luật;
- d) Người trực tiếp điều hành hoạt động vận tải của doanh nghiệp, hợp tác xã phải có trình độ chuyên môn về vận tải;
- đ) Có nơi đỗ xe phù hợp với quy mô của doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh, bảo đảm yêu cầu về trật tự, an toàn, phòng, chống cháy nổ và vệ sinh môi trường.

3. Chỉ các doanh nghiệp, hợp tác xã mới được kinh doanh vận tải hàng hóa bằng container và phải có đủ các điều kiện quy định tại khoản 1, điểm b khoản 2 Điều này.”

b. Kinh doanh vận tải biển

Tại Điều 3, Nghị định số 160/2016/NĐ-CP về điều kiện kinh doanh vận tải biển, kinh doanh dịch vụ đại lý tàu biển và dịch vụ lai dắt tàu biển giải thích “*Kinh doanh vận tải biển là việc sử dụng tàu biển để kinh doanh vận chuyển hàng hóa, hành khách, hành lý.*”

Tại Điều 4, điều kiện Kinh doanh vận tải biển quy định: “*Doanh nghiệp kinh doanh vận tải biển được thành lập và hoạt động theo quy định của pháp luật về doanh nghiệp, hợp tác xã kinh doanh vận tải biển được thành lập và hoạt động theo quy định của pháp luật về hợp tác xã. Được cấp giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh vận tải biển khi đáp ứng điều kiện quy định tại Điều 5, Điều 6 của Nghị định này.*”

c. Kinh doanh vận tải hàng không

Tại Điều 11, Luật Hàng không dân dụng 2014 quy định: “*Dịch vụ chuyên ngành hàng không bao gồm: a) Dịch vụ hàng không là dịch vụ liên quan trực tiếp đến khai thác tàu bay, khai thác vận chuyển hàng không và hoạt động bay; b) Dịch vụ phi hàng không là dịch vụ cung ứng tại cảng hàng không, sân bay, trên tàu bay nhưng không thuộc dịch vụ hàng không.*”

Theo điều 3, Nghị định Số: 92/2016/NĐ-CP quy định về các ngành, nghề kinh doanh có điều kiện trong lĩnh vực hàng không dân dụng: “*Kinh doanh vận tải hàng không bao gồm hai hình thức kinh doanh vận chuyển hàng không và kinh doanh hàng không chung; Kinh doanh vận chuyển hàng không là việc vận chuyển hành khách, hành lý, hàng hóa, bưu gửi bằng đường hàng không nhằm mục đích sinh lợi.*”

Theo điều 5, Nghị định Số: 92/2016/NĐ-CP quy định điều kiện kinh doanh vận tải hàng không:

“1. Phù hợp với quy hoạch phát triển giao thông vận tải hàng không.

2. Đáp ứng các điều kiện về phương án bảo đảm có tàu bay khai thác, tổ chức bộ máy, vốn, phương án kinh doanh và chiến lược phát triển sản phẩm quy định tại Điều 6, 7, 8, 9 của Nghị định này.

3. Được Bộ Giao thông vận tải cấp giấy phép kinh doanh vận tải hàng không sau khi được Thủ tướng Chính phủ cho phép.

4. Các quy định tại Chương này không áp dụng đối với lĩnh vực đào tạo, huấn luyện nghiệp vụ thành viên tổ lái, giáo viên huấn luyện.”

TÓM TẮT CHƯƠNG 1

Trong chương 1, tác giả đã trình bày một số nội dung chính sau đây:

Cơ sở lý thuyết về Logistics, bao gồm: Khái niệm logistics là một chuỗi các hoạt động liên kết với nhau từ vận chuyển, lưu trữ nguyên liệu đầu vào của quá trình sản xuất, theo dõi sản xuất đến phân phối hàng hóa đến tay người tiêu dùng. Phân loại logistics theo hình thức, theo phạm vi và theo lĩnh vực.

Cơ sở lý thuyết về dịch vụ Logistics, bao gồm: Khái niệm dịch vụ logistics là hoạt động thương mại bao gồm một hoặc nhiều công đoạn như giao nhận, vận chuyển, lưu bãi, làm thủ tục hải quan...; Vai trò của dịch vụ logistics; Phân loại dịch vụ logistics theo WTO và theo Luật thương mại 2005 của Việt Nam; Cơ sở lý thuyết về dịch vụ vận tải trong dịch vụ logistics (khái niệm, vai trò và phân loại).

Cơ sở lý thuyết về kinh doanh dịch vụ vận tải Logistics, bao gồm: Khái niệm và phân loại kinh doanh dịch vụ vận tải Logistics; Cơ sở pháp lý về kinh doanh dịch vụ logistics, bao gồm: các quy định quốc tế về vận tải hàng hóa (vận tải đường sắt, vận tải đường bộ, vận tải biển, vận tải hàng không, vận tải đa phương thức) và các quy định của nước ta về dịch vụ logistics nói chung, kinh doanh vận tải logistics và quy định kinh doanh cho từng loại hình kinh doanh vận tải.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG KINH DOANH DỊCH VỤ VẬN TẢI LOGISTICS CỦA CÔNG TY TNHH TM & DV GIAO NHẬN VẬN TẢI HẢI BĂNG

2.1. Tổng quan về Công ty TNHH TM & DV Giao nhận Vận tải Hải Băng

2.1.1. Thông tin chung

Công ty TNHH TM & DV Giao nhận Vận tải Hải Băng là văn phòng đại diện của Haba-Sped AG Thụy Sĩ có trụ sở chính đặt tại Thành Phố Hồ Chí Minh, Việt Nam, một trong những hệ thống quốc tế nổi tiếng chuyên về dịch vụ kinh doanh vận tải biển và vận tải đa phương tiện cho cả LCL và FCL với 20 năm kinh nghiệm trên thị trường quốc tế.

Ngày thành lập: Tháng 6/2010

Tên tiếng việt: Công ty TNHH TM & DV Giao nhận Vận tải Hải Băng – trụ sở chính Hồ Chí Minh

Tên viết tắt: Công ty Haba-Sped Việt Nam

Tên tiếng anh: HABA-SPED AG REP OFFICE IN HCM

Mã số thuế: 0310502384

Hình thức pháp lý: Công ty liên doanh

Trụ sở chính: Tầng 8, Rm 03 - Golden Building, 473 Điện Biên Phủ, Phường 25, Quận Bình Thạnh, TP. Hồ Chí Minh, Việt Nam.

Chi nhánh: Hải Phòng, Thành phố Hồ Chí Minh, Hà Nội, Đà Nẵng

Người đại diện: Bùi Thị Liên Thủy

Điện thoại: +84 8 3512-7979

Trang web: <http://habasped.org.vn/>

Tầm nhìn: Là nhà cung cấp dịch vụ Logistics chuyên nghiệp quốc tế. Là đối tác tin cậy của khách hàng trong và ngoài nước, là người tạo dựng giá trị gia tăng và cống hiến một phần cho đất nước, xã hội.

2.1.2. Quá trình hình thành và phát triển

Tháng 6/2010: Công ty TNHH TM & DV Giao nhận Vận tải Hải Băng – trụ sở chính Hồ Chí Minh thành lập.

Tháng 9/2011: Khai trương văn phòng chi nhánh tại Hà Nội.

Tháng 3/2013: Mở văn phòng đại diện tại Hải Phòng.

Tháng 4/2015: Khai trương văn phòng chi nhánh Đà Nẵng.

Hiện nay, Công ty TNHH TM & DV Giao nhận Vận tải Hải Bằng đã mở rộng quy mô hoạt động đến các trung tâm vận chuyển lớn, mở rộng văn phòng đại diện tại các vùng trọng điểm như: Hà Nội, Hồ Chí Minh, Hải Phòng, Đà Nẵng. Công ty TNHH TM & DV Giao nhận Vận tải Hải Bằng đang phát triển mạng lưới rộng khắp và luôn sẵn sàng phục vụ khách hàng bằng uy tín, sự tin tưởng với thái độ nhiệt tình và chuyên nghiệp nhất.

2.1.3. Chức năng, nhiệm vụ và lĩnh vực kinh doanh

a. Chức năng

Đại lý (Agent): hoạt động như một đại lý của người chuyên chở hoặc người gửi hàng, người nhận hàng.

Lưu kho: lưu trữ hàng hóa trong các kho của mình hoặc thuê của người khác và giao hàng hóa theo yêu cầu của khách hàng.

Người gom hàng: nhiệm vụ của Công ty TNHH TM & DV Giao nhận Vận tải Hải Bằng là gom các đơn hàng lẻ đóng thành các đơn hàng sỉ, chất đầy container nhằm giảm cước phí vận chuyển.

Người chuyên chở: trực tiếp kí hợp đồng vận tải với chủ hàng.

Sắp xếp chuyển tải hoặc trực tiếp gửi hàng hóa: khi hàng hóa đang quá cảnh hoặc chuyển tải sang một nước thứ ba, Công ty TNHH TM & DV Giao nhận Vận tải Hải Bằng sẽ trực tiếp tổ chức vận chuyển hàng hóa từ phương tiện này sang phương tiện khác hoặc đến tay người nhận.

b. Nhiệm vụ

- Cung cấp giải pháp linh hoạt và các dịch vụ chuyên nghiệp về vận tải, môi giới hải quan và giao nhận trong nước và quốc tế.

- Chuyên nghiệp trong việc giải quyết các vấn đề hậu cần cho khách hàng.

- Xây dựng mạng lưới đại lý tin cậy và chuyên nghiệp trên toàn thế giới nhằm kết nối hiệu quả giữa người bán và người mua trong giao dịch toàn cầu.

- Mang lại sự tin cậy cho khách hàng trong công việc Công ty TNHH TM & DV Giao nhận Vận tải Hải Bằng thực hiện.

- Tạo ra nhiều giá trị gia tăng cho khách hàng và xã hội.

- Mang lại giá trị tinh thần và vật chất cho toàn thể nhân viên của Công ty TNHH TM & DV Giao nhận Vận tải Hải Bằng.

c. Lĩnh vực kinh doanh

Hiện tại, Công ty TNHH TM & DV Giao nhận Vận tải Hải Bằng đang cung cấp các dịch vụ sau:

Dịch vụ logistics: Công ty đang cung cấp Dịch vụ Quản lý Chuỗi Cung ứng cho các khách hàng lớn: Puma, Lacoste, Toshiba... với các mặt hàng chính như may mặc, dệt may, quần áo thể thao, máy móc và phụ tùng.

Dịch vụ vận tải biển: Hiện nay, Công ty TNHH TM & DV Giao nhận Vận tải Hải Bằng đang triển khai các phương thức vận chuyển đa dạng bằng đường biển, đường hàng không, phục vụ chuyên các tuyến: Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Thailand, Singapore, Malaysia, Lào, Campuchia, Mỹ, Châu Âu,... và cung cấp 5 dịch vụ vận chuyển hàng hóa đường biển nội địa và quốc tế là - Vận tải quốc tế hàng FCL và LCL; Dịch vụ gom hàng lẻ và khai thác hàng consol; Dịch vụ làm hàng container thường và hàng container lạnh; Giao hàng từ cửa đến cửa hoặc từ cảng đến cảng; Cung cấp, tư vấn và đưa ra giải pháp làm hàng cho hàng quá khổ, quá tải, siêu trường, siêu trọng.

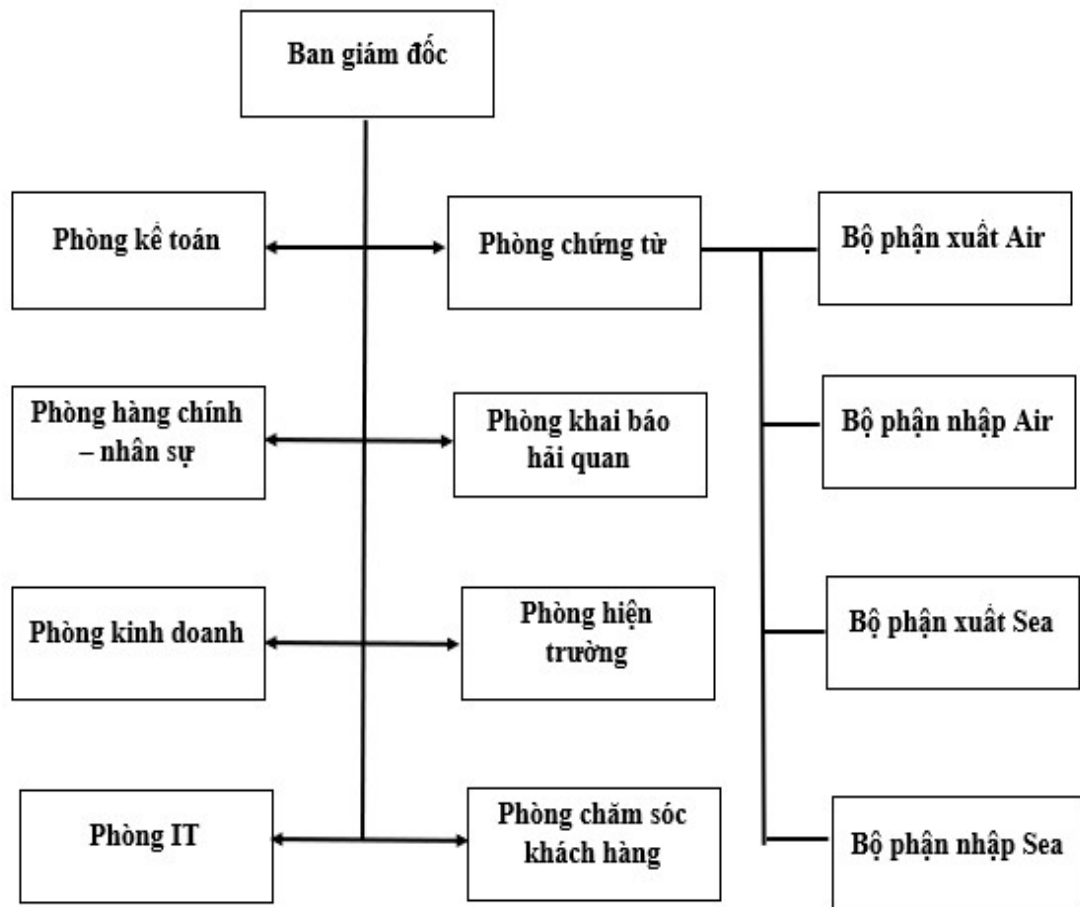
Dịch vụ vận tải hàng không: Công ty TNHH TM & DV Giao nhận Vận tải Hải Bằng cung cấp dịch vụ vận tải đường hàng không từ Việt Nam đi đến các quốc gia khác trên toàn thế giới và ngược lại. Công ty TNHH TM & DV Giao nhận Vận tải Hải Bằng hiện cung cấp rất nhiều dịch vụ vận chuyển hàng không, dành cho nhiều loại mặt hàng khác nhau. Cụ thể như hàng thông thường (quần áo, giày, túi xách, phụ kiện...); Dịch vụ vận tải hàng không cho những loại hàng hóa đặc biệt.

Thủ tục hải quan: Công ty TNHH TM & DV Giao nhận Vận tải Hải Bằng đã xây dựng và phát triển những giải pháp khai báo hải quan chuyên nghiệp cho khách hàng, bao gồm: Tư vấn luật và quy định về Hải quan; Tư vấn về thủ tục miễn thuế Giải quyết vấn đề; Thông quan hàng hóa đối với các loại hình xuất – nhập khẩu; Hoàn thuế; Dịch vụ hỗ trợ nhân sự; Làm việc trực tiếp với Hải quan.

Dịch vụ kho bãi, đóng gói và phân phối: Công ty TNHH TM & DV Giao nhận Vận tải Hải Bằng cung cấp dịch vụ này tại chi nhánh Hà Nội, Đà Nẵng và Hồ Chí Minh.

2.1.4. Cơ cấu tổ chức

Hiện tại, công ty hoạt động theo cơ cấu tổ chức như sau:



Hình 2. 1: Cơ cấu tổ chức của Công ty TNHH TM & DV Giao nhận Vận tải Hải Bằng

(Nguồn: Phòng hành - chính nhân sự)

Ban giám đốc: Điều hành công ty, chịu trách nhiệm cao nhất về các hoạt động của công ty.

Phòng hành chính nhân sự: Sắp xếp tổ chức bộ máy tổ chức phù hợp với chức năng nhiệm vụ để công ty đạt hiệu quả cao nhất. Tổ chức quản lý hồ sơ nhân viên, xây dựng hệ thống lương thưởng phù hợp.

Phòng kế toán: Xây dựng thu chi tài chính thống nhất với kế hoạch kinh doanh của công ty. Thực hiện nghiêm chỉnh các chế độ thống kê, kế toán của nhà nước. Phân tích các chỉ tiêu tài chính để phản ánh tình hình tài chính của công ty.

Phòng chăm sóc khách hàng: Thực hiện các hoạt động chăm sóc khách hàng, phát triển mối quan hệ của công ty với khách hàng, tiếp nhận và xử lý các vấn đề trong quá trình cung cấp sản phẩm, dịch vụ cho khách hàng.

Phòng kinh doanh: Tìm kiếm khách hàng mới, giao dịch với khách hàng, duy trì và phát triển mối quan hệ với khách hàng.

Phòng hiện trường: Thực hiện các chứng từ, thủ tục hải quan liên quan đến hàng hóa xuất khẩu và nhập khẩu dưới cảng và chuyên về dịch vụ kho bãi, lưu trữ để phân phối hàng hóa theo yêu cầu của khách hàng.

Phòng IT: Quản lý hệ thống máy tính được nối mạng toàn cầu, hệ thống edoc và xử lý các vấn đề trực trực về công nghệ khác.

Phòng khai báo hải quan: Thực hiện khai báo hải quan trên hệ thống hải quan điện tử.

Phòng chứng từ: Gồm 4 bộ phận là bộ phận xuất air, bộ phận nhập air, bộ phận xuất sea, bộ phận nhập sea, phụ trách hàng hoá xuất nhập bằng đường biển và hàng không.

2.1.5. Tình hình hoạt động kinh doanh giai đoạn 2020-2022

Bảng 2.1: Kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty TNHH TM & DV Giao nhận Vận tải Hải Bằng giai đoạn 2020-2022

	2020		2021		2022	
	Giá trị (Tỷ đồng)	Tăng trưởng (%)	Giá trị (Tỷ đồng)	Tăng trưởng (%)	Giá trị (Tỷ đồng)	Tăng trưởng (%)
Doanh thu thuần	158,69	-	124,68	-21,43	178,68	43,31
Chi phí hoạt động	141,36	-	110,45	-21,87	160,23	45,07
Lợi nhuận sau thuế	17,33	-	14,23	-17,89	18,45	29,66

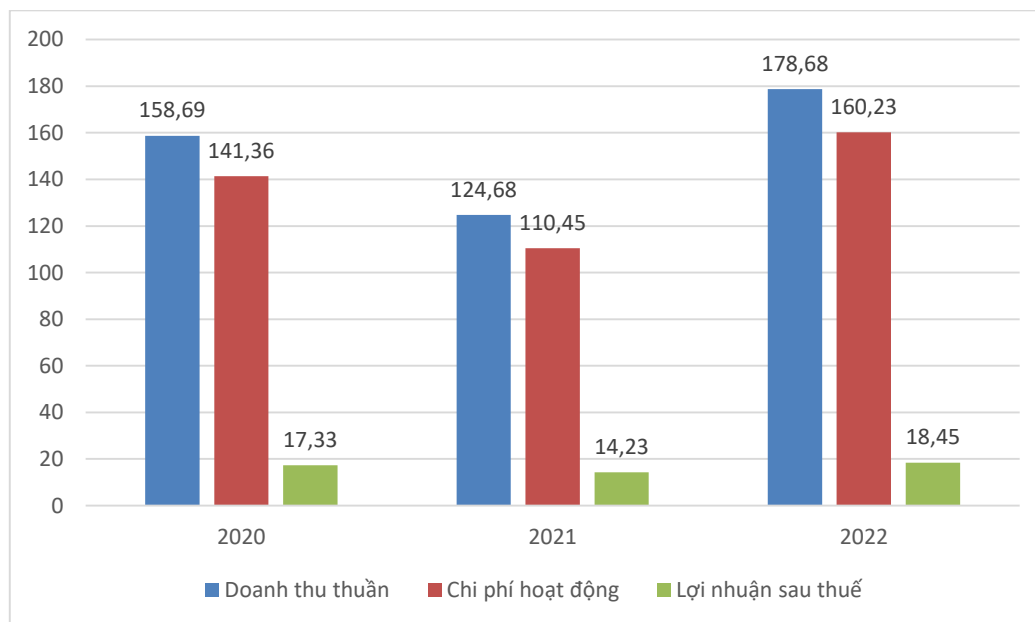
(Nguồn: Báo cáo tài chính các năm của công ty)

Từ bảng 2.1 ta thấy, doanh thu thuần của công ty có xu hướng giảm từ 158,69 tỷ đồng năm 2020 xuống còn 124,68 tỷ đồng năm 2021, tăng trưởng -21,43%, lý

do là vì năm 2021 thế giới bị ảnh hưởng nặng nề bởi đại dịch covid-19, đặc biệt là Trung Quốc nên hầu hết các quốc gia đều đóng cửa, ngừng hoạt động giao thương nên hoạt động logistics bị giảm sút. Đến năm 2022, doanh thu của công ty lại tăng 54 tỷ đồng lên thành 178,68 tỷ đồng, tăng trưởng 43,31% do các nước hầu như đã kiểm soát được đại dịch và mở lại biên giới và các cảng biển nên hoạt động xuất nhập khẩu hoạt động trở lại, dịch vụ logistics cũng từ đó mà tăng doanh thu.

Chi phí hoạt động của công ty có xu hướng giảm từ 141,36 tỷ đồng năm 2020 xuống còn 110,45 tỷ đồng năm 2021, tăng trưởng -21,87%, sự giảm này không phải là do cắt giảm được chi phí mà là do năm 2021, dịch bệnh nên công ty hoạt động không nhiều nhưng vẫn phải bỏ chi phí duy trì hoạt động, trả lương cho nhân viên, trả lãi ngân hàng... Đến năm 2022, chi phí hoạt động của công ty lại tăng 49,78 tỷ đồng lên thành 160,23 tỷ đồng, tăng trưởng 45,07%.

Lợi nhuận sau thuế của công ty có xu hướng giảm từ 17,33 tỷ đồng năm 2020 xuống còn 14,23 tỷ đồng năm 2021, tăng trưởng -17,89. Đến năm 2022, lợi nhuận sau thuế của công ty lại tăng 4,22 tỷ đồng lên thành 18,45 tỷ đồng, tăng trưởng 29,66%.



Hình 2. 2: Kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty TNHH TM & DV Giao nhận Vận tải Hải Bằng giai đoạn 2020-2022

(Nguồn: Báo cáo tài chính các năm của công ty)

2.1.6. Nhận xét chung về tình hình phát triển kinh doanh của công ty

2.1.6.1. Nhận xét về tình hình hoạt động kinh doanh

Bảng 2.2: Doanh thu thuần của công ty giai đoạn 2020-2022 phân theo loại hình dịch vụ

Chỉ tiêu	2020		2021		2022	
	Giá trị (Tỷ đồng)	Tỷ trọng (%)	Giá trị (Tỷ đồng)	Tỷ trọng (%)	Giá trị (Tỷ đồng)	Tỷ trọng (%)
Dịch vụ vận tải biển	75,16	47,36	58,46	46,89	82,41	46,12
Dịch vụ logistics	43,86	27,64	35,02	28,09	52,10	29,16
Dịch vụ vận tải hàng không	21,53	13,57	18,30	14,68	27,62	15,46
Dịch vụ khai báo hải quan	7,09	4,47	4,85	3,89	5,63	3,15
Dịch vụ kho bãi, đóng gói và phân phối	11,04	6,96	8,04	6,45	10,92	6,11
Doanh thu thuần	158,69	100	124,68	100	178,68	100

(Nguồn: Báo cáo tài chính các năm của công ty)

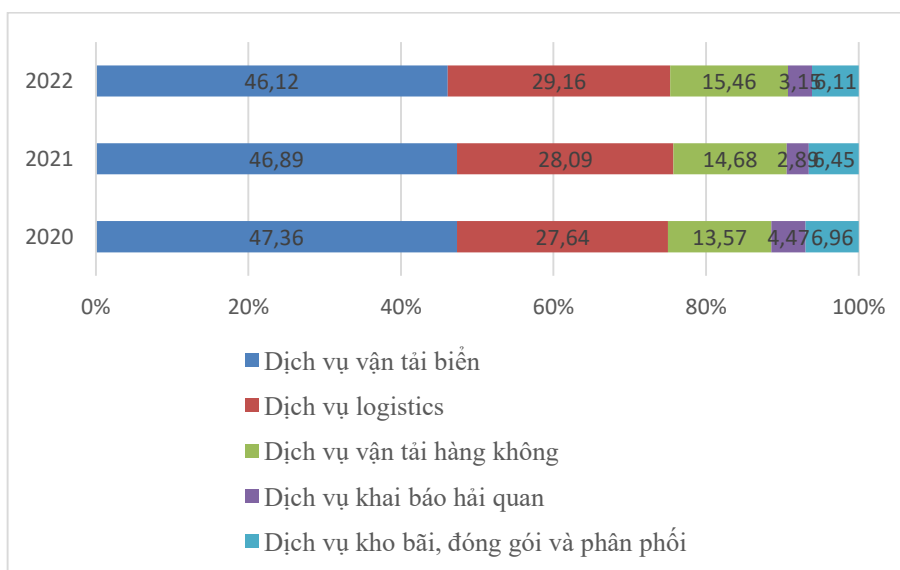
Từ bảng 2.2 ta thấy, dịch vụ vận tải biển chiếm tỷ trọng cao nhất khoảng 47%, tiếp đến là dịch vụ logistics chiếm tỷ trọng 28%, thứ ba là dịch vụ vận tải hàng không chiếm 15%, thứ tư là dịch vụ kho bãi, đóng gói và phân phối chiếm khoảng 6% còn lại là dịch vụ khai báo hải quan chiếm khoảng 4%, cụ thể như sau:

Đối với dịch vụ vận tải biển, mặc dù giá trị doanh thu có xu hướng giảm rồi lại tăng nhưng tỷ trọng lại có xu hướng giảm dần. Năm 2020, doanh thu dịch vụ vận tải biển đạt 75,16 tỷ đồng, chiếm 47,36%, nhưng đến năm 2021, doanh thu dịch vụ vận tải biển giảm 16,7 tỷ đồng xuống còn 58,46 tỷ đồng, tỷ trọng cũng giảm 0,47% xuống còn 46,89%. Sang năm 2022, doanh thu dịch vụ vận tải biển tăng mạnh 23,95 tỷ đồng lên thành 82,41 tỷ đồng nhưng tỷ trọng lại tiếp tục giảm xuống còn chiếm 46,12%.

Đối với dịch vụ logistics, mặc dù giá trị doanh thu có xu hướng giảm rồi lại tăng nhưng tỷ trọng lại có xu hướng tăng dần. Năm 2020, doanh thu dịch vụ logistics đạt 43,86 tỷ đồng, chiếm 27,64%, nhưng đến năm 2021, doanh thu dịch vụ logistics giảm 8,84 tỷ đồng xuống còn 35,02 tỷ đồng, tỷ trọng lại tăng 0,45% lên thành 28,09%. Sang năm 2022, doanh thu dịch vụ logistics tăng mạnh 17,08 tỷ đồng lên thành 52,1 tỷ đồng đồng thời tỷ trọng tiếp tục tăng thêm 1,07% chiếm 29,16%.

Đối với dịch vụ vận tải hàng không, mặc dù giá trị doanh thu có xu hướng giảm rồi lại tăng nhưng tỷ trọng lại có xu hướng tăng dần. Năm 2020, doanh thu dịch vụ vận tải hàng không đạt 21,53 tỷ đồng, chiếm 13,57%, nhưng đến năm 2021, doanh thu dịch vụ vận tải hàng không giảm 3,23 tỷ đồng xuống còn 18,3 tỷ đồng, tỷ trọng lại tăng 1,11% lên thành 14,68%. Sang năm 2022, doanh thu dịch vụ vận tải hàng không tăng 9,32 tỷ đồng lên thành 27,62 tỷ đồng đồng thời tỷ trọng tiếp tục tăng thêm 0,78% chiếm 15,46%.

Nhìn chung, doanh thu của dịch vụ vận tải giảm vào năm 2021 là do ảnh hưởng của đại dịch covid-19, vào giữa năm 2021 thì các tỉnh miền Nam và Đà Nẵng bị ảnh hưởng mạnh, trong khi đó, công ty có 2 chi nhánh tại 2 vùng này nên cũng bị ảnh hưởng lớn. Sang năm 2022, nền kinh tế phục hồi nên doanh thu công ty có xu hướng tăng trở lại, thậm chí còn cao hơn so với năm 2020.



Hình 2. 3: Doanh thu thuần của công ty giai đoạn 2020-2022 phân theo loại hình dịch vụ

2.1.6.2. Nhận xét về tình hình nhân sự

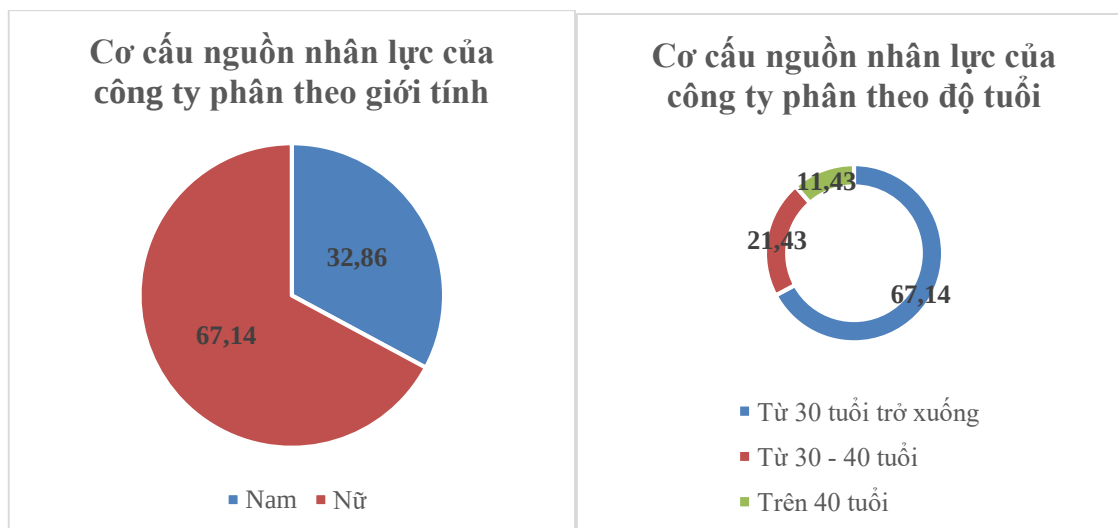
Bảng 2.3: Cơ cấu nguồn nhân lực của công ty năm 2023

STT	Chỉ tiêu	Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)
	Tổng số lao động:	70	100,00
1	Phân theo giới tính:	70	100,00
	Nam	23	32,86
	Nữ	47	67,14
2	Phân theo trình độ học vấn:	70	100,00
	Sau đại học	8	11,42
	Đại học	49	70,00
	Cao đẳng	10	14,29
	Trung cấp	3	4,29
3	Phân theo độ tuổi:	70	100,00
	từ 30 tuổi trở xuống	47	67,14
	từ 30 - 40 tuổi	15	21,43
	trên 40 tuổi	8	11,43

(Nguồn: Phòng hành - chính nhân sự)

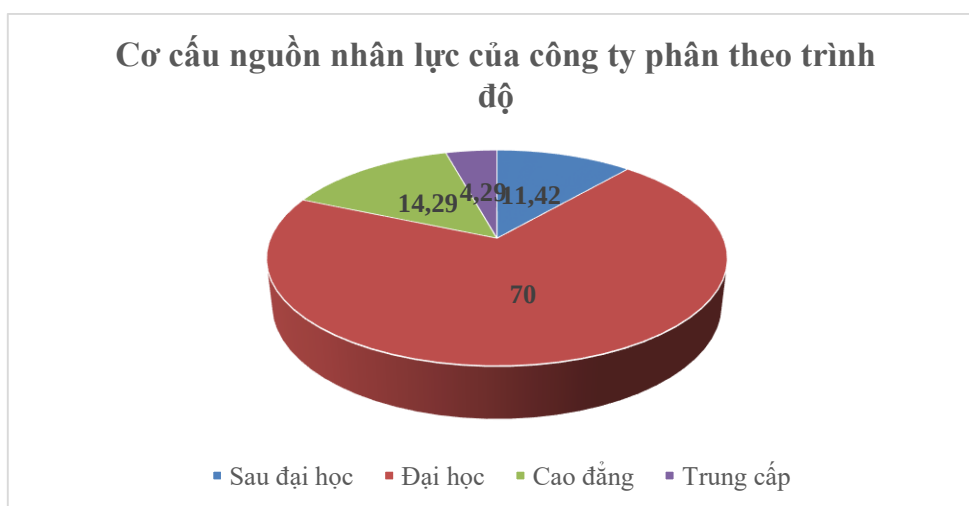
Xét theo giới tính, tổng số lao động của công ty là 70 người, trong đó nhân viên nữ chiếm tỷ trọng cao hơn nhân viên nam. Cụ thể, nhân viên nữ là 47 người, chiếm tỷ trọng 67,14%, chủ yếu thuộc phòng chứng từ, phòng hành chính nhân sự và phòng kế toán. Còn nhân viên nam là 23 người, chiếm tỷ trọng 32,86%, chủ yếu thuộc phòng IT, phòng kinh doanh và phòng hiện trường.

Xét theo độ tuổi, từ 30 tuổi trở xuống có 47 người, chiếm 67,14% tổng số lao động của công ty. Tiếp đến từ 30 đến 40 tuổi có 15 người chiếm 21,43% tổng số lao động. Cuối cùng là trên 40 tuổi chỉ có 8 người chiếm 11,43%, đây thường là những người trong ban lãnh đạo của công ty.



Hình 2. 4: Cơ cấu nguồn nhân lực của công ty phân theo giới tính và độ tuổi

Xét theo trình độ, nhìn chung thì nguồn nhân lực của công ty có trình độ từ trung cấp trở lên. Trình độ sau đại học chiếm 11,42%, chủ yếu thuộc vào ban giám đốc hoặc các trưởng phòng. Trình độ đại học chiếm tỷ lệ cao nhất là 70%, tiếp đến là cao đẳng chiếm 14,29% thuộc một số phòng như phòng kế toán, phòng kinh doanh. Còn trình độ trung cấp chiếm tỷ lệ thấp nhất 4,29%, thuộc phòng hiện trường.



Hình 2. 5: Cơ cấu nguồn nhân lực của công ty phân theo trình độ

2.2. Thực trạng hoạt động kinh doanh vận tải logistics tại Công ty TNHH TM & DV Giao nhận Vận tải Hải Bằng giai đoạn 2020-2022

Hiện tại, Công ty TNHH TM & DV Giao nhận Vận tải Hải Bằng đang triển khai các phương thức vận chuyển đa dạng bằng đường biển, đường hàng không,

phục vụ chuyên các tuyến: Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Thailand, Singapore, Malaysia, Lào, Campuchia, Mỹ, Châu Âu,...

2.2.1. Tình hình hoạt động kinh doanh

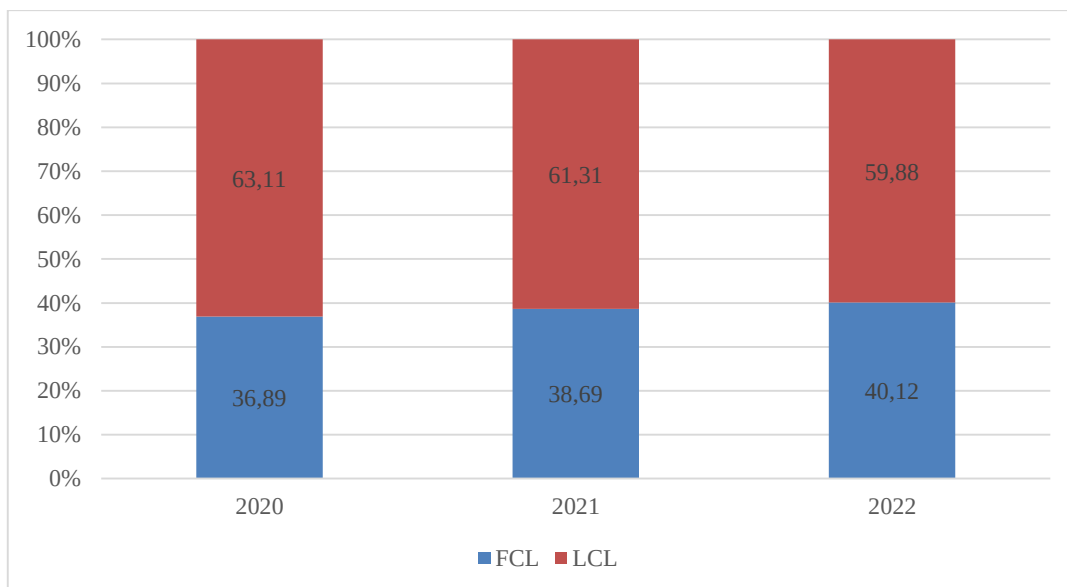
2.2.1.1. Tình hình hoạt động kinh doanh vận tải biển

Bảng 2.5: Doanh thu thuần dịch vụ vận tải biển của công ty giai đoạn 2020-2022 theo hình thức, loại hàng và hoạt động

Chỉ tiêu		2020		2021		2022	
		Giá trị (Tỷ đồng)	Tỷ trọng (%)	Giá trị (Tỷ đồng)	Tỷ trọng (%)	Giá trị (Tỷ đồng)	Tỷ trọng (%)
Doanh thu		75,16	100	58,46	100	82,41	100
Hình thức	FCL	27,72	36,89	22,62	38,69	33,06	40,12
	LCL	47,43	63,11	35,84	61,31	49,35	59,88
Loại hàng	May mặc	44,18	58,79	36,53	62,48	52,11	63,24
	Điện tử	15,44	20,54	10,27	17,56	15,48	18,79
	Sắt thép	7,80	10,38	6,76	11,56	9,80	11,89
	Khác	7,73	10,29	4,91	8,4	5,01	6,08
Hoạt động	Hàng nhập	30,48	40,56	24,96	42,69	34,26	41,58
	Hàng xuất	44,67	59,44	33,50	57,31	48,14	58,42

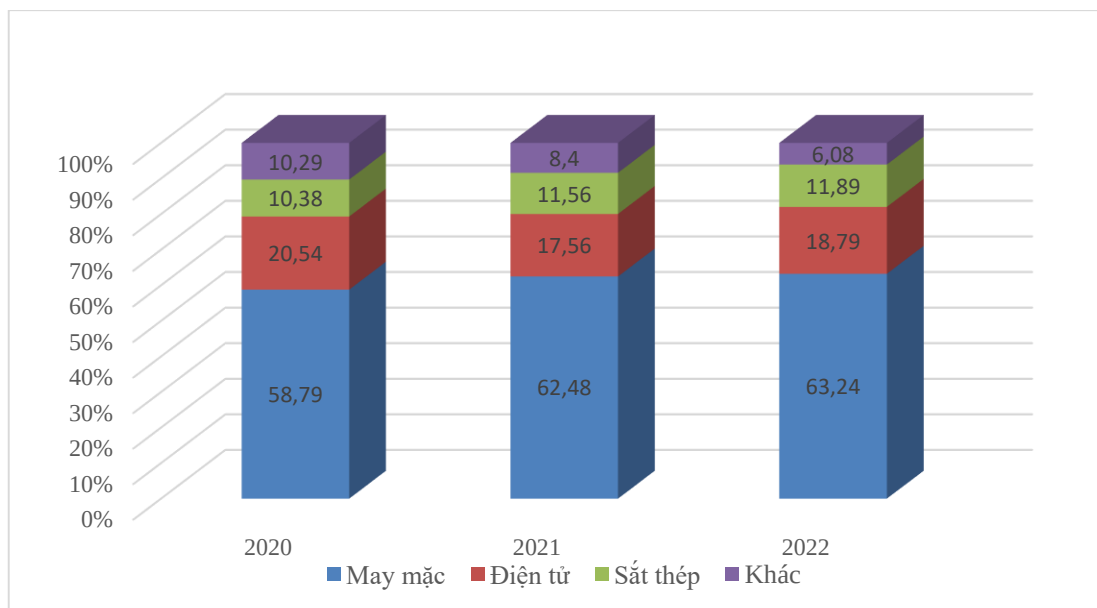
(Nguồn: Báo cáo tài chính các năm của công ty)

Từ bảng 2.5 ta thấy, Trong cơ cấu doanh thu dịch vụ vận tải đường biển thì hàng LCL chiếm khoảng 60% doanh thu còn hàng FCL chiếm khoảng 40%, loại hàng chủ yếu là hàng may mặc chiếm khoảng 60%, hàng điện tử chiếm khoảng 19% còn lại là hàng sắt thép và các loại hàng khác, công ty chủ yếu cung cấp dịch vụ vận tải đường biển cho các lô hàng xuất chiếm khoảng 58% còn hàng nhập chiếm 42%. Cụ thể như sau:



Hình 2. 6: Doanh thu thuần dịch vụ vận tải biển của công ty giai đoạn 2020-2022 theo hình thức

Theo hình thức, hàng FCL chiếm tỷ trọng doanh thu dịch vụ vận tải biển thấp hơn nhưng lại có xu hướng tăng lên còn hàng LCL thì chiếm tỷ trọng cao hơn nhưng lại có xu hướng giảm. Cụ thể, năm 2020, hàng FCL đạt 27,72 tỷ đồng, chiếm 36,89% doanh thu, sang năm 2021, doanh thu hàng FCL giảm 5,11 tỷ đồng xuống còn 22,62 tỷ đồng nhưng tỷ trọng lại tăng 1,8% lên thành 38,69%. Đến năm 2022, doanh thu hàng FCL tăng 10,44 tỷ đồng, đồng thời tỷ trọng cũng tăng 1,43 % lên thành 40,12%. Còn hàng LCL, năm 2020 đạt 47,43 tỷ đồng, chiếm 63,11% doanh thu, sang năm 2021, doanh thu hàng LCL giảm mạnh 11,59 tỷ đồng xuống còn 35,84 tỷ đồng, đồng thời tỷ trọng cũng giảm 1,8% xuống còn 61,31%. Đến năm 2022, doanh thu hàng LCL lại tăng thành 49,35 tỷ đồng nhưng tỷ trọng vẫn tiếp tục giảm 1,43% xuống còn 59,88%.



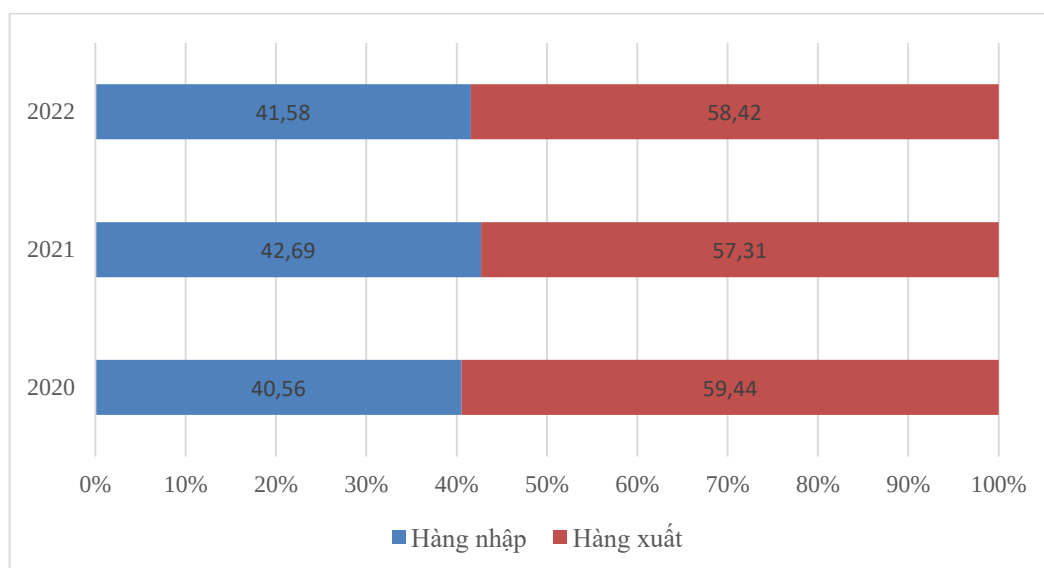
Hình 2. 7: Doanh thu thuần dịch vụ vận tải biển của công ty giai đoạn 2020-2022 theo loại hàng

Theo loại hàng, hàng may mặc thì giá trị doanh thu có xu hướng giảm rồi tăng nhưng tỷ trọng lại tăng dần, năm 2020, doanh thu hàng may mặc đạt 44,18 tỷ đồng, chiếm 58,79% doanh thu, đến năm 2021, doanh thu giảm 7,66 tỷ đồng xuống còn 36,53 tỷ đồng nhưng tỷ trọng lại tăng 3,69% lên thành 62,48%, sang năm 2022, doanh thu tăng mạnh 15,59 tỷ đồng lên thành 52,11 tỷ đồng, đồng thời tỷ trọng tiếp tục tăng 0,76% lên thành 63,24%.

Hàng điện tử thì cả giá trị doanh thu và tỷ trọng đều có xu hướng giảm rồi lại tăng, cụ thể, năm 2020, doanh thu hàng điện tử đạt 15,44 tỷ đồng, chiếm 20,54% tỷ trọng, đến năm 2021, doanh thu giảm 5,17 tỷ đồng xuống còn 10,27 tỷ đồng, đồng thời tỷ trọng giảm 2,98%. Sang năm 2022, doanh thu tăng 5,22 tỷ đồng thành 15,48 tỷ đồng, tỷ trọng cũng tăng 1,23% lên thành 18,79%.

Hàng sắt thép thì giá trị doanh thu có xu hướng giảm rồi tăng nhưng tỷ trọng lại tăng dần. Năm 2020, doanh thu hàng sắt thép đạt 7,8 tỷ đồng, chiếm 10,38% doanh thu, đến năm 2021, doanh thu giảm 1,04 tỷ đồng xuống còn 6,76 tỷ đồng nhưng tỷ trọng lại tăng 1,18% lên thành 11,56%, sang năm 2022, doanh thu tăng 3,04 tỷ đồng lên thành 9,8 tỷ đồng, đồng thời tỷ trọng tiếp tục tăng 0,33% lên thành 11,89%.

Các mặt hàng khác mà công ty vận tải bao gồm hàng cao su, lốp xe, rau củ, trái cây...nhưng ít nên tỷ trọng doanh thu rất thấp, đồng thời, có xu hướng giảm dần.



Hình 2. 8: Doanh thu thuần dịch vụ vận tải biển của công ty giai đoạn 2020-2022 theo hoạt động

Theo hoạt động, hàng xuất khẩu năm 2020 đạt 44,67 tỷ đồng, chiếm 59,44% doanh thu, sang năm 2021, doanh thu hàng xuất khẩu giảm mạnh 11,17 tỷ đồng xuống còn 33,5 tỷ đồng, đồng thời tỷ trọng giảm 2,13% xuống còn 57,31%. Đến năm 2022, doanh thu hàng xuất khẩu tăng 14,64 tỷ đồng lên thành 48,14 tỷ đồng, đồng thời tỷ trọng cũng tăng 1,11 % lên thành 58,42%. Còn hàng nhập khẩu, năm 2020 đạt 30,48 tỷ đồng, chiếm 40,56% doanh thu, sang năm 2021, doanh thu hàng nhập khẩu giảm mạnh 5,53 tỷ đồng xuống còn 24,96 tỷ đồng, nhưng tỷ trọng lại tăng 2,13% lên thành 42,69%. Đến năm 2022, doanh thu hàng nhập lại tăng thành 34,26 tỷ đồng nhưng tỷ trọng lại giảm 1,11% xuống còn 41,58%.

Từ những phân tích trên ta thấy, công ty chủ yếu làm về hàng may mặc, hoạt động chính là xuất khẩu, hình thức chính là LCL. Theo thống kê thì hàng may mặc và hàng điện tử thường là hàng xuất khẩu theo phương thức LCL, còn hàng sắt thép thường là hàng nhập khẩu theo phương thức FCL, còn các mặt hàng khác như nông sản thường xuất khẩu theo phương thức FCL lạnh.

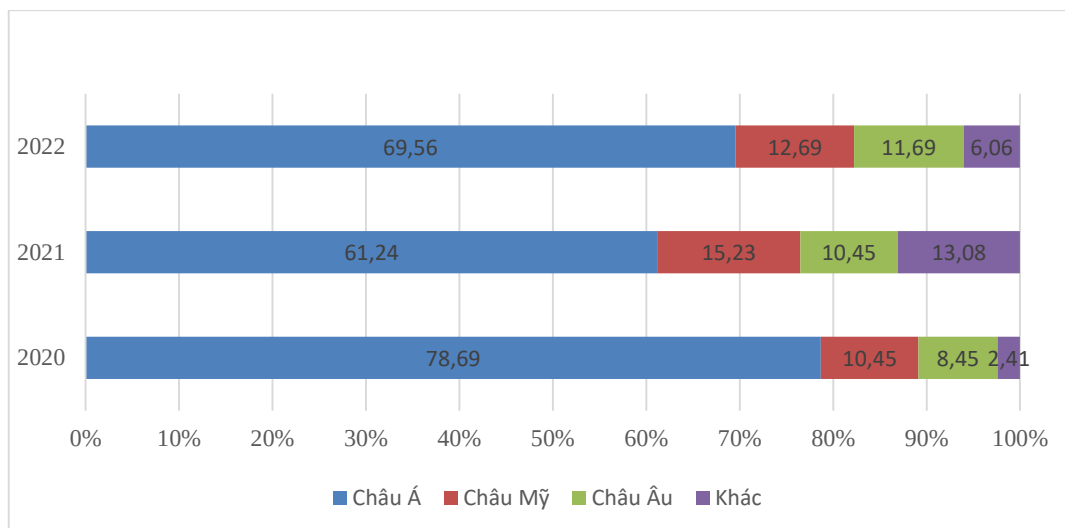
Trong vận tải quốc tế đường biển thì công ty có liên kết với một số hãng tàu lớn như Maersk, One, Hapag-Lloyd, CMA-CGM, Evergreen, Yang Ming, MSC, KMTC, Wanhai, Namsung.... Bên cạnh đó, công ty cũng là đối tác của một số công ty logistics khác như KMG, Maxpeed, Thami Co.... Công ty cũng có các đại lý tại tất cả các quốc gia nhưng chủ yếu là Hàn Quốc và Trung Quốc, cung cấp cho khách hàng những dịch vụ tối ưu với chi phí thấp nhất và thời gian hợp lý nhất. Đồng thời, công ty cũng có riêng đội ngũ nhân viên năng động, có khả năng ứng biến chuyên nhập và xuất hàng hoá bằng đường biển. Tất cả những điều này đã tạo nên những giá trị then chốt cho công ty, giúp cho hoạt động kinh doanh vận tải logistics của công ty ngày càng phát triển.

2.2.1.2. Tình hình hoạt động kinh doanh vận tải hàng không

Bảng 2.7: Doanh thu thuần dịch vụ vận tải hàng không của công ty giai đoạn 2020-2022 theo thị trường và loại hàng

Chỉ tiêu		2020		2021		2022	
		Giá trị (Tỷ đồng)	Tỷ trọng (%)	Giá trị (Tỷ đồng)	Tỷ trọng (%)	Giá trị (Tỷ đồng)	Tỷ trọng (%)
Doanh thu		21,53	100	18,30	100	27,62	100
Thị trường	Châu Á	16,95	78,69	11,21	61,24	19,22	69,56
	Châu Mỹ	2,25	10,45	2,79	15,23	3,51	12,69
	Châu Âu	1,82	8,45	1,91	10,45	3,23	11,69
	Khác	0,52	2,41	2,39	13,08	1,67	6,06
Loại hàng	Điện tử	12,66	58,79	11,44	62,48	17,47	63,24
	May mặc	4,42	20,54	3,21	17,56	5,19	18,79
	Khác	4,45	20,67	3,65	19,96	4,96	17,97

(Nguồn: Báo cáo tài chính các năm của công ty)



Hình 2. 9: Doanh thu thuần dịch vụ vận tải hàng không của công ty giai đoạn 2020-2022 theo thị trường và loại hàng

Từ bảng 2.6 ta thấy, công ty chủ yếu vận tải đường hàng không đến thị trường Châu Á, chiếm khoảng 70% doanh thu, tiếp đến là thị trường châu Mỹ chiếm 13% doanh thu, thứ ba là châu Âu chiếm 10% doanh thu, còn lại là các thị trường khác chiếm 7% doanh thu. Trong đó, loại hàng mà công ty vận chuyển qua đường hàng không là hàng điện tử chiếm 60% doanh thu, thứ hai là hàng may mặc chiếm 19% doanh thu còn lại là các mặt hàng.

Xét theo thị trường, công ty đang có xu hướng giảm dần hàng đi châu Mỹ mà tăng hàng đi châu Âu bởi tỷ trọng doanh thu của hàng đi Châu Âu có xu hướng tăng dần còn hàng đi châu Mỹ có xu hướng tăng rồi giảm. Cụ thể, năm 2020, giá trị doanh thu thị trường châu Á đạt 16,95 tỷ đồng, chiếm 78,69%, đến năm 2021, giá trị doanh thu giảm 5,74 tỷ đồng, đồng thời tỷ trọng cũng có xu hướng giảm 17,45%, sang năm 2022, giá trị doanh thu tăng 8,01 tỷ đồng, đồng thời tỷ trọng cũng tăng 8,32%. Còn đối với thị trường châu Mỹ, tỷ trọng doanh thu có xu hướng tăng từ 10,45% năm 2020 lên thành 15,23% năm 2021, tăng 4,78% nhưng đến năm 2022 thì tỷ trọng này lại giảm 2,54% xuống còn 12,69%. Trong khi đó, đối với thị trường châu Âu thì tỷ trọng có xu hướng tăng dần từ 8,45% năm 2020 lên thành 11,69% năm 2022, tăng trung bình 1,08%/năm.

Xét theo loại hàng, hàng điện tử là hàng chiếm tỷ trọng doanh thu cao nhất và có xu hướng tăng dần từ 58,79% năm 2020 lên thành 63,24% năm 2022, tiếp

đến là hàng may mặc có xu hướng giảm từ 20,54% năm 2020 xuống thành 17,56% năm 2021, giảm 2,98%, nhưng đến năm 2022 lại tăng 1,23% lên thành 18,79%. Còn mặt hàng khác thường là hàng dễ vỡ hoặc rau củ đông lạnh.

Trên thực tế, Công ty TNHH TM & DV Giao nhận Vận tải Hải Bằng luôn sẵn sàng cung cấp, tư vấn, thiết kế các loại hình dịch vụ hàng không tốt nhất cho khách hàng thông qua các dịch vụ vận tải hàng hóa như: mua tải cố định hàng quý, hàng năm với các hãng hàng không uy tín và chất lượng tốt nhất tại Việt Nam nhằm tạo lợi thế cạnh tranh và mang lại hiệu quả tối ưu nhất cho khách hàng. Công ty TNHH TM & DV Giao nhận Vận tải Hải Bằng cũng là đối tác của các hãng hàng không lớn như: Vietnam Airlines, Singapore Airlines, Qatar Airways, Cathay Pacific, Korean Air, China Airlines, Lufthansa Cargo, Air France, Emirates Skycargo, Turkish Airlines, United Airlines, Etihad Airways, Japan Airlines... Đồng thời, để cung cấp dịch vụ tốt nhất cho khách hàng, Công ty TNHH TM & DV Giao nhận Vận tải Hải Bằng luôn tổ chức các khóa đào tạo về chuyên môn, nghiệp vụ vận chuyển, xử lý thủ tục - tờ khai và làm hàng chi tiết, học hỏi, rút kinh nghiệm qua mỗi lô hàng.

2.2.2. Đối thủ cạnh tranh

Theo Agility (một trong những nhà cung cấp kho vận đứng đầu của thế giới) đánh giá, năm 2022, trong nhóm 50 thị trường logistics mới nổi toàn cầu thì Việt Nam xếp hạng thứ 11 với tốc độ tăng trưởng mỗi năm đạt từ 14-16%, quy mô 40-42 tỷ USD/năm. Còn theo Ngân hàng thế giới, Việt Nam đang xếp hạng 64/160 nước về độ phát triển logistics và đứng thứ 4 trong ASEAN sau Malaysia, Singapore và Thái Lan. Hiện nay ở Việt Nam có trên 3.000 doanh nghiệp kinh doanh vận tải logistics và các lĩnh vực liên quan. Trong đó có khoảng 25 tập đoàn giao nhận vận tải hàng đầu thế giới đang hoạt động mạnh mẽ ở nước ta.

Thị trường kinh doanh vận tải logistics tuy là mảng dịch vụ thu lại được nguồn lợi nhuận khổng lồ nhưng đây cũng là mảng dịch vụ luôn trong tình trạng cạnh tranh gay gắt. Một trong những công ty được xem như là đối thủ cạnh tranh lâu năm của Công ty TNHH TM & DV Giao nhận Vận tải Hải Bằng là Công ty CP TM DV Logistics Đông Dương (gọi tắt là công ty Đông Dương). Công ty Đông Dương chính thức đi vào hoạt động vào tháng 9/2009. Hiện tại công ty cung cấp 8

loại dịch vụ logistics bao gồm: thủ tục hải quan, cho thuê kho bãi, phân phối hàng tiêu dùng, vận tải đường bộ, vận tải đường biển, vận tải hàng không, ủy thác xuất nhập khẩu, công bố chất lượng. Điểm mạnh ở dịch vụ vận tải biển của công ty Đông Dương: Thông qua mạng lưới đại lý dày đặc, công ty bảo đảm được chất lượng dịch vụ bằng các tuyến đi thẳng; Tuy có giá cả phải chăng nhưng vẫn đảm bảo được thời gian chuyển tải nhanh chóng, đề cao trách nhiệm của người phụ trách vận tải; Công ty có đội ngũ chăm sóc khách hàng có chuyên môn cao, nắm rõ được vấn đề mà khách hàng gặp phải, từ đó đưa ra các giải pháp làm hài lòng khách hàng; Khách hàng có thể truy cập, tìm kiếm thông tin về hàng hóa mọi lúc mọi nơi. Bên cạnh đó ở mảng vận tải hàng không cũng có nhiều thế mạnh như: ngoài vận tải hàng không thông thường, công ty còn có dịch vụ vận tải đa phương thức, kết hợp vận tải biển với đường hàng không; dịch vụ vận chuyển các hàng nguy hiểm;... Các dịch vụ của công ty Đông Dương được đánh giá là khá chính chu cùng với mức giá phải chăng nên chính điều này cũng gây những khó khăn cho công ty Hải Bằng trong việc cạnh tranh về giá. Nhất là trong thời điểm khó khăn khi gặp phải việc đối thủ không ngại phá giá để dành lấy khách hàng. Ngoài việc cố gắng tiếp thị về chất lượng dịch vụ thì mức giá của Hải Bằng không thể cạnh tranh khi các công ty như Đông Dương phá giá.

2.2.3. Dịch vụ khách hàng

Dịch vụ khách hàng bao gồm các dịch vụ mà công ty cung cấp trước, trong và sau khi khách hàng sử dụng dịch vụ. Nhằm nắm bắt được nhu cầu của khách hàng, từ đó mang lại nhiều giá trị cũng như có được sự hài lòng, tin cậy từ khách hàng. Tại công ty TNHH TM & DV Giao nhận Vận tải Hải Bằng, số nhân viên đảm nhận vị trí chăm sóc khách hàng là 2, trong giai đoạn đơn hàng không quá nhiều và gấp thì bộ phận hoạt động khá ổn. Tuy nhiên vào giai đoạn 6 tháng cuối năm, đối mặt với tình huống hàng hóa bị trì hoãn do thời tiết, rất nhiều khách hàng phàn nàn và hỏi thúc thì bộ phận hoạt động không kịp đáp ứng với lượng khiếu nại của khách hàng. Thường bị phàn nàn về việc giải quyết vấn đề chậm, để khách hàng phải đợi lâu. Một số khách hàng mới do không hài lòng với việc này nên không còn chọn Hải Bằng là đối tác cho lần tiếp theo.

Những chính sách chăm sóc khách hàng sau khi sử dụng dịch vụ tại Hải Bằng vẫn chưa được chú trọng. Do số lượng nhân viên có hạn nên đa phần tập trung vào xử lý các khiếu nại của khách hàng khi đang sử dụng dịch vụ hoặc thắc mắc của khách hàng mới.

2.2.4. Chiến lược marketing

Công ty TNHH TM & DV Giao nhận Vận tải Hải Bằng cho rằng họ không cần tốn quá nhiều sức vào chiến lược marketing. Vì kim chỉ nam của công ty trong nhiều năm qua là đặt chất lượng lên hàng đầu. Đa số khách hàng mới đến với Hải Bằng là thông qua sự giới thiệu của khách hàng cũ. Em cho rằng đây là một chiến thuật khá thụ động.

Bên cạnh đó, trang web của công ty cũng chưa thật sự mang lại hiệu quả của việc xây dựng hình ảnh cho công ty. Các thông tin đặt để quá sơ sài và hạn chế hơn khi ngôn ngữ của trang web chỉ có Tiếng Anh. Các nội dung trên trang web quá cũ và không còn hợp lý so với tình hình hoạt động của công ty. Công ty có một tài khoản xã hội Facebook nhưng không thường xuyên cập nhật thông tin, các quảng cáo về dịch vụ công ty cũng không được nghiêm túc thực hiện. Đây quả thật là một thiếu sót trong việc xây dựng hình ảnh và tăng tính nhận diện thương hiệu.

2.3. Đánh giá thực trạng hoạt động kinh doanh vận tải logistics tại Công ty TNHH TM & DV Giao nhận Vận tải Hải Bằng giai đoạn 2020-2022

2.3.1. Kết quả đạt được

Trong thời gian qua Công ty TNHH TM & DV Giao nhận Vận tải Hải Bằng đã đạt được những kết quả sau đây:

Thứ nhất, công ty không ngừng mở rộng phạm vi kinh doanh, nâng cao chất lượng cũng như quy mô và loại hình dịch vụ cho khách hàng. Trong bối cảnh hoạt động cạnh tranh trong lĩnh vực vận tải diễn ra gay gắt Công ty TNHH TM & DV Giao nhận Vận tải Hải Bằng đã dần khẳng định được vai trò của mình trong giao nhận vận chuyển hàng hóa nội địa và quốc tế.

Thứ hai, dù mới hoạt động trong vận tải hàng không nhưng công ty đã hợp tác với các hãng hàng không lớn như: Vietnam Airlines, Singapore Airlines, Qatar Airways, Cathay Pacific, Korean Air, China Airlines, Lufthansa Cargo, Air

France, Emirates Skycargo, Turkish Airlines, United Airlines, Etihad Airways, Japan Airlines...

Thứ ba, công ty đã tự tạo những lợi thế cạnh tranh như có riêng đội ngũ nhân viên năng động, có khả năng ứng biến chuyên nhập và xuất hàng hoá bằng đường biển; Sở hữu các chi nhánh và văn phòng đại diện tại các bến cảng chính; Tổ chức các khóa đào tạo về chuyên môn, nghiệp vụ vận chuyển, xử lý thủ tục - tờ khai và làm hàng chi tiết, học hỏi, rút kinh nghiệm qua mỗi lô hàng.

2.3.2. Hạn chế và nguyên nhân

a. Hạn chế

Bên cạnh những kết quả đạt được thì hoạt động kinh doanh dịch vụ vận tải logistics của công ty còn một số hạn chế sau:

Một là, đội ngũ nhân viên của công ty có tinh thần nhiệt huyết với công việc song lại thiếu kinh nghiệm, kỹ năng nghiệp vụ, tính nhanh nhạy xử lý công việc chính xác chưa cao. Đối với một số phòng ban như phòng chứng từ, phòng kinh doanh, phòng hiện trường thì 80% nhân viên mới chỉ có 1 đến 3 năm kinh nghiệm trong ngành xuất nhập khẩu, chỉ có 30% nhân viên thành thạo cả nghiệp vụ xuất và nhập khẩu, còn lại là chỉ chuyên về nghiệp vụ xuất hoặc nhập khẩu. Hằng năm, tỷ lệ các lô hàng sai, bị phạt vẫn còn xảy ra, mặc dù không nhiều nhưng vẫn gây tổn thất về kinh tế cũng như chất lượng của công ty.

Hai là, chưa có biện pháp để thu hút khách hàng một cách hiệu quả, công ty mới chỉ dựa trên sự giới thiệu của khách hàng cũ, chỉ định từ đại lý nước ngoài và duy trì các khách hàng cũ. Khách hàng thường xuyên là yếu tố quan trọng đặt nền tảng cho sự phát triển ổn định của công ty, số lượng khách hàng này vẫn còn hạn chế. Các hợp đồng của công ty hiện nay chủ yếu còn nhỏ, không ổn định, các hợp đồng uỷ thác theo kế hoạch dài hạn không có nhiều, đã gây khó khăn lớn cho công ty trong việc xây dựng kế hoạch kinh doanh hàng năm, cũng như xây dựng chiến lược phát triển dài hạn. Công ty cũng chưa có những biện pháp để thu hút thêm các khách hàng mới cho mình.

Ba là, thị trường giao nhận vẫn còn mang tính tập trung. Thị trường giao nhận hàng hóa chủ yếu của công ty vẫn là các thị trường như Đông Bắc Á, ASEAN, Mỹ, EU... Công ty vẫn chưa khai thác được một số thị trường khác như: Châu Phi và các nước Nam Mỹ. Công ty nên có biện pháp để mở rộng thị trường hoạt động sang các nước này bởi châu Phi đang được xem là một trong những thị trường xuất khẩu trọng điểm của Việt Nam trong thời gian tới.

Bốn là, còn chịu ảnh hưởng của tính thời vụ. Giao nhận và vận tải là những lĩnh vực kinh doanh phục vụ cho hoạt động xuất nhập khẩu, do đó sự thăng trầm của hoạt động xuất nhập khẩu cũng kéo theo sự dao động của hoạt động giao nhận vận tải. Hoạt động ngoại thương Việt Nam có đặc điểm là hai quý cuối năm thường nhộn nhịp hơn hai quý đầu năm, hoạt động giao nhận vận tải cũng có đặc điểm này. Thể hiện rõ nét ở Công ty TNHH TM & DV Giao nhận Vận tải Hải Bằng đó là kết quả kinh doanh 6 tháng cuối năm kể cả khối lượng hàng hóa giao nhận lẫn doanh thu, lợi nhuận thường tăng cao hơn 6 tháng đầu năm. Hiệu quả sử dụng nguồn lực 6 tháng đầu năm thấp, trong khi 6 tháng cuối năm thường xuyên xảy ra quá tải và áp lực công việc lớn.

b. Nguyên nhân

Nguyên nhân chủ quan

Cơ sở vật chất chưa đáp ứng đủ nhu cầu phát triển. Cơ sở vật chất mặc dù được nâng cấp trang bị thường xuyên song vẫn không đáp ứng với nhu cầu phát triển của công ty. Phương tiện quản lý, hệ thống thông tin liên lạc khá đầy đủ và hiện đại, song các phương tiện và thiết bị phục vụ trực tiếp cho quá trình nghiệp vụ gần như không có. Công ty không sở hữu đội tàu đội xe hay phương tiện bốc dỡ, khi cần thiết đều sử dụng dịch vụ cho thuê của các công ty khác do đó còn chịu sự phụ thuộc về giá cả, đặc biệt trong thời gian cao điểm thì chi phí thuê mướn thường tăng cao ảnh hưởng đến giá thành dịch vụ của công ty.

Đội ngũ nhân viên tuy liên tục được đào tạo và đào tạo lại nhưng vẫn chưa thật thuần thục nghiệp vụ do hoạt động giao nhận vận tải cực kỳ phức tạp đòi hỏi đội ngũ nhân viên phải có kiến thức sâu rộng về nhiều lĩnh vực. Bên cạnh nghiệp vụ giao nhận còn phải nắm được kỹ thuật nghiệp vụ ngoại thương, hiểu biết luật

lệ buôn bán trong nước và quốc tế, tập quán quốc tế về các phương thức vận tải... nên rất dễ gây ra nhầm lẫn sai sót ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ cũng như uy tín của công ty.

Công tác sales – marketing chưa phát huy tối đa hiệu quả với các nguồn lực hiện có. Đối với một doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực giao nhận vận tải thì công tác sales - marketing thật sự quan trọng. Không chỉ khách hàng tìm đến với Công ty TNHH TM & DV Giao nhận Vận tải Hải Bằng mà chính Công ty TNHH TM & DV Giao nhận Vận tải Hải Bằng phải tìm kiếm và phát triển nguồn khách hàng cho mình. Điều này phụ thuộc rất lớn vào đội ngũ nhân viên sales - marketing. Tuy nhiên theo thống kê hiện nay đội ngũ nhân viên đảm nhận vai trò này của công ty rất mỏng, chỉ khoảng 10% trên tổng số nhân lực dẫn đến việc kém thu hút các đối tác. Bên cạnh đó, trình độ nghiệp vụ của nhân viên sales - marketing chưa cao, tính nhanh nhạy xử lý công việc chính xác còn kém, chưa có kinh nghiệm, nguồn kinh phí dành cho công tác sales - marketing còn hạn hẹp. Mặc dù công tác sales – logistics đã được công ty quan tâm song chưa thật đúng mức, chưa đạt hiệu quả mong muốn.

Nguyên nhân khách quan

Cơ sở hạ tầng kỹ thuật của Việt Nam còn lạc hậu, xuống cấp nghiêm trọng. Hệ thống giao thông đường bộ chật hẹp chập vá, mặc dù được Nhà nước đầu tư nâng cấp thường xuyên song vẫn chưa hoàn chỉnh. Hệ thống đường sắt chưa phù hợp với tiêu chuẩn quốc tế, chiều cao của hệ thống cầu đường bộ chưa đạt tiêu chuẩn gây khó khăn cản trở cho việc vận chuyển hàng hóa trong công tác giao nhận làm cho thời gian giao nhận kéo dài, do đó chi phí tăng lên. Hệ thống cảng biển nước ta phần nhiều là nông, hệ thống cầu cảng hẹp, trang thiết bị của cảng biển còn lạc hậu, năng suất xếp dỡ còn thấp, chưa thể tiếp nhận loại tàu có trọng tải lớn.

Sự thiếu nhất quán trong hệ thống chính sách, pháp luật của Nhà nước. Luật Hải quan có tác dụng tích cực song vẫn còn những bất cập như: hệ thống biểu thuế, đặc biệt là thủ tục hải quan còn rườm rà, chi phí ngoài hoá đơn còn nhiều... do đó chi phí giao nhận ở Việt Nam còn khá cao so với các nước khác.

Gặp phải sự cạnh tranh gay gắt. Với đà phát triển mạnh mẽ của vận tải và buôn bán quốc tế, các dịch vụ giao nhận vận tải hàng hóa xuất nhập khẩu cũng không ngừng phát triển và ngày càng mở rộng tại Việt Nam trong những năm gần đây. Hơn nữa kinh doanh dịch vụ giao nhận không cần nhiều vốn đầu tư mà vẫn thu được nhiều lợi nhuận. Chính vì vậy mà hàng loạt các công ty đổ xô vào kinh doanh lĩnh vực này làm cho tính cạnh tranh trên thị trường giao nhận hàng hóa quốc tế của Việt Nam ngày càng gay gắt. Hiện nay, tại Việt Nam có trên 200 công ty thuộc mọi thành phần kinh tế, trong đó có hơn 54 công ty liên doanh kinh doanh lĩnh vực này. Do đó, để có thể đứng vững và phát triển công ty cần có những đánh giá về đối thủ cạnh tranh trên các phương diện như: mục đích tương lai, chiến lược hiện tại, tiềm năng của đối thủ cạnh tranh là gì?... nắm bắt những điểm mạnh, điểm yếu của họ để từ đó có chiến lược kinh doanh đúng đắn.

TÓM TẮT CHƯƠNG 2

Trong hoạt động kinh doanh vận tải logistics tại Công ty TNHH TM & DV Giao nhận Vận tải Hải Bằng giai đoạn 2020-2022 thì dịch vụ vận tải biển chiếm tỷ trọng cao nhất khoảng 47%, tiếp đến là dịch vụ logistics chiếm tỷ trọng 28%, thứ ba là dịch vụ vận tải hàng không chiếm 15%, thứ tư là dịch vụ kho bãi, đóng gói và phân phối chiếm khoảng 6% còn lại là dịch vụ khai báo hải quan chiếm khoảng 4%.

Trong thời gian qua Công ty TNHH TM & DV Giao nhận Vận tải Hải Bằng đã đạt được những kết quả như không ngừng mở rộng phạm vi kinh doanh, nâng cao chất lượng cũng như quy mô và loại hình dịch vụ cho khách hàng; hợp tác với các hãng hàng không lớn. Bên cạnh đó một số hạn chế còn tồn đọng như đội ngũ nhân viên của công ty thiếu kinh nghiệm, kỹ năng nghiệp vụ, tính nhanh nhạy xử lý công việc chính xác chưa cao; Công ty chưa có biện pháp để thu hút khách hàng một cách hiệu quả; Thị trường giao nhận vẫn còn mang tính tập trung; Còn chịu ảnh hưởng của tính thời vụ.

CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH HOẠT ĐỘNG KINH DOANH VẬN TẢI LOGISTICS CỦA CÔNG TY TNHH TM & DV GIAO NHẬN VẬN TẢI HẢI BÀNG

3.1. Xu hướng kinh doanh vận tải logistics trên thế giới và Việt Nam hiện nay

Xu hướng hoạt động kinh doanh vận tải logistics trên thế giới và Việt Nam hiện nay là:

Vận chuyển bền vững: Đối với ngành vận tải đường bộ, đã có các tiêu chuẩn tiết kiệm nhiên liệu tối thiểu và tiêu chuẩn khí thải tối đa cho xe chạy bằng xăng, dầu diesel. Các quy định về môi trường ngày càng tăng và áp lực của người tiêu dùng trong việc giảm ô nhiễm, khí thải nhà kính đang được thúc đẩy. Các công ty logistics cũng sẽ phải báo cáo những rủi ro liên quan đến biến đổi khí hậu. Thông qua việc tối ưu hóa chi phí trong vận chuyển và giảm tác động đến môi trường, hiệu quả có thể được cải thiện.

Số hoá: Xu hướng này ảnh hưởng đến ngành vận tải và logistics theo hai cách. Đầu tiên, các công ty có cơ hội đáng kể để áp dụng dữ liệu khổng lồ (hay còn gọi là big data) và tự động hóa để nâng cao hiệu quả hoạt động, chất lượng và chi phí. Trong nhiều năm qua, các công ty T&L đã gia tăng sử dụng các giải pháp công nghệ thông tin để theo dõi và truy tìm lô hàng và các phân tích cao cấp (advanced analytics) cho các tuyến đường và tối ưu hóa mạng lưới (network optimization). Họ cũng đã triển khai hệ thống công nghệ thông tin để thay thế các quy trình giấy tờ như để định giá, đặt chỗ và thanh toán.

Ứng dụng công nghệ 4.0 trong ngành vận tải và logistics: Với sự phát triển bùng nổ của cuộc cách mạng 4.0, đã có nhiều ứng dụng khoa học công nghệ vào hoạt động logistics. Hiện nay, các nước phát triển đang từng bước thực hiện E-Logistics, green logistics, E-Documents... và ứng dụng công nghệ điện toán đám mây, công nghệ Blockchain, trí tuệ nhân tạo hay robot vào thực hiện một số dịch vụ, như dịch vụ đóng hàng vào container hay dỡ hàng khỏi container, xếp dỡ hàng hóa trong kho, bãi...

Mua bán sáp nhập (M&A) tiếp tục sôi động với vận tải và logistics: Các chuyên gia trong khảo sát của Vietnam Report đã đưa ra dự báo trong vòng 2-3 năm tới, làn sóng M&A vẫn tiếp tục sôi động trong lĩnh vực vận tải và logistics do áp lực cạnh tranh gay gắt trong bối cảnh hội nhập kinh tế toàn cầu, cùng với sự tiến bộ của khoa học công nghệ và tác động của cuộc cách mạng 4.0. Cùng với tiềm năng tăng trưởng cao của ngành vận tải và logistics Việt Nam và khả năng cạnh tranh kém của các doanh nghiệp trong nước, tạo cơ hội lớn cho nhiều doanh nghiệp nước ngoài tham gia vào thị trường logistics Việt Nam thông qua hình thức M&A để tận dụng mạng lưới sẵn có, cùng nguồn khách hàng và kinh nghiệm vận hành nội địa.

Đầu tư vào kho, trung tâm logistics và chuỗi cung ứng lạnh: Với sự gia tăng mạnh của số lượng các doanh nghiệp thương mại điện tử, cùng với nhu cầu thuê mặt bằng lưu giữ, phân loại hàng hóa, hoàn tất đơn hàng..., nhiều doanh nghiệp đã nắm bắt xu thế, xây dựng và đầu tư hệ thống kho, trung tâm logistics với chức năng cung ứng dịch vụ vận tải, hoàn tất đơn hàng, phân phối... một cách chuyên nghiệp theo hướng hiện đại với chất lượng cao. Giai đoạn cuối năm 2021 đến giữa năm 2022, một số trung tâm logistics hiện đại, áp dụng công nghệ tiên tiến và được tiêu chuẩn hóa đã đi vào hoạt động như Trung tâm logistics Vinatrans Đà Nẵng, Trung tâm logistics KM Cargo Services Hải Phòng, Trung tâm logistics Vĩnh Tân Bình Thuận.... Trong thời gian gần đây, chuỗi cung ứng lạnh có sự tăng trưởng cao do tăng số lượng kho lạnh, tăng trưởng trong ngành thực phẩm chế biến và ngành dược phẩm, công nghệ.

3.2. Định hướng hoạt động kinh doanh vận tải logistics tại công ty TNHH TM & DV Giao nhận Vận tải Hải Bằng.

Trong thời gian tới, Công ty TNHH TM & DV Giao nhận Vận tải Hải Bằng sẽ nỗ lực phấn đấu vượt qua những khó khăn thử thách và khắc phục những điểm yếu kém trong thời gian qua giúp công ty phát triển hơn nữa, hoàn thành tốt và vượt kế hoạch đề ra. Định hướng phát triển của công ty là:

Một là, gia tăng sức cạnh tranh trên thị trường

Tăng sức cạnh tranh bằng uy tín chất lượng dịch vụ, tận dụng lợi thế sức mạnh của các chi nhánh công ty, đồng thời áp dụng công nghệ thông tin để nâng cao hiệu quả kinh doanh.

Dịch vụ đại lý giao nhận vận tải trong và ngoài nước hướng đến dịch vụ logistics, hợp tác kinh doanh với các đối tác có thế mạnh và uy tín trên thị trường.

Tạo lập uy tín và quan hệ tốt với các hãng tàu, hãng hàng không để có thể lấy chỗ trong thời điểm nhiều hàng và có thể xin được giá cạnh tranh.

Hai là, mở rộng thị trường và tập trung phương thức sea - air

Giữ ổn định thị trường, đối tác, khách hàng châu Á, tập trung mở rộng thị trường Châu Mỹ và Châu Âu. Chú trọng mở rộng thị trường một số nước châu Phi.

Tăng cường tiếp cận thị trường, phối hợp với các đại lý tận dụng tối đa ưu thế hiện có để duy trì các nguồn hàng hiện có, nâng cao chất lượng dịch vụ để giữ khách hàng và có điều kiện tăng thêm khách hàng mới. Trên cơ sở thu thập thông tin từ khách hàng tại Việt Nam, phối hợp với các đại lý đẩy mạnh công tác khai thác khách hàng từ đầu nước ngoài.

Tiếp tục phát triển phương thức sea - air, củng cố và phát triển giao nhận hàng không, phấn đấu trở thành đại lý của nhiều hãng hàng không, một trong các hãng quan tâm là Việt Nam Airline. Đăng ký để trở thành hội viên của IATA.

Giữ vững giao nhận vật tư thiết bị các dự án. Áp dụng khai hải quan qua mạng. Tăng các dịch vụ đóng gói, xếp dỡ, dịch vụ giao nhận hàng rời, phát triển dịch vụ hàng chuyển phát nhanh dưới dạng hành lý không có người đi kèm. Tăng cường tìm kiếm kho bãi, đầu tư vào lĩnh vực kho bãi tạo hướng kinh doanh mới.

Ba là, tổ chức hội nghị sales - marketing, hội nghị giới thiệu thống nhất về sản phẩm hướng tới dịch vụ logistics, tham gia hội chợ triển lãm giới thiệu sản phẩm, quảng bá thương hiệu. Ban hành quy chế đánh giá thành tích xét thưởng sales - marketing.

Bốn là, công ty sẽ tổ chức những chương trình đào tạo ngắn hạn, những buổi thảo luận, những cuộc nói chuyện chủ đề, truyền đạt kinh nghiệm để nhanh chóng đào tạo nhân lực. Nâng cao khả năng trình độ nghiệp vụ và ý thức trách nhiệm của

mỗi nhân viên, thành thực kỹ năng giao dịch và thao tác nghiệp vụ, nâng cao hiệu quả độ chính xác trong các khâu giảm tối đa các chi phí hành chính và chi phí kinh doanh.

3.3. Giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh vận tải logistics tại Công ty TNHH TM & DV Giao nhận Vận tải Hải Bằng

3.3.1. Bồi dưỡng nâng cao trình độ nghiệp vụ chuyên cho đội ngũ cán bộ nhân viên công ty

Yếu tố con người là yếu tố quan trọng đối với bất kỳ một doanh nghiệp nào, họ là bộ mặt của doanh nghiệp. Đặc thù của hoạt động giao nhận vận tải là tính phức tạp rất cao cho nên một lỗi sai sót nhỏ về nghiệp vụ cũng có thể dẫn đến những tổn thất rất lớn không chỉ là thiệt hại về của mà còn cả uy tín của công ty. Do đó đào tạo và bồi dưỡng đội ngũ cán bộ, nâng cao trình độ nghiệp vụ cho họ là một giải pháp quan trọng và phải áp dụng liên tục trong suốt quá trình hoạt động. Công ty có thể sử dụng các biện pháp như:

- Thường xuyên cập nhật các kiến thức mới về lĩnh vực giao nhận vận tải và các lĩnh vực có liên quan cho cán bộ nhân viên như luật lệ buôn bán trong nước và quốc tế, tập quán quốc tế về các phương thức vận tải...
- Mở các lớp đào tạo và trao đổi nghiệp vụ cho nhân viên, chú trọng đào tạo tại chỗ. Đồng thời khuyến khích nhân viên đi học các khóa học về nghiệp vụ chuyên môn, nghiệp vụ ngoại thương, ngoại ngữ, pháp luật về giao nhận vận tải cũng như các luật lệ có liên quan.
- Cử cán bộ đi học nghiệp vụ qua các liên doanh, các hiệp hội mà công ty tham gia để học hỏi nghiệp vụ. Đây cũng là dịp để cán bộ nhân viên có cơ hội cọ xát với thực tế, tìm kiếm nguồn hàng, mở rộng mối quan hệ. Cùng với kinh nghiệm qua hoạt động thực tế chắc chắn trình độ của cán bộ nhân viên sẽ được nâng cao.
- Tuyển thêm nhân viên mới

3.3.2. Tổ chức tốt công tác Sales - Marketing

Với thực trạng về công tác sales - marketing như hiện nay thì một yêu cầu cấp thiết đặt ra cho công ty là cần tổ chức lại công tác sales - marketing. Những

biện pháp có thể thực hiện là: tổ chức các hội nghị sales - marketing để nhân viên có cơ hội đúc rút kinh nghiệm và hình thành phương pháp sales - marketing hiệu quả, tặng ngân sách cho hoạt động sales - marketing, gửi nhân viên công ty học kinh nghiệm sales - marketing của các nhân viên Xí nghiệp... Điều quan trọng trong công tác sales - marketing là phải hiểu được nhu cầu của khách hàng, họ mong muốn gì khi ký hợp đồng với công ty, họ hiểu đến đâu về công tác giao nhận vận tải, nghĩa vụ trách nhiệm của hai bên và các bên liên quan khi thực hiện hợp đồng... Những nhân viên nghiệp vụ trực tiếp là mối nối quan trọng đưa khách hàng đến với công ty, sự thành công của nghiệp vụ sales - marketing phụ thuộc rất lớn vào đội ngũ nhân viên này.

Hiện nay tại Công ty TNHH TM & DV Giao nhận Vận tải Hải Bằng nghiệp vụ sales - marketing là thế mạnh của phòng Nghiệp vụ kinh doanh và mỗi phòng kinh doanh đều có nhân viên sales - marketing của riêng mình. Song đối với Công ty TNHH TM & DV Giao nhận Vận tải Hải Bằng mỗi nhân viên Công ty TNHH TM & DV Giao nhận Vận tải Hải Bằng đều là nhân viên marketing. Chính thái độ hành vi trong giao tiếp ứng xử, các kỹ năng cá nhân trong quá trình tiếp xúc với khách hàng như kỹ năng giao tiếp qua điện thoại, kỹ năng xử lý trực diện các tình huống khó khăn trong quá trình thực hiện công việc... tính chuyên nghiệp của nhân viên, ấn tượng mà nhân viên Công ty TNHH TM & DV Giao nhận Vận tải Hải Bằng đem lại cho khách hàng chính là phương pháp marketing hiệu quả nhất.

Bên cạnh công tác sales - marketing công tác chăm sóc khách hàng cũng cần phải được đẩy mạnh và hoàn thiện. Chăm sóc khách hàng phải bắt rễ từ văn hoá và niềm tin của công ty, chứ không phải là các giải pháp mang tính tình thế để đối phó với những phàn nàn khiếu nại của khách hàng. Công ty phải tạo cho mình từ cấp cao nhất đến thấp nhất có một nếp văn hoá chăm sóc khách hàng, trong đó hình tượng khách hàng luôn được định hướng để mỗi cán bộ nhân viên tận tâm chăm sóc. Nếp văn hoá này thể hiện trong mọi lĩnh vực từ thông tin, giao dịch, trao đổi với khách hàng đến thái độ phục vụ, thời gian và sự giải quyết linh hoạt mọi tình huống xảy ra.

Nếp văn hoá chăm sóc khách hàng phải được cam kết từ cấp lãnh đạo cao nhất trong công ty và nhất quán trong mọi phòng ban, tránh tình trạng phòng ban này cam kết một đằng và phòng khác thực thi một nẻo. Văn hoá này sẽ là đặc trưng của công ty và sẽ làm cho thượng đế của công ty hài lòng.

3.3.3. Phát triển mở rộng thị trường

Mở rộng thị trường để khai thác những thị trường tiềm năng mới, đa dạng hóa thị trường, mở rộng phạm vi kinh doanh luôn là mục tiêu hoạt động của công ty, và có thể tránh những tác động xấu khi thị trường truyền thống có biến động tiêu cực.

Mở rộng thị trường có thể diễn ra theo hai hướng: mở rộng theo chiều rộng và mở rộng theo chiều sâu.

- Mở rộng thị trường theo chiều rộng là mở rộng thị trường theo phạm vi địa lý.

Hiện nay hoạt động của công ty đã vươn ra nhiều châu lục tuy nhiên vẫn còn một số thị trường mà công ty vẫn chưa khai thác được tiềm năng của nó như: châu Phi, Nam Mỹ. Đặc biệt châu Phi được đánh giá là thị trường xuất khẩu đầy tiềm năng của Việt Nam. Thị trường châu Phi có nhu cầu phù hợp với hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam, nhập khẩu từ Việt Nam rất khá về các mặt hàng như dệt may, lương thực và hàng tiêu dùng. Lượng gạo châu Phi nhập khẩu của Việt Nam lớn thứ hai chỉ sau thị trường châu Á. Các thị trường lớn ở đây là Senegal, Bờ Biển Ngà, Ghana, Tanzania, Angola, Nam Phi. Đây là thị trường tiềm năng mà Chi nhánh cần phải xem xét.

- Mở rộng thị trường theo chiều sâu là vẫn trong môi trường địa lý đó nhưng đa dạng hóa phạm vi dịch vụ của công ty để thu hút khách hàng, tăng doanh thu, thị phần và khai thác triệt để thị trường hiện có, giảm bớt rủi ro trong kinh doanh. Ví dụ: chú trọng hơn nữa vào dịch vụ gom hàng lẻ, gấn giao nhận hàng hóa quốc tế với giao nhận vận tải nội địa, chú trọng vào dịch vụ giao nhận từ “cửa tới cửa” (door to door)...

3.3.4. Hạn chế tối đa ảnh hưởng xấu của tính thời vụ, tạo thế chủ động trong kinh doanh.

Tính thời vụ là một đặc điểm không thể tránh khỏi của hoạt động giao nhận vận tải, đặc tính này ảnh hưởng bởi hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu của Việt Nam, do đó công ty chỉ có thể hạn chế ảnh hưởng tiêu cực của tính thời vụ bằng cách áp dụng các biện pháp như:

Giảm giá trong thời điểm ít hàng

Áp dụng biện pháp này phải thật thận trọng bởi có thể gây nên phản ứng tiêu cực từ các doanh nghiệp hoạt động trong ngành. Nếu các doanh nghiệp khác cũng hạ giá dịch vụ thì biện pháp này không còn hiệu quả như mong đợi, ngược lại có thể gây nên tình trạng cạnh tranh không lành mạnh không những các doanh nghiệp không được lợi mà còn lỗ, mất tinh thần đoàn kết hợp tác cùng có lợi giữa các thành viên trong hiệp hội.

Cung cấp cho khách hàng những dịch vụ miễn phí kèm theo hợp đồng

Biện pháp này mang tính khả thi cao hơn, ưu điểm của nó là không ảnh hưởng đến cơ cấu giá cả. Những dịch vụ kèm theo có thể là tư vấn cho khách hàng về những thị trường mới, tình hình cạnh tranh, tư vấn cho khách hàng những điều khoản thích hợp cần đưa vào hợp đồng ngoại thương... các dịch vụ kèm theo này đem lại mối lợi cho khách hàng nhưng đối với công ty phải dễ thực hiện và ít tốn kém.

TÓM TẮT CHƯƠNG 3

Xu hướng hoạt động kinh doanh vận tải logistics trên thế giới và Việt Nam hiện nay là: Vận chuyển bền vững; Số hoá; Ứng dụng công nghệ 4.0 trong ngành vận tải và logistics; Mua bán sáp nhập (M&A) tiếp tục sôi động với vận tải và logistics; Đầu tư vào kho, trung tâm logistics và chuỗi cung ứng lạnh.

Định hướng phát triển của công ty là: tăng sức cạnh tranh bằng uy tín chất lượng dịch vụ, tận dụng lợi thế sức mạnh của các chi nhánh công ty; Dịch vụ đại lý giao nhận vận tải trong và ngoài nước hướng đến dịch vụ logistics, hợp tác kinh doanh với các đối tác có thế mạnh và uy tín trên thị trường; giữ ổn định thị trường,

đối tác, khách hàng châu Á, tập trung mở rộng thị trường Châu Mỹ và Châu Âu; Tiếp tục phát triển các tuyến vận tải đa phương thức sea – air; Tổ chức hội nghị sales – marketing...

Một số giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh vận tải logistics tại công ty là bồi dưỡng nâng cao trình độ nghiệp vụ chuyên môn cũng như trình độ quản lý cho đội ngũ cán bộ nhân viên công ty; Tổ chức tốt công tác Sales – Marketing; Phát triển mở rộng thị trường; Hạn chế tối đa ảnh hưởng xấu của tính thời vụ, tạo thế chủ động trong kinh doanh.

KẾT LUẬN

Công ty TNHH TM & DV Giao nhận Vận tải Hải Bằng là công ty chuyên cung cấp dịch vụ vận tải biển, dịch vụ vận tải hàng không và thủ tục hải quan. Trong hoạt động kinh doanh vận tải của công ty thì dịch vụ vận tải biển chiếm tỷ trọng doanh thu cao nhất nhưng có xu hướng giảm dần, tiếp đến là dịch vụ vận tải hàng không có xu hướng tăng dần, chứng tỏ công ty đang chú trọng đến phát triển hoạt động kinh doanh dịch vụ vận tải này.

Trong thời gian qua Công ty TNHH TM & DV Giao nhận Vận tải Hải Bằng đã đạt được những kết quả như chất lượng và quy mô được mở rộng, tạo được những lợi thế cạnh tranh, đạt được những thành công trong vận chuyển hàng quá tải, quá khổ. Bên cạnh những kết quả đạt được thì hoạt động kinh doanh dịch vụ vận tải logistics của công ty còn một số hạn chế như đội ngũ nhân viên của công ty thiếu kinh nghiệm, kỹ năng nghiệp vụ, tính nhanh nhạy xử lý công việc chính xác chưa cao; Công ty chưa có biện pháp để thu hút khách hàng một cách hiệu quả; Thị trường giao nhận vẫn còn mang tính tập trung; Còn chịu ảnh hưởng của tính thời vụ.

Nguyên nhân là do cơ sở vật chất chưa đáp ứng đủ nhu cầu phát triển; Trình độ nghiệp vụ của nhân viên chưa thật chuyên nghiệp; Chưa tổ chức tốt công tác sales – marketing; Cơ sở hạ tầng kỹ thuật của Việt Nam còn lạc hậu, xuống cấp nghiêm trọng; Sự thiếu nhất quán trong hệ thống chính sách, pháp luật của Nhà nước; Gặp phải sự cạnh tranh gay gắt.

Để khắc phục những tồn tại trên thì một số giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh vận tải logistics tại công ty là: Thứ nhất, bồi dưỡng nâng cao trình độ nghiệp vụ chuyên môn cũng như trình độ quản lý cho đội ngũ cán bộ nhân viên công ty; Thứ hai, tổ chức tốt công tác sales – marketing; Thứ ba, phát triển mở rộng thị trường; Thứ tư, hạn chế tối đa ảnh hưởng xấu của tính thời vụ, tạo thế chủ động trong kinh doanh.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Công ty TNHH TM & DV Giao nhận Vận tải Hải Bằng (2020), *Báo cáo tài chính năm 2020*
2. Công ty TNHH TM & DV Giao nhận Vận tải Hải Bằng (2021), *Báo cáo tài chính năm 2021*
3. Công ty TNHH TM & DV Giao nhận Vận tải Hải Bằng (2022), *Báo cáo tài chính năm 2022*
4. Công ty TNHH TM & DV Giao nhận Vận tải Hải Bằng (2022), *Báo cáo thường niên năm 2022*
5. Chính phủ (2017), *Nghị định 163/2017/NĐ-CP quy định về kinh doanh dịch vụ logistics*
6. Đặng Đình Đào (2023), *Giáo trình quản trị Logistics*, NXB Đại Học Kinh Tế Quốc Dân, Hà Nội.
7. Ma Shou (1999), *giáo trình Logistics and Supply Chain Management*, World Maritime University
8. Nguyễn Quốc Tuấn (2015), *Quản lý nhà nước đối với dịch vụ logistics ở cảng Hải Phòng*. Luận án Tiến sĩ kinh tế, Viện Nghiên cứu Quản lý kinh tế trung ương.
9. Tào Thị Hải (2020), *Phát triển đô thị cảng Đà Nẵng với dịch vụ logistics trong thập niên 2020-2030*
10. Thanh Thư (2022), *5 xu hướng logistics trong năm 2023*, Báo VNExpress. Link:<https://vnexpress.net/5-xu-huong-logistics-trong-nam-2023-4548515.html>
11. Quốc hội (2005), *Luật Thương Mại số 36/2005/QH11*
12. UNCTAD. (2004). *Trade Logistics and Facilitation: An Exercise in International Cooperation*.