

Luận văn

Hoạt động giao nhận hàng

hóa quốc tế bằng đường

biển tại Công ty giao nhận

kho vận ngoại thương -

VIETRANS

MỤC LỤC

Trang

BẢNG DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT

DANH MỤC CÁC BẢNG BIỂU

DANH MỤC CÁC BIỂU ĐỒ, SƠ ĐỒ

LỜI MỞ ĐẦU	1
CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ CÔNG TY GIAO NHẬN KHO VẬN NGOẠI THƯƠNG.....	4
1.1. Lịch sử hình thành và phát triển của Công ty	4
1.2. Chức năng và nhiệm vụ của Công ty	6
1.2.1. Chức năng.....	6
1.2.2. Nhiệm vụ	7
1.3. Mô hình tổ chức quản lý của VIETRANS	8
1.4. Đặc điểm về đội ngũ cán bộ của Công ty.....	11
1.5. Vốn và nguồn lực tài chính của Công ty.....	12
1.6. Tình hình sản xuất kinh doanh của Công ty	14
1.6.1. Năng lực sản xuất của Công ty.....	16
1.6.2. Cơ cấu các mặt hàng và lĩnh vực kinh doanh của Công ty.....	18
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG CỦA HOẠT ĐỘNG GIAO NHẬN HÀNG HÓA QUỐC TẾ XUẤT NHẬP KHẨU BẰNG ĐƯỜNG BIỂN TẠI CÔNG TY GIAO NHẬN KHO VẬN NGOẠI THƯƠNG.....	21
2.1. Tình hình giao nhận hàng hóa quốc tế tại VIETRANS trong thời gian qua	21
2.1.1. Giao nhận hàng hóa xuất khẩu.....	21
2.1.2. Giao nhận hàng hóa nhập khẩu.....	24
2.1.3. Tình hình thị trường giao nhận hàng hóa quốc tế của Công ty.....	27

2.1.3.1. Cơ cấu chung cho tất cả hình thức giao nhận.....	27
2.1.3.2. Cơ cấu thị trường cho hoạt động giao nhận bằng đường biển.....	29
2.1.4. Tình hình ký kết và thực hiện hợp đồng của Công ty.....	31
2.2. Quy trình giao nhận hàng hóa quốc tế bằng đường biển	33
2.2.1. Phạm vi trách nhiệm giao nhận hàng hóa xuất và nhập khẩu bằng đường biển tại VIETRANS.....	33
2.2.1.1. Thay mặt người gửi hàng, người xuất khẩu.	33
2.2.1.2 Thay mặt người nhận hàng, người nhập khẩu.	34
2.2.2. Nội dung và trình tự công tác giao nhận hàng hóa xuất nhập khẩu bằng đường biển tại VIETRANS.....	34
2.2.2.1. Hàng xuất khẩu	34
a) Đối với hàng xuất khẩu phải lưu kho tại cảng	34
b) Đối với hàng đóng trong container.	36
2.2.2.2. Hàng nhập khẩu.....	36
a) Đối với hàng hóa phải lưu kho, lưu bãi tại cảng.....	36
b) Đối với hàng không lưu kho, bãi tại cảng.....	38
c) Đối với hàng nhập bằng container	38
2.3. Đánh giá chung về hoạt động giao nhận hàng hóa quốc tế bằng đường biển tại Công ty VIETRANS	40
2.3.1. Ưu điểm về hoạt động giao nhận hàng hóa quốc tế bằng đường biển tại Công ty	40
2.3.2. Những hạn chế và nguyên nhân về hoạt động giao nhận hàng hóa quốc tế bằng đường biển tại VIETRANS.....	41
2.3.2.1. Hạn chế.....	41
2.3.2.2. Nguyên nhân của hạn chế	42
CHƯƠNG 3: ĐỊNH HƯỚNG VÀ MỘT SỐ GIẢI PHÁP THỨC ĐẨY HOẠT ĐỘNG GIAO NHẬN HÀNG HÓA QUỐC TẾ VẬN CHUYỂN	

BẢNG ĐƯỜNG BIỂN TẠI CÔNG TY GIAO NHẬN KHO VẬN NGOẠI THƯƠNG.....	46
3.1. Cơ hội và thách thức đối với VIETRANS.....	46
3.1.1. <i>Những cơ hội của Công ty.....</i>	46
3.1.2. <i>Những thách thức đối với Công ty VIETRANS</i>	49
3.2. Định hướng cho việc phát triển hoạt động giao nhận hàng hóa quốc tế bằng đường biển	52
3.2.1. <i>Dự báo nhu cầu vận chuyển hàng hóa bằng đường biển</i>	53
3.2.2. <i>Mục tiêu kinh doanh của VIETRANS đến năm 2015</i>	55
3.2.2.1. <i>Mục tiêu tổng quát</i>	55
3.2.2.2. <i>Mục tiêu cụ thể</i>	56
3.3. Một số giải pháp đưa ra để hoàn thiện quy trình giao nhận hàng hóa quốc tế bằng đường biển tại VIETRANS.	56
3.3.1. <i>Giải pháp về nội lực của Công ty.....</i>	57
3.3.1.1. <i>Giải pháp về nguồn nhân lực</i>	57
3.3.1.2. <i>Giải pháp về cơ chế chính sách.....</i>	57
3.3.1.3. <i>Giải pháp về thu hút đầu tư phát triển.....</i>	58
3.3.1.4. <i>Giải pháp về giá cả và chi phí.....</i>	59
3.3.1.5. <i>Giải pháp về kênh phân phối:</i>	59
3.3.2. <i>Giải pháp cho việc phát triển thị trường.....</i>	59
3.3.2.1. <i>Điều tra, nghiên cứu thị trường thu nhập thông tin không chỉ về gói sản phẩm dịch vụ của Công ty đồng thời tìm hiểu đối thủ cạnh tranh</i>	59
3.3.2.2. <i>Về công tác chăm sóc khách hàng và quảng cáo, tiếp thị</i>	60
3.3.3. <i>Một số đề xuất với nhà nước và các cơ quan hữu quan</i>	62
3.3.3.1. <i>Hoàn thiện luật pháp và chính sách.....</i>	62
3.3.3.2. <i>Đầu tư, nâng cấp các cơ sở hạ tầng phục vụ công tác giao nhận vận tải.....</i>	63
3.3.3.3. <i>Hoàn thiện hệ thống chính sách thuế - tín dụng</i>	64

KẾT LUẬN.....65

TÀI LIỆU THAM KHẢO

BẢNG DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT

CIF	Cost,insurance, freight
CNH-HĐH	Công nghiệp hóa – Hiện đại hóa
FDI	Foreign direct investment – Vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài
FOB	Free on board
FIATA	International Federation of Freight Forwarders Associations – Hiệp hội giao nhận quốc tế
OPEC	Organization of Petroleum Exporting Countries – Tổ chức các quốc gia xuất khẩu dầu lửa
GDP	Gross domestic product- Tổng sản phẩm quốc nội
GNP	Gross national product – Tổng sản lượng quốc gia
GNQT	Giao nhận quốc tế
GSP	Generalized System of Preferences – Hệ thống ưu đãi phổ cập
MFN	Most favoured nation – Đãi ngộ tối huệ quốc
OPEC	Organization of Petroleum Exporting Countries – Tổ chức các quốc gia xuất khẩu dầu lửa
VIFFAS	Viet Nam freight forwarders association - Hiệp hội giao nhận kho vận Việt Nam
WTO	World trade organization – Tổ chức thương mại thế giới
XNDVXD	Xí nghiệp dịch vụ xây dựng

DANH MỤC CÁC BẢNG BIỂU

Bảng 1.1. Cơ cấu lao động của Công ty năm 2009.....	12
Bảng 1.2: Một số chỉ tiêu tài chính của VIETRANS từ 2006-2009	13
Bảng 1.3: Kết quả kinh doanh của các đơn vị trực thuộc văn phòng Hà Nội năm 2009	16
Bảng 1.4. Tình hình kinh doanh dịch vụ giao nhận của VIETRANS.....	17
Bảng 1.5. Tổng sản lượng hàng hoá giao nhận.....	17
Bảng 1.6: Cơ cấu sản lượng hàng hoá ở VIETRANS theo KV thị trường	19
Bảng 2.1: Bảng kết quả giao nhận hàng hóa quốc tế xuất khẩu theo các phương thức khác nhau	22
Bảng 2.2: Tình hình giao nhận hàng hóa nhập khẩu theo các phương thức khác nhau.	25
Bảng 2.3: Cơ cấu thị trường hoạt động giao nhận hàng hóa quốc tế của Công ty	28
Bảng 2.4: Cơ cấu thị trường hoạt động giao nhận hàng hóa quốc tế bằng đường biển của Công ty	30
Bảng 2.5: Số lượng hợp đồng Công ty đã ký kết trong thời kì 2005-2009.....	32
Bảng 3.1: Dự báo một số mặt hàng XK của Việt Nam đến năm 2015	54
Bảng 3.2: Dự báo một số mặt hàng NK của Việt Nam đến năm 2015	55

DANH MỤC CÁC BIỂU ĐỒ, SƠ ĐỒ

Sơ đồ 1.1. Cơ cấu bộ máy tại VIETRANS.....	11
Biểu đồ 2.1: Tình hình giao nhận hàng hóa quốc tế xuất khẩu của Công ty.....	24
Biểu đồ 2.2: Tình hình giao nhận hàng hóa nhập khẩu của Công ty	27
Sơ đồ 2.3: Sơ đồ công tác giao nhận	39

LỜI MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Ngày nay, khi quá trình hội nhập và quốc tế hóa ngày càng trở nên phổ biến đối với các quốc gia khác nhau trên thế giới, thì các hoạt động xuất nhập khẩu cũng được mở rộng phát triển hết mức và đi cùng với nó là sự du nhập của các hoạt động dịch vụ, nhằm phục vụ và đẩy mạnh cho việc phát triển hoạt động ngoại thương được nhanh chóng và dễ dàng.

Năm 2007, Việt Nam trở thành thành viên của Tổ chức Thương mại thế giới WTO, điều này đã khiến vị thế của Việt Nam trên trường quốc tế được nâng lên rất nhiều, mở rộng sự giao lưu hàng hóa cũng như các hoạt động thông thương với các nước khác. Gắn liền với sự phát triển về các mối quan hệ đó thì dịch vụ giao nhận vận tải hàng hóa quốc tế cũng đang trên đà phát triển cả bề rộng lẫn bề sâu. Ngoài ra, Việt Nam có ưu thế khi phần lớn đất nước được tiếp giáp với biển Đông, nên nhiều cảng lớn nhỏ đã được xây dựng trên khắp đất nước, ngành giao nhận vận tải đường biển nhờ đó mà có những bước tiến đáng kể. Số lượng và giá trị hàng hóa được giao nhận qua các cảng biển luôn chiếm đa số so với tổng giá trị giao nhận hàng hóa quốc tế Việt Nam.

Bên cạnh đó, vì các hoạt động dịch vụ giao nhận mới được phát triển và khẳng định được vị trí trên thị trường dịch vụ, nên không tránh khỏi một số những hạn chế, khó khăn trước mắt như trình độ quản lý còn yếu kém, hoạt động lộn xộn, không tuân theo nguyên tắc và đặc biệt là xuất hiện một số tiêu cực trong đội ngũ cán bộ nhân viên.

Nắm bắt được tình hình đó, Công ty giao nhận kho vận ngoại thương – VIETRANS đã trở thành doanh nghiệp nhà nước đi đầu trong lĩnh vực giao nhận ở Việt Nam với khá nhiều thành tựu. Hơn 40 năm hoạt động, VIETRANS đang từng bước hoàn thiện và củng cố hoạt động kinh doanh của mình. Tuy nhiên, để có thể vươn cao hơn nữa trong tình hình đầy sự cạnh tranh gay gắt như hiện nay, Công ty

cần có những giải pháp thực tế, linh hoạt và nhạy bén với thị trường hơn để thúc đẩy được hoạt động có hiệu quả hơn nữa.

Trong thời gian thực tập và tìm hiểu tại VIETRANS với kiến thức của một sinh viên khoa Thương Mại và Kinh Tế Quốc Tế của trường Đại học Kinh Tế Quốc Dân, cùng với mong muốn đóng góp một phần nhỏ vào sự phát triển của Công ty, tác giả đã chọn đề tài: “**Hoạt động giao nhận hàng hóa quốc tế bằng đường biển tại Công ty giao nhận kho vận ngoại thương - VIETRANS**”.

2. Mục đích nghiên cứu

Mục đích nghiên cứu của đề tài là hoạt động giao nhận hàng hóa quốc tế bằng đường biển tại Công ty giao nhận Kho vận Ngoại thương

Dựa trên cơ sở nghiên cứu thực tiễn về tình hình hoạt động giao nhận hàng hóa quốc tế bằng đường biển cũng như các biện pháp, quy trình mà Công ty Vietrans đã thực hiện nhằm khắc phục được một số yếu kém, để từ đó đánh giá, đưa ra những nhận định đúng đắn, phân tích và tổng hợp về khả năng thúc đẩy hoạt động giao nhận hàng hóa quốc tế bằng đường biển được phát triển hơn. Đồng thời từ đó đưa ra một số giải pháp khả thi hơn và đi sát với thực tiễn hơn.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của đề tài là hoạt động giao nhận hàng hóa quốc tế bằng đường biển tại Công ty giao nhận kho vận ngoại thương – Vietrans

Phạm vi nghiên cứu của đề tài

Về phạm vi không gian thì đề tài được giới hạn ở việc giao và nhận hàng hóa quốc tế bằng đường biển của Công ty

Về phạm vi thời gian thì đề tài nghiên cứu hoạt động giao nhận hàng hóa quốc tế bằng đường biển của Công ty từ năm 2005 cho đến nay.

4. Phương pháp nghiên cứu

Trong đề tài này, tác giả sử dụng phương pháp so sánh số liệu, rồi thống kê, tổng hợp và phân tích các số liệu đồng thời vận dụng một số quy trình, thủ tục đã được Nhà nước quy định để làm rõ nội dung nghiên cứu của chuyên đề.

5. Kết cấu của chuyên đề

Ngoài lời mở đầu, kết luận, danh mục tài liệu tham khảo, chuyên đề được kết cấu theo 3 chương như sau:

Chương 1: Tổng quan về Công ty giao nhận kho vận ngoại thương

Chương 2: Thực trạng của hoạt động giao nhận hàng hóa quốc tế xuất nhập khẩu bằng đường biển tại Công ty giao nhận kho vận ngoại thương

Chương 3: Định hướng và một số giải pháp thúc đẩy hoạt động giao nhận hàng hóa quốc tế bằng đường biển tại Công ty giao nhận kho vận ngoại thương

CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ CÔNG TY GIAO NHẬN KHO VẬN NGOẠI THƯƠNG

1.1. Lịch sử hình thành và phát triển của Công ty

Công ty Giao nhận Kho vận Ngoại thương - VIETRANS là một doanh nghiệp nhà nước thuộc Bộ Thương Mại, hoạt động theo chế độ hạch toán kinh tế tự chủ tài chính. Là tổ chức giao nhận đầu tiên được thành lập ở Việt Nam theo quyết định số 554/BNT ngày 13/ 08/ 1970 của Bộ Thương Mại, lúc đó Công ty đã lấy tên là Cục kho vận kiêm Tổng công ty giao nhận kho vận ngoại thương, cho tới hiện nay, tên chính thức của công ty là “Công ty Giao nhận Kho vận Ngoại thương” và tên giao dịch là “Vietnam National Foreign Trade Forwarding and Warehousing Corporation”, tên viết tắt là VIETRANS.

Trước năm 1986, vì chính sách Nhà nước nắm độc quyền ngoại thương nên VIETRANS là đơn vị duy nhất hoạt động trong lĩnh vực giao nhận kho vận ngoại thương, và phục vụ tất cả các công ty kinh doanh hàng hoá xuất nhập khẩu trong cả nước, nhưng hoạt động chủ yếu chỉ giới hạn ở các kho, cảng và cửa khẩu. Hoạt động giao nhận ngoại thương được tập trung vào một đầu mối để tiếp nối quá trình lưu thông hàng hoá xuất nhập khẩu trong và ngoài nước do Bộ Ngoại thương chỉ đạo. Cùng với sự phát triển của nền kinh tế khối lượng hàng hoá xuất nhập khẩu ngày càng tăng, nhờ vậy mà cơ sở vật chất kỹ thuật của VIETRANS ngày càng được nhà nước đầu tư tăng thêm nhằm đáp ứng nhu cầu phục vụ khách hàng. Tuy nhiên, có những lúc do khối lượng hàng hoá quá lớn, kho VIETRANS chỉ dành riêng để chứa bảo quản hàng xuất khẩu, trong khi đó hàng nhập khẩu được tổ chức giao thẳng tại cảng do không đủ diện tích kho để chứa hàng nhập khẩu và cảng đã phải chủ động thu xếp kho bãi tại cảng để bảo quản an toàn hàng hoá trong thời gian chờ chuyển chủ để giải phóng tàu nhanh.

Sau đại hội Đảng lần thứ VI, tình hình kinh tế nước ta đã có nhiều biến chuyển mới và việc buôn bán trao đổi hàng hoá giữa Việt Nam với các nước ngày càng phát triển. Những mối liên hệ quốc tế được mở rộng, VIETRANS thấy cần phải mở rộng phạm vi hoạt động và đã vươn lên trở thành một công ty giao nhận

quốc tế có quan hệ đại lý rộng khắp trên thế giới, song song là tiến hành cung cấp mọi dịch vụ giao nhận kho vận đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng trong và ngoài nước. VIETRANS đã tham gia nhiều tổ chức nhiều hội khác nhau và chính thức trở thành hội viên của FIATA từ năm 1989.

Thời kỳ từ 1989 đến nay, nền kinh tế nước ta đã chuyển sang nền kinh tế thị trường với nhiều thành phần kinh tế tham gia vào nhiều lĩnh vực của nền kinh tế kể cả trong lĩnh vực ngoại thương. Trong bối cảnh đó, VIETRANS đã mất thế độc quyền và phải bước vào cuộc cạnh tranh gay gắt với các tổ chức kinh tế khác hoạt động trong lĩnh vực giao nhận kho vận. Từ những biến đổi to lớn về cơ chế, môi trường kinh tế xã hội của thời kỳ chuyển đổi mô hình kinh tế đã đem lại cho VIETRANS những thuận lợi và cơ hội mới nhưng cũng đặt ra những khó khăn và thách thức lớn cho bước đường phát triển. Để thích ứng với môi trường hoạt động kinh doanh mới, VIETRANS đã tiến hành đổi mới toàn diện từ định hướng chiến lược, phương thức hoạt động đến quy mô, hình thức và các tổ chức hoạt động, điều hành. Công ty không chỉ chú trọng đặc biệt tới tăng cường cơ sở vật chất mà còn chú ý đào tạo ngoại ngữ cho đội ngũ cán bộ để không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ cũng như uy tín Công ty.

Hơn 40 năm qua, VIETRANS đã có nhiều thay đổi về mô hình tổ chức hoạt động cũng như tên gọi cho phù hợp với tình hình phát triển kinh tế xã hội của đất nước qua các thời kỳ. Cho tới nay, VIETRANS đã trở thành một Công ty giao nhận quốc tế, và là một trong những sáng lập viên của hiệp hội giao nhận Việt Nam (VIFFAS), là một đại lý hàng không đáp ứng đủ tiêu chuẩn của hiệp hội vận tải hàng không quốc tế IATA và còn là thành viên của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam.

Hiện nay, VIETRANS có 6 chi nhánh ở các tỉnh và thành phố. Đó là:

- VIETRANS Hải Phòng
- VIETRANS Nghệ An
- VIETRANS Đà Nẵng
- VIETRANS Nha Trang

- VIETRANS Quy Nhơn

- VIETRANS Sài Gòn

Hai liên doanh :

- TNT - VIETRANS express worldwide Ltd. Được thành lập năm 1995 với Express worldwide Ltd (Hà Lan) với số vốn 700.000 USD hoạt động trong lĩnh vực giao nhận và vận chuyển nhanh quốc tế.

- Lotus Joint Venture Company Ltd (Sài Gòn) được thành lập năm 1991 với hãng tàu biển đen - Blasco (Ucraina) và Công ty Stevedoring Service America - SSA (Mỹ) với tổng số vốn là 19,6 triệu USD để xây dựng và khai thác cầu cảng, vận chuyển hàng hoá thông qua tàu, container...

VIETRANS có văn phòng đại diện ở nước ngoài như: Vladivostock, Odessa... cùng hơn 50 đại lý trên toàn thế giới.

1.2. Chức năng và nhiệm vụ của Công ty

1.2.1. Chức năng

VIETRANS là một Công ty làm chức năng dịch vụ quốc tế về vận chuyển, giao nhận, xuất nhập khẩu hàng hoá, tư vấn, đại lý... cho các doanh nghiệp trong và ngoài nước hoạt động trên lĩnh vực này.

Theo điều lệ, Công ty có những chức năng sau:

- Nhận uỷ thác dịch vụ về kho vận, giao nhận, thuê và cho thuê kho bãi, lưu cước các phương tiện vận tải (tàu biển, ô tô, máy bay, sà lan, container...) bằng các hợp đồng trọn gói “door to door” và thực hiện các dịch vụ khác có liên quan đến hàng hóa nói trên như : gom hàng, chia lẻ hàng, làm thủ tục xuất nhập khẩu và làm thủ tục hải quan, mua bảo hiểm hàng hoá và giao nhận hàng hoá đó cho người chuyên chở để tiếp chuyển tới nơi quy định.

- Tổ chức phối hợp với các tổ chức khác ở trong và ngoài nước nhằm tổ chức chuyên chở, giao nhận hàng hóa xuất nhập khẩu, hàng ngoại giao, hàng quá cảnh, các mặt hàng hội chợ triển lãm, tài liệu, chứng từ có liên quan, hoặc các chứng từ chuyển phát nhanh...

- Nhận uỷ thác xuất nhập khẩu hoặc kinh doanh xuất nhập khẩu trực tiếp hàng hoá trên cơ sở giấy phép xuất nhập khẩu của Bộ Thương mại cấp cho Công ty.

- Thực hiện các dịch vụ tư vấn về các vấn đề giao nhận, vận tải hoặc kho hàng và các vấn đề khác có liên quan theo yêu cầu của các tổ chức cá nhân trong và ngoài nước.

- Thực hiện kinh doanh vận tải công cộng phù hợp với các quy định hiện hành của nhà nước.

- Tiến hành các dịch vụ giao nhận, vận chuyển hàng hóa xuất nhập khẩu, hàng hoá quá cảnh qua lãnh thổ Việt Nam và ngược lại bằng các phương tiện chuyên chở của mình hoặc thông qua các phương tiện chuyên chở của người khác.

- Liên doanh, liên kết với các tổ chức kinh tế trong và ngoài nước trong các lĩnh vực vận chuyển, giao nhận và thuê tàu...

- Kinh doanh du lịch, cho thuê văn phòng, nhà ở...

- Làm đại lý cho các hãng tàu nước ngoài và làm các công tác phục vụ cho tàu biển của nước ngoài vào cảng Việt Nam.

1.2.2. Nhiệm vụ

VIETRANS có những nhiệm vụ chủ yếu sau:

- Bảo đảm việc bảo toàn và bổ sung vốn trên cơ sở tự tạo nguồn vốn, bảo đảm tài chính, sử dụng hợp lý theo đúng chế độ, sử dụng có hiệu quả các nguồn vốn, làm tròn nghĩa vụ nộp ngân sách nhà nước.

- Xây dựng kế hoạch và tổ chức thực hiện các dịch vụ kinh doanh của Công ty theo quy chế hiện hành nhằm thực hiện mục đích và chức năng của Công ty.

- Thông qua các liên doanh, liên kết trong và ngoài nước để thực hiện công tác giao nhận, chuyên chở hàng hoá bằng các phương tiện tiên tiến, hợp lý, an toàn trên các luồng vận tải, cải tiến việc chuyên chở, chuyên tải, lưu kho, lưu bãi, giao nhận hàng hoá và bảo đảm việc bảo quản hàng hoá được an toàn trong phạm vi trách nhiệm của Công ty. Hoạt động mua sắm, xây dựng bổ sung và thường xuyên cải tiến, hoàn thiện, nâng cấp các phương tiện kỹ thuật, cơ sở vật chất của Công ty.

- Nghiên cứu tình hình thị trường dịch vụ kho vận, giao nhận, kiến nghị cải tiến biểu cước của các tổ chức vận tải có liên quan theo quy chế hiện hành để có các biện pháp thích hợp bảo đảm quyền lợi của các bên khi ký kết hợp đồng nhằm thu hút khách hàng, đảm bảo công việc được thực hiện một cách tốt nhất để củng cố và nâng cao uy tín của Công ty trên thị trường giao nhận trong và ngoài nước.

- Thực hiện nghiêm chỉnh chế độ quản lý tài chính, tài sản, các chế độ chính sách các Bộ và quyền lợi của người lao động theo cơ chế tự chủ, gắn việc trả công với hiệu quả lao động bằng các hình thức khoán, chăm lo đời sống, đào tạo và bồi dưỡng nhằm nâng cao trình độ quản lý nghiệp vụ chuyên môn, ngoại ngữ cho cán bộ công nhân viên của công ty để đáp ứng được yêu cầu, nhiệm vụ kinh doanh ngày càng cao.

1.3. Mô hình tổ chức quản lý của VIETRANS

Đứng đầu công ty là Tổng giám đốc công ty do Bộ trưởng Bộ Công Thương bổ nhiệm hoặc miễn nhiệm. Tổng giám đốc tổ chức điều hành mọi hoạt động của công ty, chịu trách nhiệm cá nhân trước pháp luật và cơ quan quản lý nhà nước về mọi hoạt động của Công ty.

Bộ máy tổ chức của Công ty tuân theo chế độ một thủ trưởng có quyền hạn và nhiệm vụ theo quy định tại quyết định số 217/HĐBT và quy định của Bộ về phân cấp quản lý toàn diện của công ty.

Giúp việc có hai phó tổng giám đốc, phó tổng giám đốc do Tổng giám đốc bổ nhiệm và được thủ trưởng cơ quan chủ quản là Bộ Công Thương bổ nhiệm hoặc miễn nhiệm. Mỗi phó tổng giám đốc được phân công phụ trách một hoặc một số lĩnh vực công tác của công ty và chịu trách nhiệm trước Tổng giám đốc về công việc được giao. Trong trường hợp Tổng giám đốc vắng mặt thì Phó tổng giám đốc thứ nhất là người thay mặt Tổng giám đốc điều hành mọi hoạt động của Công ty.

Cơ cấu tổ chức bộ máy của Công ty, nhiệm vụ, quyền hạn của các đơn vị bộ phận trực thuộc công ty cũng như mối quan hệ công tác giữa các đơn vị và các bộ phận nói trên do Tổng giám đốc quy định cụ thể cho phù hợp với tình hình thực tế

của từng năm, từng thời kỳ, bảo đảm cho sự tồn tại và hoạt động hiệu quả của Công ty.

Hiện nay Công ty có các khối Phòng ban sau:

- **Khối kinh doanh dịch vụ:** Gồm các phòng ban có chức năng kinh doanh nhằm tự trang trải và nuôi sống cán bộ văn phòng công ty; chính khối phòng ban này hàng năm đem lại cho công ty hàng tỷ đồng lợi nhuận, góp phần đầu tư nâng cấp trang thiết bị, cơ sở vật chất phục vụ cho hoạt động cho Công ty.

- **Khối quản lý:** Các phòng ban trong khối có nhiệm vụ giúp việc Tổng giám đốc trong công tác quản lý các hoạt động của Công ty, đặc biệt là hoạt động của phòng Hành chính quản trị. Phòng có chức năng quản trị trụ sở nơi làm việc của Công ty, quản lý và theo dõi tình trạng máy móc và trang thiết bị vật tư phục vụ cho hoạt động của Công ty. Ngoài ra, phòng còn có chức năng lập kế hoạch xây dựng cơ bản, cải tạo, mở rộng, sửa chữa xây dựng mới xí nghiệp, văn phòng công ty, ... tham gia quản lý các công trình xây dựng và giải quyết các thủ tục hành chính liên quan đến các hoạt động của Công ty.

Giữa các phòng ban trong Công ty có mối liên hệ mật thiết, hỗ trợ lẫn nhau như: Phòng tổng hợp có nhiệm vụ hỗ trợ các phòng kinh doanh về khía cạnh pháp lý của các hợp đồng kinh doanh, cùng các phòng ban có liên quan tham gia giải quyết các tranh chấp có yếu tố pháp luật phức tạp nếu có và khai thác các mối quan hệ trong nước, quốc tế để tạo cơ hội cho các phòng ban kinh doanh khác ký kết các hợp đồng kinh doanh.

Phòng vận tải quốc tế là bộ phận trực tiếp thực hiện nghiệp vụ giao nhận vận tải hàng hoá và làm các nghiệp vụ khác liên quan đến xuất nhập khẩu. Để hoàn thành nhiệm vụ của mình, các phòng nhận được sự hỗ trợ và hợp tác của phòng hành chính, đội xe, kho và của các phòng ban khác trong Công ty.

Phòng xúc tiến thương mại là phòng phải tiến hành đi Marketing những dự án của nước ngoài đầu tư vào Việt Nam, sau đó về chuyên cho các phòng nghiệp vụ tiếp tục thực hiện và hoàn thiện nốt quá trình giao nhận của các lô hàng đã Marketing được.

Phòng Xuất nhập khẩu tổng hợp là phòng khai thác các dịch vụ xuất nhập khẩu trực tiếp và nhận uỷ thác từ các chủ hàng, làm thủ tục giấy tờ để hàng hoá có thể lưu thông qua biên giới và cửa khẩu.

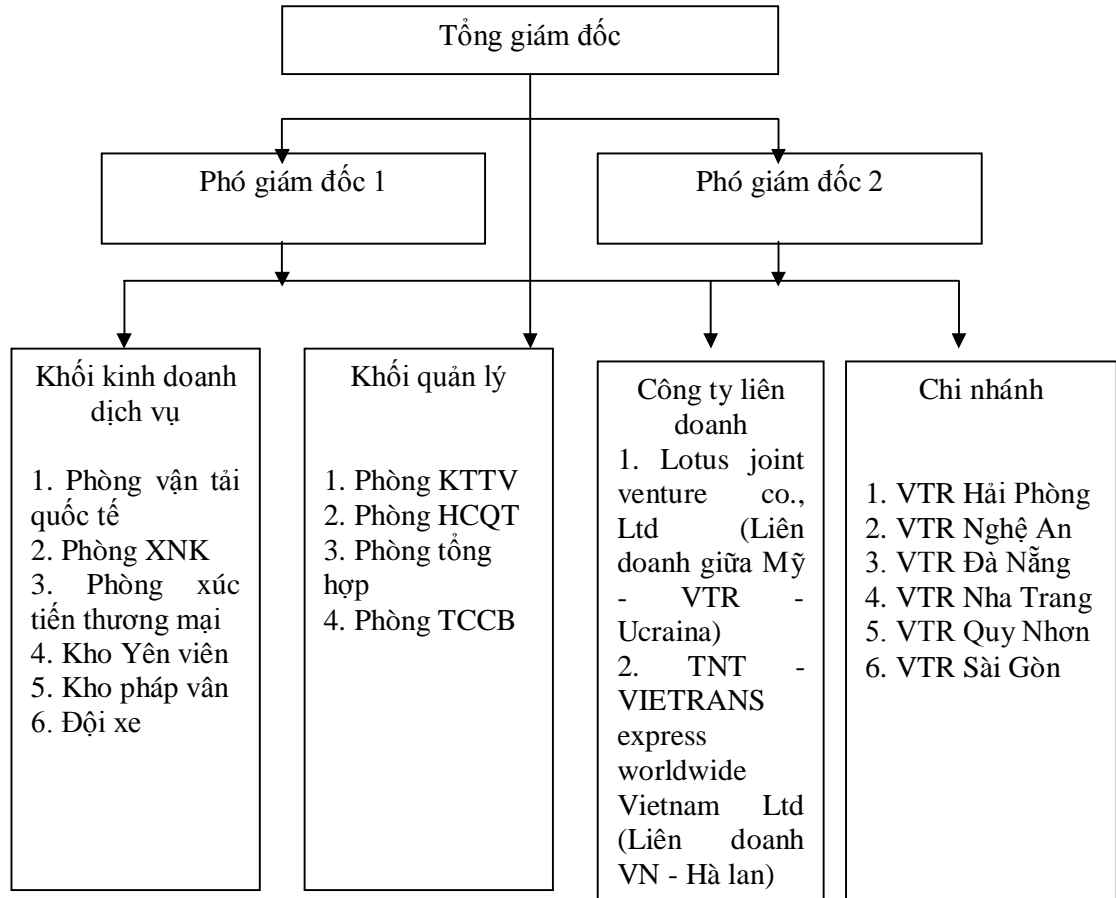
Kho bãi là nơi nhận lưu trữ, bảo quản hàng hoá để thu lệ phí kho bãi, ngoài ra còn nhận thêm một số nghiệp vụ là đóng hàng, tái chế hàng hoá.

Đội xe là nơi chuyên cung cấp các loại hình vận tải bằng ô tô cho các phòng nghiệp vụ khi cần thiết phải vận chuyển hàng hóa cũng như lấy hàng từ các địa điểm do các chủ hàng chỉ định.

Phòng Tổ chức cán bộ là phòng chuyên quản lý về lý lịch của cán bộ công nhân viên trong Công ty, thực hiện các công tác như tuyển thêm nhân viên mới cho công ty khi có phòng ban nào cần thiết, hoàn thành các công việc có liên quan đến công việc của Bộ Công Thương và thực hiện các chế độ khen thưởng do lãnh đạo công ty chỉ thị và ban hành.

Mô hình tổ chức bộ máy quản lý của VIETRANS được mô tả ở hình sau:

Sơ đồ 1.1. Cơ cấu bộ máy tại VIETRANS



Nguồn: Phòng tổ chức- Công ty VIETRANS

1.4. Đặc điểm về đội ngũ cán bộ của Công ty

Là một trong những công ty giao nhận hàng đầu ở Việt Nam, là thể nói Công ty VIETRANS là nơi tập trung nhiều cán bộ có trình độ chuyên môn cao. Đội ngũ cán bộ đều được đào tạo tại các trường Đại học Ngoại thương, Đại học Kinh tế Quốc dân, Đại học Giao thông Vận tải... một số cán bộ đã qua các khoá đào tạo nghiệp vụ trong và ngoài nước.

Đặc biệt nổi bật về đội ngũ cán bộ công nhân viên của Công ty tại Hà Nội là những cán bộ tuổi đời bình quân còn khá trẻ (dưới 30 tuổi chiếm 41,3%, từ 30 đến 40 tuổi chiếm 32,1 %), số cán bộ có trình độ đại học và trên đại học chiếm tỷ lệ cao

là 51,3% và đây trở thành một ưu thế mà không phải công ty nào cũng có, tuy nhiên, tỷ lệ cán bộ làm công tác quản lý cũng chiếm tỷ lệ khá lớn so với các doanh nghiệp khác, năm 2009 là 30,2%. Đó là do đặc điểm của VIETRANS Hà Nội phải đảm nhận một số công tác quản lý đối với các chi nhánh các công ty liên doanh nên tỷ lệ cán bộ làm công tác quản lý cao. Để giảm tỷ lệ này xuống công ty đã phải có những nỗ lực rất lớn trong việc đổi mới chính sách quản lý, sắp xếp lại các phòng ban nhằm đạt được hiệu quả công việc tối đa với số lượng công nhân viên tối thiểu.

Bảng 1.1. Cơ cấu lao động của Công ty năm 2009

	Tổng số	Theo giới tính		Theo vị trí công tác		Theo trình độ			Theo độ tuổi		
		Nam	Nữ	Q.lý	KD	Dưới ĐH	Đại học	Trên ĐH	<30	30-40	>40
Số LĐ (người)	230	130	100	64	166	74	106	54	95	74	61
Tỷ lệ (%)	100	56	44	27,8	72,1	32,1	46	23,4	41,3	32,1	26,5

Nguồn: Phòng Tổ chức cán bộ

1.5. Vốn và nguồn lực tài chính của Công ty

Vài nét về tình hình tài chính của VIETRANS từ năm 2006-2009 được thể hiện qua một số chỉ tiêu tài chính như sau:

Bảng 1.2: Một số chỉ tiêu tài chính của VIETRANS từ 2006-2009

Đơn vị: Triệu đồng

Chủ tiêu	Đơn vị	2006	2007	2008	2009
1. Vật chất		163.000	248.000	256.000	265.000
+ Vốn ngân sách cấp	Triệu đồng	148.000	225.680	217.600	201.400
+ Vốn tự bổ sung	Triệu đồng	15.000	22.320	38.400	63.600
+ Tổng vốn ngân sách/Tổng vốn cố định	%	90,7	90,1	85	76
2. Vốn lưu động		40.400	45.600	48.700	60.500
+ Vốn ngân sách cấp	Triệu đồng	34.340	36.480	43.830	48.400
+ Vốn tự bổ sung	Triệu đồng	6.060	9.120	4.870	12.100
+ Vốn vay ngân hàng	Triệu đồng	0	0	0	0
+ Tổng vốn ngân sách/Tổng vốn lưu động.	%	85	80	90	80
3. Doanh thu	Triệu đồng	54.578	76.020	99.408	194.192
+ % so với năm trước	%		139,2%	130,76	104,8
4. Nộp NSNN.	Triệu đồng	3.155	3.149	4.300	4.000
+ % so với năm trước	%		99%	136	93
5. Lợi tức thực hiện	Triệu đồng	374	1.423	3.865	4.300
+ % so với năm trước	%		3,8	2,71	1,11

Nguồn: Công ty giao nhận kho vận ngoại thương - Phòng Kế toán

Qua số liệu trong bảng trên chúng ta có nhận xét chung là tình hình tài chính của Công ty là tương đối khả quan, các chỉ số trên cho thấy hoạt động của Công ty đang trên đà phát triển mạnh.

- Vốn kinh doanh: (vốn cố định và lưu động) năm sau cao hơn năm trước.

- Vốn kinh doanh chủ yếu do ngân sách Nhà nước cấp, vốn tự bổ sung có xu hướng tăng cao chứng tỏ Công ty có tích lũy để đầu tư phát triển.

- Công ty luôn chủ động về tài chính không vay vốn ngân hàng. Doanh thu vận tải và các khoản nộp ngân sách Nhà nước tăng liên tục qua các năm chứng tỏ tình hình kinh doanh của Công ty là rất khả quan.

Với khả năng tài chính tương đối mạnh Công ty có thể thực hiện được các chương trình đầu tư phát triển, đầu tư xây dựng cơ bản tiêu biểu là năm 2009 công ty đã đầu tư xây dựng cơ bản trên 4 tỷ đồng. Tuy nhiên, vì nguồn vốn ngân sách cấp chiếm tỷ trọng lớn trong tổng vốn kinh doanh nên Công ty cũng chịu sự phụ thuộc nhiều vào nguồn vốn này mà ảnh hưởng đến sự năng động, tự chủ trong sản xuất kinh doanh.

Tuy nhiên, là một công ty có sự tiếp cận nhanh nhạy với sự phát triển của thị trường, Công ty đã không ngừng đổi mới bản thân cũng như các dịch vụ của mình để đảm bảo được vị thế của mình trên thị trường và khẳng định mình trên thị trường Việt Nam, cũng như trên thị trường quốc tế.

1.6. Tình hình sản xuất kinh doanh của Công ty

Cạnh tranh là một thuộc tính của cơ chế thị trường, bên cạnh đó là sự hội nhập, mở rộng các cơ hội quan hệ với nước ngoài của Việt Nam, chính vì vậy, năm 2010 là năm sẽ có nhiều thách thức, khó khăn gay gắt hơn các năm trước đó. Giá cả các mặt hàng thiết yếu tăng vọt, trong đó giá xăng dầu tăng cao đã trực tiếp ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh của công ty. Bên cạnh đó, cũng phải kể đến các điều kiện khách quan như: thiên tai, lũ lụt gây thiệt hại nghiêm trọng, đặc biệt là cơn bão số 6 đó gây thiệt hại cho VIETRANS Đà Nẵng trên 10 tỉ đồng, ảnh hưởng trực tiếp đến kết quả sản xuất kinh doanh chung: đồng thời giá thuê mặt bằng tăng đột biến đó làm giảm lợi nhuận kinh doanh của Công ty.

Tuy nhiên, với sự năng động, sáng tạo, dám nghĩ, dám làm, dám chịu trách nhiệm của Ban Giám đốc Công ty cùng với sự nỗ lực to lớn của cán bộ công nhân viên đã vượt qua mọi thử thách, biến nguy cơ thành cơ hội, tận dụng mọi lợi thế cho nên kết quả kinh doanh năm 2007 đó có những bước tiến vượt bậc, hoàn thành vượt

mức kế hoạch. Các chỉ tiêu kinh tế như doanh thu, lợi nhuận đều tăng cao so với năm trước, vốn kinh doanh được bảo đảm đời sống công nhân viên được cải thiện rõ rệt.

Tới năm 2009, mặc dù Công ty ổn định phát triển, nhưng bị ảnh hưởng rất nhiều từ cuộc khủng hoảng tài chính thế giới nên sự ổn định đó không duy trì được trong thời gian dài, tuy nhiên Công ty vẫn cố gắng để tất cả cán bộ công nhân viên đều có việc làm, thu nhập ổn định. Lợi nhuận và doanh thu của năm 2009 cũng không sụt giảm quá mạnh nhưng cũng bị tác động phần nào bởi các yếu tố kinh tế vi mô và vĩ mô cùng với một môi trường cạnh tranh gay gắt của thời kì hội nhập hiện nay.

Bảng 1.3: Kết quả kinh doanh của các đơn vị trực thuộc văn phòng Hà Nội năm 2009

Đơn vị: Tỷ đồng

CÁC ĐƠN VỊ	DOANH THU				SS CK	LỢI NHUẬN				SSCK		
	2009		2008			2009		2008				
	KH	TH	SS%		%	KH	TH	SS%		%		
KVNT	450000	28398	166	16272	175	97.5	2.3	429	643.5	368		
NK TH		24532		8848	277		45	451	1002	96	468	
XTM		1434						16.5	105	636		
Kho Yên Viên		1843		1753	105		181.5	510	281	667.5	76	
Đội xe		1405		1320	06		150	330	220	348	95	
XNDVXD		12042		15202	9		210	180	86	480	38	
Nghiệp vụ khác		4897		549	92			2.7		493.5	567	
Cộng		74554		43944	70			6.7		2.728	247	
Đầu tư tài chính		13500						600		7500		
TỔNG CỘNG		88054						12.742		14.9295	122	

Nguồn: Phòng Kế hoạch

1.6.1. Năng lực sản xuất của Công ty

Dịch vụ giao nhận hàng hoá bằng đường biển là một trong những lĩnh vực hoạt động chính của VIETRANS và doanh thu từ hoạt động này chiếm một tỷ trọng khá cao trong tổng doanh thu của Công ty, hoạt động này tăng mạnh từ năm 2005 đến năm 2006 và giữ vững được khả năng đó cho tới năm 2008, tuy nhiên, sự ảnh hưởng của môi trường thế giới khiến năm 2009 có sụt giảm so với các năm trước,

do không có khách hàng lớn thường xuyên, không được làm đại lý cho các hãng giao nhận có nguồn hàng ổn định hoặc các hãng container, nguồn hàng chủ yếu là tự khai thác theo khu vực trên từng chuyến, từng vụ cụ thể.

Bảng 1.4. Tình hình kinh doanh dịch vụ giao nhận của VIETRANS

Đơn vị: Triệu VND

Năm	2005	2006	2007	2008	2009
Chỉ tiêu					
Doanh thu (DT)	35.700	38.874	40.165	42.199	34.012
Lợi nhuận (LN)	2.142	3.748	4.155	4.854	3.759
LN/DT (%)	6,12	8,66	9,92	10,34	8,02
% so với tổng DT	45	67	70	71	62

Nguồn: Báo cáo tổng kết từ năm 2005 - 2009 của Phòng KTTV

Qua số liệu ở bảng trên ta có thể thấy được tình hình hoạt động của Công ty trong lĩnh vực giao nhận hàng hóa quốc tế. Năm 2009 doanh thu trong lĩnh vực vận tải biển có giảm hơn so với các năm trước và tỷ lệ lợi nhuận/doanh thu cũng giảm so với năm 2008. Như vậy, hoạt động giao nhận từ năm 2005 tăng đột biến vào năm 2006, doanh thu tăng từ năm 2005 đến năm 2006 là 3174 triệu VND và lợi nhuận cùng kì tăng 1606 triệu VND và tiếp tục tăng dần vào các năm sau nhưng đã chững lại vào mấy năm gần đây.

Tuy nhiên, ta sẽ thấy tổng sản lượng hàng hóa giao nhận của Công ty khá thất thường, đôi lúc biến động mạnh.

Bảng 1.5. Tổng sản lượng hàng hoá giao nhận

Đơn vị: Tấn

Năm/Chỉ tiêu	2005	2006	2007	2008	2009
SL giao nhận	36.000	66.000	76.236	78.324	60.628
GN hàng xuất	18.000	49.205	54.930	65.117	56.775
GN hàng nhập	18.000	16.795	21.306	33.207	24.853

Nguồn: Báo cáo kết quả kinh doanh từ năm 2005 - 2009

Từ cuối năm 2005, sản lượng hàng hoá giao nhận đặc biệt tăng mạnh, năm 2006 tăng gấp 1,8 lần so với năm trước về sản lượng giao nhận, và tiếp tục tăng vào năm sau, năm 2007, 2008, 2009 lần lượt tăng gấp 2,11; 2,12; 1,7 lần so với năm 2005. Sở dĩ vậy là do:

Khi thương mại quốc tế của nước ta ngày càng phát triển, khối lượng hàng hoá xuất nhập khẩu ngày càng tăng lên nên sản lượng hàng hóa giao nhận của Công ty cũng tăng lên. Tuy nhiên, do sự cạnh tranh trên thị trường giao nhận trở nên gay gắt, khủng hoảng kinh tế ở giai đoạn cao trào và tác động mạnh mẽ vào nền kinh tế của các nước đang phát triển, bên cạnh đó Công ty chưa có biện pháp giữ và thu hút khách hàng thích hợp nên khối lượng hàng hoá giao nhận của Công ty năm 2009 giảm so với năm 2008.

Bên cạnh đó, vận chuyển hàng hoá bằng đường hàng không tuy khối lượng ít nhưng giá trị lớn nên doanh thu giao nhận đối với hàng hoá này rất cao. Tóm lại, trong vòng 5 năm qua (2005-2009), sản lượng và doanh thu dịch vụ xuất nhập khẩu tăng mạnh vào thời kì đầu và đã giảm một chút vào thời kì khó khăn năm 2009.

1.6.2. Cơ cấu các mặt hàng và lĩnh vực kinh doanh của Công ty

VIETRANS là một Công ty hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh giao nhận với nhiều loại hình dịch vụ khác nhau như: giao nhận thu gom, chia lẻ hàng hoá, xuất nhập khẩu trực tiếp hoặc uỷ thác.... Trong thời kỳ mở cửa, hoạt động của Công ty càng rộng: cụ thể là khối ASEAN, khu vực Đông Bắc á, khu vực EU, Châu Mỹ... Bảng sau sẽ cho chúng ta thấy rõ cơ cấu sản lượng hàng hoá ở VIETRANS được thực hiện theo khu vực thị trường

Bảng 1.6: Cơ cấu sản lượng hàng hoá ở VIETRANS theo KV thị trường

Đơn vị: Tấn

Năm Nước		2006		2007		2008		2009	
		SL	%	SL	%	SL	%	SL	%
GN hàng hoá xuất khẩu	ASEAN	6.462	19,7	4.560	27,4	4.594	27,4	5.012	28,1
	Đông Bắc Á	8.562	26,1	2.400	14,4	3.001	17,9	4.135	23,2
	EU	10.759	32,8	6.560	39,5	6.047	36,1	6.013	33,7
	TT khác	7.020	21,4	3.100	18,7	3.103	18,5	2.690	15,1
	Tổng	32.803	100	16.620	100	16.745	100	17.850	100
GN hàng hoá nhập khẩu	ASEAN	2.116	18,9	4.120	29,0	4.370	28,2	4.570	28,7
	Đông Bắc Á	5.734	28,0	4.650	32,7	4.695	30,3	4.712	29,6
	EU	2.822	25,2	3.420	24,1	3.763	24,3	4.019	25,3
	TT khác	885	7,9	2.014	14,2	2.643	17,1	2.601	16,4
	Tổng	11.197	100	14.204	100	15.471	100	15.902	100
Tbộ		44.000		30.824		32.216		33.752	

Nguồn: Do tác giả tự tổng hợp và phân tích từ bảng báo cáo của Công ty năm 2006-2009

Với thị trường trong nước, VIETRANS đã có chi nhánh ở hầu hết các tỉnh, thành phố chính trong cả nước. Trong các chi nhánh đó (không kể văn phòng tổng công ty ở Hà Nội), có chi nhánh của công ty ở thành phố Hồ Chí Minh là làm ăn có hiệu quả nhất, bởi vì chi nhánh này được đặt ở vị trí thuận lợi về thương mại, sau đó là hai chi nhánh ở Hải Phòng và Đà Nẵng.

Trên thị trường quốc tế phạm vi kinh doanh của công ty được mở rộng ra nhiều khu vực khác nhau: Mông Cổ, Ấn Độ, Đức, Bỉ, Hà Lan, Anh... Tuy nhiên khu vực Đông bắc Á lại là khu vực chiếm tỷ trọng lớn trong tổng sản lượng hàng hoá quốc tế giao nhận của Công ty, đặc biệt là hàng nhập khẩu.

Đối với thị trường châu Âu thì hàng xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường này trong những năm gần đây rất lớn do EU đã giành cho Việt Nam nhiều ưu đãi:

hộ cho ta hưởng MFN, GSP... cho một số mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam.

Ngoài ra, Việt Nam còn là thành viên của ASEAN nên sản lượng hàng hoá giao nhận của Công ty với thị trường EU chiếm một tỷ trọng đáng kể và tăng dần trong những năm qua. Tại đây, Công ty đã từng bước thiết lập các quan hệ bạn hàng với nhiều tuyến, luồng hàng được xây dựng một cách hoàn chỉnh và có nhiều kinh nghiệm. Còn về khối ASEAN, kim ngạch thị trường của Việt Nam sang thị trường này tăng nhanh. Đây là khu vực buôn bán hấp dẫn đối với Việt Nam.

Do vậy, VIETRANS đã nhanh chóng nắm bắt được tình hình này tích cực tham gia vào việc giao nhận vận chuyển hàng hoá giữa Việt Nam và khu vực. Nhưng cũng chính vì lý do đó mà các Công ty xuất nhập khẩu, các doanh nghiệp khác trong lĩnh vực giao nhận đều tích cực hoạt động trong lĩnh vực này và tạo nên sự cạnh tranh gay gắt do đó công ty cần có những chính sách thích hợp để phát triển. Tuy nhiên, theo phân tích của VIETRANS thì Trung Quốc sẽ là thị trường tiềm năng của công ty trong khối các nước châu Á.

Trong mấy năm gần đây, quan hệ thương mại giữa Việt Nam và Trung Quốc đã không ngừng được củng cố và phát triển, kim ngạch trao đổi buôn bán hai chiều tăng nhanh chóng. Khoảng cách địa lý giữa hai nước rất gần nên thuận tiện cho việc vận chuyển hàng hoá giữa hai nước bằng các tuyến đường, giảm rủi ro trong quá trình vận chuyển, tăng nhanh vòng quay của vốn..

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG CỦA HOẠT ĐỘNG GIAO NHẬN HÀNG HÓA QUỐC TẾ XUẤT NHẬP KHẨU BẰNG ĐƯỜNG BIỂN TẠI CÔNG TY GIAO NHẬN KHO VẬN NGOẠI THƯƠNG

Theo Luật Thương Mại Việt Nam thì giao nhận hàng hóa quốc tế là hành vi thương mại, trong đó người làm dịch vụ giao nhận hàng hóa nhận hàng từ người gửi, tổ chức vận chuyển, lưu kho và lưu bãi làm các thủ tục giấy tờ và các dịch vụ khác có liên quan đến giao hàng cho người nhận theo sự ủy thác của chủ hàng, của người vận tải hoặc của người giao nhận khác.

Theo như quy tắc mẫu của FIATA thì giao nhận là bất kì loại hình dịch vụ nào liên quan đến vận chuyển, gom hàng, lưu kho bốc xếp, đóng gói hay phân phối hàng hóa cũng như các dịch vụ có liên quan đến các dịch vụ trên, kể cả các vấn đề hải quan, tài chính, mua bảo hiểm, thanh toán hay thu thập chứng từ liên quan đến hàng hóa.

Đặc điểm nổi bật của buôn bán quốc tế là người mua và người bán ở những quốc gia khác nhau, sau khi kí hợp đồng mua bán, người bán thực hiện việc giao hàng tức người bán vận chuyển sang người mua. Và để hàng hóa được vận chuyển đến tay người mua cần phải thực hiện hàng loạt các công việc liên quan đến quá trình chuyên chở như: đưa hàng ra cảng, làm thủ tục hải quan, xếp hàng lên tàu, chuyển hàng hóa ở dọc đường, dỡ hàng ra khỏi tàu và giao cho người nhận... Những công việc đó được gọi là giao nhận hàng hóa quốc tế, như vậy, giao nhận (Forwarding) là tập hợp các nghiệp vụ liên quan đến quá trình vận tải nhằm thực hiện việc di chuyển hàng hóa từ nơi này gửi đến nơi nhận hàng còn giao nhận thực chất là tổ chức quá trình chuyên chở và giải quyết các thủ tục liên quan đến quá trình chuyên chở đó.

2.1. Tình hình giao nhận hàng hóa quốc tế tại VIETRANS trong thời gian qua

2.1.1. Giao nhận hàng hóa xuất khẩu

Công ty giao nhận hàng hóa quốc tế tập trung vào ba hình thức khác nhau: giao nhận qua đường biển, bằng đường bộ và đường hàng không. Với ba hình thức trên, hiện nay đều được phát triển với tốc độ chóng mặt vì nhu cầu xuất nhập khẩu

hàng hóa của nước ta tính đến thời điểm này ngày càng tăng, do tác động của hội nhập quốc tế và giao lưu thương mại giữa các nước trên thế giới với Việt Nam. Tuy nhiên, hình thức giao nhận qua đường biển vẫn được công ty áp dụng trên đa số những hợp đồng đã được thực hiện và giao dịch.

Bảng 2.1: Bảng kết quả giao nhận hàng hóa quốc tế xuất khẩu theo các phương thức khác nhau

Đơn vị: Triệu đồng

Các hình thức giao nhận	2006		2007		2008		2009	
	Giá trị	Tỷ lệ (%)	Giá trị	Tỷ lệ (%)	Giá trị	Tỷ lệ (%)	Giá trị	Tỷ lệ (%)
Giao nhận bằng đường biển	45.210	55,51	55.100	61,38	57.411	59,37	54.245	58,43
Giao nhận bằng đường bộ	22.014	27,03	24.280	27,04	15.241	15,76	14.411	15,52
Giao nhận bằng đường hàng không	14.217	17,45	10.380	11,56	24.046	28,86	24.176	26,04
Tổng	81.441	100	89.760	100	96.698	100	92.832	100

Nguồn: Phòng Tổng Hợp- Công ty VIETRANS

Số liệu ở bảng 2.1 đã cho thấy rằng hàng hóa quốc tế xuất khẩu được vận chuyển bằng đường biển có giá trị lớn nhất qua cả bốn năm từ năm 2006-2009, tăng mạnh từ 45.210 triệu đồng năm 2006 tới 55.100 triệu đồng năm 2007, tăng hơn 9.590 triệu đồng chỉ trong vòng một năm. Tuy nhiên từ năm 2007 tới năm 2008, sự chênh lệch này có xu hướng giảm dần và chỉ còn lại 2.311 triệu đồng, nhưng vẫn thể hiện sự tăng trưởng về giá trị vào năm 2008. Do ảnh hưởng bởi khủng hoảng kinh tế thế giới mà số lượng hàng hóa được Công ty giao nhận đã giảm một cách đáng kể, 3.166 triệu đồng từ năm 2008 đến năm 2009, tỷ lệ phần trăm của giao nhận hàng hóa

quốc tế bằng đường biển mà năm 2009 đạt được là 58,43% tăng so với năm 2006 và 2007 nhưng giảm so với năm 2008.

Đứng thứ hai là giao nhận bằng đường bộ, các mặt hàng được giao nhận qua các container, tàu hỏa là chủ yếu với giá trị chỉ bằng một nửa so với giao nhận bằng đường biển.

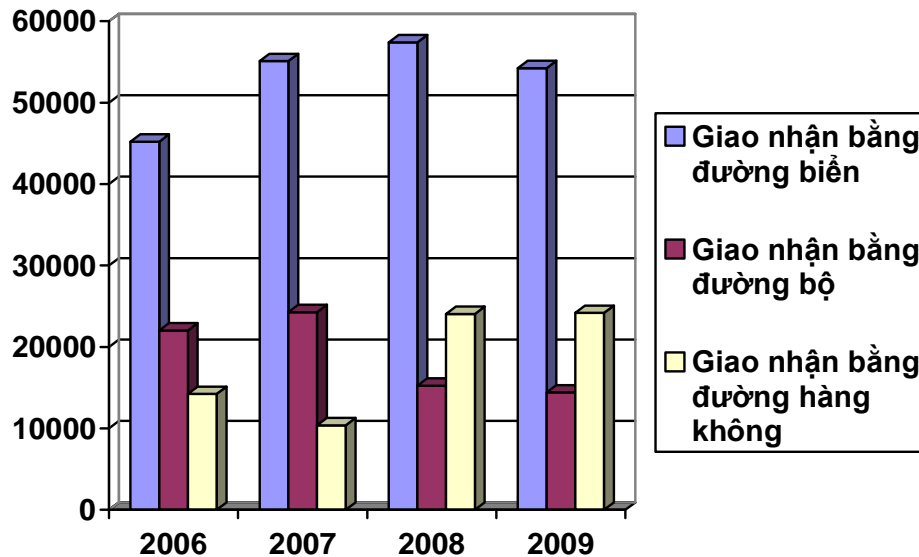
- Năm 2006 giá trị giao nhận là 22.014 triệu đồng chiếm 27,03%
- Năm 2007, con số này chỉ tăng là 0.01%, khác xa so với hình thức giao nhận bằng đường biển, tỉ trọng chiếm trong tổng thể các hình thức không chênh lệch mấy so với năm 2006 và mức độ tăng trưởng chỉ là 2.266 triệu đồng.
- Năm 2008, giá trị này đã giảm xuống chỉ còn 15.241 triệu vì mức độ tăng trưởng của nền kinh tế, mở rộng giao lưu với các nước khác trên thế giới, và dịch vụ bằng đường bộ trở nên kém linh hoạt hơn các hình thức khác
- Chính vì vậy, năm 2009 hình thức này chỉ chiếm 15,52% tương ứng với giá trị giao nhận là 14.411 triệu đồng giảm tương đối so với 3 năm trước.

Cuối cùng là giao nhận hàng hóa quốc tế qua đường hàng không, loại hình này mới phát triển vài năm gần đây theo nhu cầu nhanh chóng, gọn nhẹ và tốc độ đối với những hàng hóa nhạy cảm, không để lâu theo thời gian và theo yêu cầu của khách hàng.

- Năm 2006 với giá trị là 14.217 triệu đồng chiếm 17,45% trên tổng số 100% và giảm mạnh vào năm 2007 xuống còn 10.380 triệu đồng.
- Năm 2008, do sự phát triển vượt bậc về công nghệ, và phương tiện, nên nhu cầu sử dụng loại hình vận chuyển này đã tăng lên một mức đáng kinh ngạc hơn gấp 2 lần so với năm 2007, đạt mức giá trị là 24.046 triệu chiếm 28,86%.
- Năm 2009, công ty vẫn giữ mức tăng trưởng ổn định, với giá trị là 24.176 triệu đồng tăng nhẹ so với năm 2008.

Sự tăng trưởng về giá trị giao nhận mặt hàng xuất khẩu của Công ty với sự vượt trội về hình thức giao nhận bằng đường biển được thể hiện qua biểu đồ sau:

Biểu đồ 2.1: Tình hình giao nhận hàng hóa quốc tế xuất khẩu của Công ty



Nguồn: Phòng Tổng Hợp- Công ty VIETRANS

2.1.2. Giao nhận hàng hóa nhập khẩu

Hàng hóa nhập khẩu được giao nhận tại Công ty nhìn chung không đạt được những hợp đồng có giá trị lớn như hàng hóa xuất khẩu, và cũng vì một phần là mục tiêu của Công ty tập trung rất nhiều và việc giao nhận các mặt hàng được xuất khẩu, nhằm nắm bắt nhanh chóng những cơ hội hiếm có, cũng như sự tăng trưởng vượt bậc của hoạt động xuất khẩu trong các năm vừa qua.

Bảng 2.2: Tình hình giao nhận hàng hóa nhập khẩu theo các phương thức khác nhau

Đơn vị: Triệu đồng

Các hình thức giao nhận	2006		2007		2008		2009	
	Giá trị	Tỷ lệ (%)	Giá trị n	Tỷ lệ (%)	Giá trị	Tỷ lệ (%)	Giá trị	Tỷ lệ (%)
Giao nhận bằng đường biển	39.251	60,03	48.245	59,12	50.124	57,257	48.418	57,35
Giao nhận bằng đường bộ	15.034	23,09	20.258	24,82	22.987	26,25	21.859	25,89
Giao nhận bằng đường hàng không	10.808	16,6	13.102	16,05	14.430	16,48	14.147	16,75
Tổng	65.093	100	81.605	100	87.541	100	84.424	100

Nguồn: Phòng Tổng Hợp- Công ty VIETRANS

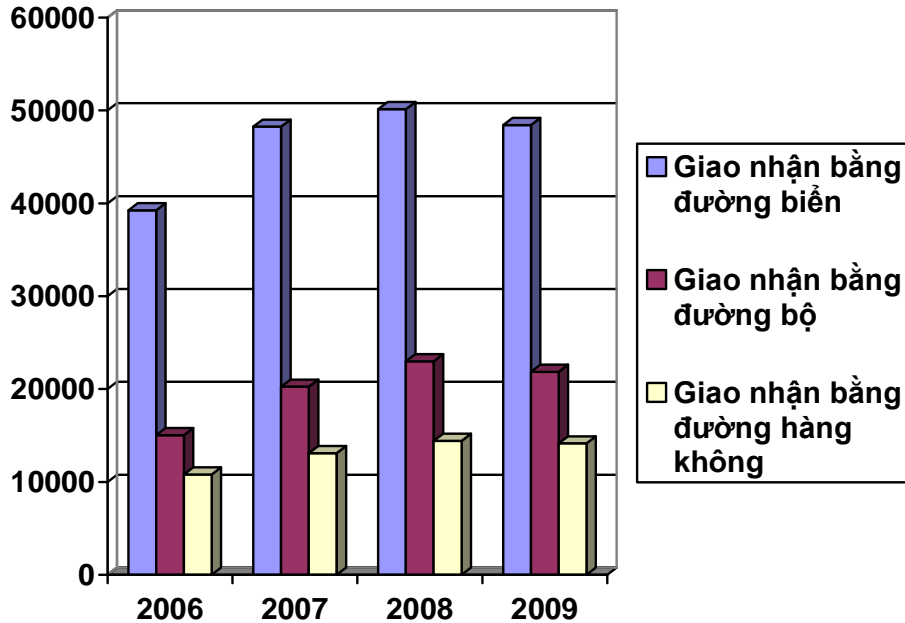
Từ bảng trên, ta có sự phân tích rất rõ ràng về tình hình giao nhận các mặt hàng nhập khẩu bằng các hình thức khác nhau của Công ty, với ba hình thức chủ yếu như đã nêu trên đối với mặt hàng xuất khẩu, Công ty đã thực hiện hoạt động giao nhận hàng hóa nhập khẩu với mức tăng trưởng đáng chú ý từ năm 2006-2008 và một chút giảm nhẹ vào năm 2009

- Cả bốn thời kì từ 2006-2009, hình thức giao nhận bằng đường biển vẫn chiếm tỉ lệ cao nhất so với cả ba hình thức.
 - ✓ Từ năm 2006-2008, tăng trưởng từ 39.251 tới 50.124 triệu đồng về giá trị hàng hóa nhập khẩu, nhưng tỷ lệ phần trăm trên tổng số lại giảm dần do mức độ phổ biến của các loại hình giao nhận khác.

- ✓ Nhưng năm 2009, con số này đã giảm xuống còn 48.418 triệu đồng và chiếm 57,35% trên tổng số.
- Đối với hình thức giao nhận hàng hóa quốc tế qua đường bộ, nhìn chung, trong hình thức này, giá trị hàng hóa giao nhận đều tăng trong 4 năm, nhưng với mức độ tăng đồng đều, chỉ có mức chênh lệch giữa các năm là giảm dần theo thời gian.
 - ✓ Năm 2006-2007, độ chênh lệch giữa hai năm là 5.224 triệu đồng trong khi đó phần trăm chênh nhau chỉ là 1,73%.
 - ✓ Năm 2008, giá trị này tăng lên là 22.987 triệu đồng và đã giảm vào năm 2009 chỉ còn 21.859 triệu đồng.
- Cuối cùng là hình thức giao nhận bằng đường hàng không, với giá trị thấp nhất trong cả ba hình thức, xuất phát điểm là 10.808 triệu đồng vào năm 2005 và tăng lên chỉ 13.102 triệu đồng năm tiếp theo, nhưng tới năm 2009, con số tăng trưởng đã chững lại ở 14.147 triệu đồng, giảm một chút so với năm 2008, do những tác động lớn của cuộc khủng hoảng kinh tế và chính trị trên thế giới

Để nhìn thấy rõ ràng hơn sự thay đổi về mức độ tăng trưởng của các hình thức trên qua mặt hàng nhập khẩu, ta có biểu đồ sau:

Biểu đồ 2.2: Tình hình giao nhận hàng hóa nhập khẩu của Công ty



Nguồn: Phòng Tổng Hợp- Công ty VIETRANS

Từ những phân tích và các số liệu của biểu đồ trên, ta có thể thấy rằng, ở cả hai mặt hàng xuất khẩu và nhập khẩu, Công ty đều chú trọng tới hình thức giao nhận hàng hóa quốc tế bằng đường biển, với sự an toàn, nhanh chóng và đảm bảo uy tín chất lượng cao cho bạn hàng, đó cũng là cách Công ty tự khẳng định thương hiệu của mình đối với bạn bè trong nước và quốc tế.

2.1.3. Tình hình thị trường giao nhận hàng hóa quốc tế của Công ty

2.1.3.1. Cơ cấu chung cho tất cả hình thức giao nhận

Công ty có rất nhiều đối tác từ khắp các nước trên thế giới với những mục đích và các loại mặt hàng khác nhau, tùy theo số lượng mặt hàng mà giá trị hợp đồng được xếp vào loại cao hay thấp, hoặc thị trường đó được xếp vào thị trường tiềm năng nhiều hay tiềm năng ít. Sau đây là một số thị trường hoạt động chủ chốt của công ty trong thời gian vừa qua.

Bảng 2.3: Cơ cấu thị trường hoạt động giao nhận hàng hóa quốc tế của Công ty

Đơn vị: Triệu đồng

Thị trường	2005		2006		2007		2008	
	Giá trị	%	Giá trị	%	Giá trị	%	Giá trị	%
Mỹ	38.258,756	31,15	52.254,952	31,88	59.845,364	33,5	61.201,34	32,22
Nga	30.057,325	24,47	41.235	25,16	45.694,1	25,6	50.985,23	26,84
Hàn Quốc	9.988,612	8,132	13.478,923	8,225	12.987,2	7,27	13.910,3	7,324
Trung Quốc	15.112,379	12,30	19.984,21	12,19	20.021,83	11,2	21.523,8	11,33
Nhật Bản	9.587,954	7,806	12.954,369	7,905	14.723,145	8,25	14.833,562	7,81
Thái Lan	8.988,875	7,318	10.994,3	6,709	11.579,54	6,48	10.623,54	5,593
Các thị trường khác	10.823,156	8,812	12.964	7,911	13.5872	7,61	16.843,976	8,868
Tổng	122.817,06	100	163.865,75	100	178.438,38	100	189.921,74	100

Nguồn: Phòng Tổng Hợp- Công ty VIETRANS

Mỹ là thị trường có tiềm năng lớn nhất vì mục đích xuất khẩu các mặt hàng nông sản, dệt may, giày da và một số mặt hàng khác, mà nhu cầu sử dụng các phương tiện khác nhau để phục vụ việc vận chuyển an toàn và đảm bảo chất lượng nên các nhà nhập khẩu Mỹ lựa chọn VIETRANS là đối tác của mình. Trong hơn 4 năm qua, Mỹ vẫn giữ vị trí là đối tác quan trọng nhất của Công ty với giá trị hợp đồng năm 2005 là 38.258,756 triệu đồng và tăng lên là 52.254,952, một con số gần gấp 2 lần chỉ trong vòng một năm. Năm 2006-2008, giá trị này vẫn tiếp tục tăng tuy có chậm lại một chút do sự phát triển mạnh mẽ của các Công ty dịch vụ giao nhận khác, dẫn đến tình trạng cạnh tranh gay gắt và khó khăn hơn đối với hoạt động này của Công ty.

Thấp nhất là thị trường Thái Lan, mặc dù ở sát liền kề, và có thể vận chuyển bằng tất cả các hình thức, nhưng cả về giá trị hợp đồng xuất khẩu hay nhập khẩu,

Thái Lan vẫn không phải điểm dừng chân của Công ty. Năm 2005 xuất phát với 8.988,875 triệu đồng trong hợp đồng nhưng năm 2009 kết thúc với con số là 10.546,63 triệu đồng thấp hơn cả năm 2007 và 2008 lần lượt là 11.579,54 triệu đồng và 10.623,54

Đối với các thị trường tiềm năng khác như Nga, Hàn Quốc, Trung Quốc, Nhật Bản, thì Nga vẫn là đối tác được ưu tiên vì mối thân tình cũng như phụ thuộc vào mục tiêu của công ty là các thị trường Châu Âu. Chỉ đứng sau Mỹ, hợp đồng giao nhận với các khách hàng Nga đạt giá trị khá cao với 30.057,325 triệu vào năm 2005 và 50.985,23 vào năm 2008. Trong khi đó, các đối tác Hàn Quốc, Trung Quốc và Nhật Bản thì biến động nhẹ qua các năm. Từ 2005-2006, số lượng hợp đồng tăng khiến giá trị giao nhận cũng tăng nhưng tới năm 2007, con số này đã giảm dần, tuy nhiên, mức độ giảm không đáng kể và không khiến cho Công ty bị thâm hụt ngân sách cũng như bị lỗ trong những năm đó. Nguyên nhân của sự sụt giảm này đó là, công ty nhận thấy các nước này không có cơ hội để phát triển và không đạt được doanh thu lợi nhuận như mong muốn, bên cạnh đó, nhu cầu của đối tác giảm dần, sự quan hệ ngoại thương giữa hai nước đã sụt giảm dẫn đến những hợp đồng ngoại thương sẽ bị ảnh hưởng và giảm mạnh.

2.1.3.2. Cơ cấu thị trường cho hoạt động giao nhận bằng đường biển

Thị trường giao nhận hàng hóa quốc tế bằng đường biển tập trung chủ yếu vào hai thị trường tiềm năng nhất của Công ty đó là Mỹ và Nga. Đối với hai thị trường này, giao nhận bằng đường biển là loại hình an toàn và đạt được uy tín đối với đối tác. Bằng những thủ tục nhanh gọn và chính xác, hoạt động giao nhận đường biển ngày càng được ưa chuộng và phổ biến đối với tất cả các thị trường.

Bảng 2.4: Cơ cấu thị trường hoạt động giao nhận hàng hóa quốc tế bằng đường biển của Công ty

Đơn vị: Triệu đồng

Thị trường	2005		2006		2007		2008		2009	
	Doanh thu	%	Doanh thu	%	Doanh thu	%	Doanh thu	%	Doanh thu	%
Mỹ	25.120	30,8	31.870	30,7	33.520	30,6	35.879	30,8	33.457	30,5
Nga	21.257	26,1	26.240	25,3	27.549	24,9	28.471	24,5	27.483	25
Hàn Quốc	4.800	5,8	9.238	8,9	9.180	8,3	10.520	9,1	10.341	9,4
Trung Quốc	4.890	6	10.247	9,9	11.874	10,7	11.960	10,3	10.467	9,5
Nhật Bản	8.710	10,7	8.120	7,8	9.547	8,6	10.641	9,2	9.673	8,8
Thái Lan	6.471	7,9	7.415	7,1	8.155	7,4	9.587	8,3	9.343	8,5
Các thị trường khác	9.245	11,3	10.579	10,3	10.978	9,9	9.157	7,9	9.121	8,3
Tổng	81.493	100	103.709	100	110.803	100	116.215	100	109.885	100

Nguồn: Báo cáo tổng hợp từ năm 2005-2008

Tuy nhiên, hình thức giao nhận này lại không được áp dụng nhiều vào các quốc gia như Hàn Quốc, Trung Quốc và Thái Lan vì khoảng cách không lớn cũng như sự thuận tiện hơn của giao nhận đường bộ và đường hàng không khiến cho các bạn hàng ở các nước trên đòi hỏi công ty nên giao nhận bằng đường bộ và đường hàng không nhiều hơn là đường biển. Chính vì vậy, con số về giá trị giao nhận bằng đường biển tại các quốc gia đó thấp hơn hẳn so với các quốc gia khác cũng như là so với các hình thức khác.

- Năm 2005, giá trị của hoạt động giao nhận bằng đường biển tại các quốc gia này chỉ hơn kém 5000 triệu đồng, tổng của cả ba nước Hàn Quốc, Trung Quốc và Nhật Bản cũng chưa bằng ½ của Mỹ hoặc Nga.
- Tuy nhiên, từ năm 2006-2008, giá trị giao nhận bằng hình thức này vẫn tăng đồng đều trong khi trên tổng số chung, tổng giá trị giao nhận của Công ty lại giảm một chút vào năm 2009. Điều này chứng tỏ rằng, vị trí và sự ưa chuộng hình thức giao nhận bằng đường biển ngày càng được chứng tỏ và nâng cao.

- Đối với các thị trường nhỏ lẻ khác, Công ty tùy thuộc vào yêu cầu của khách hàng, cũng như vị trí địa lý mà tư vấn cho khách hàng loại hình phù hợp nhất với mặt hàng cần nhập hoặc xuất khẩu. Ta có thể thấy rõ rằng, với một sự uy tín nhất định, ngoài các thị trường tiềm năng trên, Công ty cũng đã tạo dựng được thương hiệu của mình ngày càng rộng trên các đất nước và lãnh thổ khác nhau. Điều này được chứng tỏ bởi giá trị giao nhận tại các thị trường đó ngày càng tăng từ năm 2005-2007, mặc dù hơi chững lại vào năm 2008 với 9.157 triệu đồng nhưng đó cũng là một con số đáng quan tâm trước tình hình biến động của nền kinh tế vào thời kì đó.
- Sang năm 2009, do tình hình thế giới khủng hoảng nên các hoạt động kinh tế ngoại thương có xu hướng chững lại trên cả thế giới, vì vậy doanh thu của công ty từ các khu vực cũng theo xu hướng chung này là giảm so với năm 2008 và tuy nhiên doanh thu của công ty cũng chỉ giảm so với năm 2007 và 2008 nhưng vẫn lớn hơn các năm trước đó.

2.1.4. Tình hình ký kết và thực hiện hợp đồng của Công ty

Qua thực tiễn cho thấy rằng, hình thức giao nhận bằng đường biển được VIETRANS áp dụng trong rất nhiều hợp đồng, với nhiều loại khách hàng. Trong những năm qua, số lượng các hợp đồng được thực hiện bằng hình thức giao nhận đường biển luôn chiếm tỷ lệ lớn trong tổng số hợp đồng xuất khẩu đã ký. Điều này được thể hiện rõ trong bảng số liệu dưới đây:

Bảng 2.5: Số lượng hợp đồng Công ty đã ký kết trong thời kì 2005-2009

Đơn vị: Triệu đồng

Năm	Hợp đồng giao nhận		Hợp đồng giao nhận bằng đường biển		Tỷ trọng (%)
	Số hợp đồng	Trị giá	Số hợp đồng	Trị giá	
2005	224	122.817,06	101	61.254	49,87
2006	347	163.865	189	95.457	58,25
2007	478	178.438	214	98.210	55,03
2008	374	189.921	184	97.140	51,14
2009	312	191.200	157	80.200	41,94
Tổng	1735	846.241	854	432.261	

Nguồn: Phòng Tổng Hợp- Công ty VIETRANS

Qua bảng số liệu trên, ta thấy số lượng hợp đồng được thực hiện bởi phương thức giao nhận bằng đường biển đã chiếm hơn một nửa số hợp đồng mà tổng công ty đã ký. Phương thức này được áp dụng cho các hợp đồng xuất khẩu và nhập khẩu có giá trị lớn.

- Năm 2005, số hợp đồng giao nhận bằng đường biển chiếm 49,87% trên tổng số và 101 hợp đồng trên tổng số 224 hợp đồng của cả Công ty.
- Năm 2006, con số này vượt lên là 189/347, chiếm 58,25% và tăng lên hơn 8% so với năm ngoái. Tiếp tục trên đà phát triển, tốc độ này vẫn duy trì cho tới năm 2007, hình thức giao nhận bằng đường biển vẫn chiếm đa số, và hơn một nửa số hợp đồng được thực hiện.
- Năm 2008, Công ty phát triển các hình thức đa dạng khác nhau bên cạnh hình thức chủ chốt là giao nhận bằng đường biển, chính vì vậy, hình thức này trong năm 2008 đã giảm đi so với năm 2007 và chỉ còn 184/374 hợp đồng.

- Do tác động khá mạnh mẽ của cuộc khủng hoảng kinh tế, bên cạnh đó là sự cạnh tranh gay gắt của các Công ty dịch vụ khác đang xuất hiện ngày càng nhiều đã khiến cho doanh thu và lợi nhuận của Công ty đã giảm đi khoảng 17% do số lượng hợp đồng được ký kết bị hạn hẹp dần trong cả hình thức giao nhận đường biển nói riêng và hình thức giao nhận nói chung.

2.2. Quy trình giao nhận hàng hóa quốc tế bằng đường biển

2.2.1. Phạm vi trách nhiệm giao nhận hàng hóa xuất và nhập khẩu bằng đường biển tại VIETRANS.

2.2.1.1. Thay mặt người gửi hàng, người xuất khẩu.

Theo chỉ dẫn của người gửi hàng, người giao nhận có thể làm các dịch vụ sau:

- Người giao nhận sẽ tư vấn cho chủ hàng để chủ hàng lựa chọn tuyến đường và chọn phương thức vận tải thích hợp nhất cho chủ hàng, rồi cùng nghiên cứu các điều khoản trong tín dụng thư và tất cả những luật lệ của chính phủ áp dụng cho việc giao hàng ở nước xuất khẩu và các nước quá cảnh khác
- Ký kết các hợp đồng vận tải hay lưu cước với người chuyên chở hàng hóa.
- Nhận hàng và cung cấp những chứng từ thích hợp cho chủ hàng hay người chuyên chở. Người giao nhận có thể đảm nhận cả việc đóng gói hàng hóa hoặc lưu kho hàng hóa (nếu cần).
- Cân đo hàng hóa, làm thủ tục kiểm định kiểm dịch cho hàng hóa.
- Vận chuyển hàng hóa đến cảng và làm các thủ tục khai báo hải quan, hoàn tất các thủ tục chứng từ liên quan đến việc giao hàng cho người chuyên chở. Sau đó thanh toán các chi phí liên quan đến xuất nhập hàng hóa, kể cả trả tiền cước phí.
- Nhận vận đơn đã ký của người chuyên chở giao cho người gửi hàng.
- Thu xếp việc chuyển tải (nếu cần) và ghi nhận những tổn thất trong quá trình vận chuyển và giúp người gửi hàng khiếu nại với người chuyên chở về tổn thất hàng hóa (nếu có).

2.2.1.2 Thay mặt người nhận hàng, người nhập khẩu.

Theo chỉ dẫn của người nhận hàng, người giao nhận có thể làm các dịch vụ sau:

- Thay mặt người nhận hàng giám sát việc vận chuyển hàng hóa trong quá trình người chuyên chở lo liệu việc vận tải hàng hóa. Sau đó là nhận và kiểm tra tất cả các chứng từ liên quan đến việc vận chuyển hàng hóa.

- Thực hiện việc khai báo hải quan và các thủ tục liên quan đến việc nhập khẩu hàng hóa, thanh toán các khoản chi phí cho hải quan và cơ quan đương cục khác. Tiếp theo là người giao nhận phải giao hàng cho người nhận hàng.

- Nếu hàng hóa có vấn đề hỏng hóc thì người giao nhận phải giúp đỡ người nhận hàng tiến hành khiếu nại người chuyên chở hàng hóa (nếu cần).

2.2.2. Nội dung và trình tự công tác giao nhận hàng hóa xuất nhập khẩu bằng đường biển tại VIETRANS

Các bước mà người làm công tác giao nhận phải làm là :

- Trước tiên người giao nhận cần tìm hiểu thông tin về nguồn hàng cần vận chuyển và khách hàng bằng cách tiếp xúc trực tiếp với khách hàng.

- Sau đó, tư vấn cho khách hàng lựa chọn phương thức giao nhận phù hợp và các loại giấy tờ cần thiết có liên quan đến hàng hóa.

- Sau khi khách hàng và bên giao nhận đã nhất trí phương thức giao nhận thì hợp đồng giao nhận vận tải sẽ được ký kết.

- Cuối cùng là sau khi bên giao nhận vận chuyển xong, xếp dỡ và bàn giao cho bên vận tải thứ ba hoặc người thuê vận tải.

2.2.2.1. Hàng xuất khẩu

a) Đối với hàng xuất khẩu phải lưu kho tại cảng.

Đối với mặt hàng này, việc giao hàng gồm hai bước lớn : Chủ hàng ngoại thương hoặc người cung cấp trong nước giao hàng xuất khẩu cho cảng sau đó mới tiến hành giao hàng cho tàu.

o Giao hàng xuất khẩu cho cảng gồm các công việc sau:

- Giao bản danh mục hàng xuất khẩu và đăng kí với phòng điều động của cảng để bố trí kho bãi và lên phương án xếp dỡ hàng vào cảng. Tiếp theo, chủ hàng hoặc người được chủ hàng ủy thác liên hệ với thương vụ để kí hợp đồng lưu kho, bốc xếp hàng tới cảng.

- Sau khi được lập lệnh nhập kho, báo với hải quan và kho hàng thì hàng hóa được giao vào kho bãi của cảng

o Giao hàng xuất khẩu cho tàu

- Chuẩn bị trước giao hàng cho tàu

+ Làm thủ tục kiểm nghiệm, kiểm dịch (nếu có), làm thủ tục hải quan và báo cho cảng ngày giờ dự kiến tàu đến một cách chính xác

+ Giao cho cảng cargo list để bố trí phương tiện xếp dỡ hàng hóa trước khi kí kết hợp đồng xếp dỡ với cảng

- Tổ chức xếp hàng và giao hàng cho tàu:

+ Trước khi xếp hàng lên tàu phải vận chuyển hàng từ kho ra cảng, lấy lệnh xếp hàng, ấn định số máng xếp hàng, bố trí xe và công nhân, người áp tải hàng hóa nếu cần. Sau đó, tiến hành bốc xếp hàng và giao hàng cho tàu, việc xếp hàng lên tàu do công ty cảng làm, hàng sẽ được giao cho tàu dưới hệ kiểm soát của đại diện hải quan.

+ Sau khi xếp hàng lên tàu thì đổi Mater'Receipt để trên cơ sở đó lập vận đơn

- Lập bộ chứng từ thanh toán: căn cứ vào hợp đồng mua bán và L/C, cán bộ giao nhận phải lập hoặc lấy chứng từ cần thiết để lập thành bộ chứng từ thanh toán đầy đủ, xuất trình ra ngân hàng để thanh toán tiền hàng

- Thông báo cho người mua về việc giao hàng và mua bảo hiểm

- Thanh toán các chi phí cần thiết cho cảng như chi phí bốc hàng, vận chuyển, bảo quản, lưu kho hàng hóa và tính toán thưởng phạt xếp dỡ (nếu có)

b) Đối với hàng đóng trong container.

o Nếu gửi hàng lẻ:

- Chủ hàng hoặc người được chủ hàng ủy thác mang hàng đến giao cho người chuyên chở hoặc đại lý chuyên chở tại địa điểm quy định.

- Chủ hàng gửi Booking note cho hãng tàu hoặc đại lý của hãng tàu rồi cung cấp cho họ những thông tin cần thiết về hàng hóa xuất khẩu. Khi đăng kí Booking note được chấp nhận chủ hàng sẽ thỏa thuận với hãng tàu về ngày giờ, địa điểm giao hàng.

- Các chủ hàng mời đại diện hải quan đến kiểm tra, kiểm hóa và giám sát việc đóng hàng vào container của người chuyên chở hoặc người gom hàng sau khi đã kiểm tra hải quan

o Nếu gửi hàng nguyên container

- Chủ hàng hoặc người được chủ hàng ủy quyền điền vào Booking note và đưa cho đại diện hãng tàu hoặc đại lý tàu biển để xin kí cùng với bản danh mục hàng hóa xuất khẩu.

- Sau khi đăng kí Booking note được kí, hãng tàu sẽ lệnh cấp vỏ container để chủ hàng mượn và giao Packing list và seal thì chủ hàng sẽ lấy container rỗng về địa điểm đóng hàng của mình

- Mời đại diện hải quan kiểm nghiệm, kiểm dịch, giám định đến kiểm tra, giám sát việc đóng hàng vào container. Sau khi xong, nhân viên hải quan sẽ niêm phong kẹp chì container.

- Chủ hàng vận chuyển và giao container tại bãi container quy định.

- Sau khi hàng đã xếp lên tàu thì mang biên lai cho thuyền phó để đổi lấy vận đơn.

2.2.2.2. *Hàng nhập khẩu*

a) Đối với hàng hóa phải lưu kho, lưu bãi tại cảng

o Cảng nhận hàng từ tàu:

- Trước khi dỡ hàng tàu và đại lý phải cung cấp cho cảng bản lược khai hàng hóa, sơ đồ hầm tàu để cảng và các cơ quan chức năng khác như hải

quan, điều độ, cảng vụ tiến hành các thủ tục cần thiết và bố trí phương tiện xếp dỡ hàng.

- Cảng và đại diện cảng tiến hành kiểm tra tình trạng mát mát của hàng hóa thì lập biên bản hai bên cùng kí, nếu tàu không chịu kí vào biên bản thì mời cơ quan giám định lập biên bản mới tiến hành dỡ hàng

- Dỡ hàng bằng cần cầu của tàu hoặc của cảng và xếp lên phương tiện vận tải để đưa vào kho bãi. Trong quá trình dỡ hàng, đại diện cùng cán bộ giao nhận kiểm đếm và phân loại hàng hóa cũng như kiểm tra tình trạng hàng hóa.

- Hàng được xếp lên ô tô và vận chuyển về kho theo phiếu vận chuyển có ghi số lượng và loại hàng rõ ràng. Và cuối mỗi ca và khi xếp xong hàng, cảng vụ và người đại diện tàu phải đối chiếu số lượng hàng hóa giao nhận.

- Sau khi lập bảng kết toán hàng với tàu thì lập giấy tờ cần thiết trong quá trình giao nhận.

o Cảng giao hàng cho chủ hàng :

- Khi nhận được thông báo hàng đến, chủ hàng phải mang vận đơn gốc, giấy giới thiệu của cơ quan đến hãng tàu để nhận lệnh giao hàng.

- Chủ hàng đóng phí lưu kho, phí xếp dỡ và lấy biên lai

- Chủ hàng mang biên lai đến nộp phí

- Chủ hàng mang theo lệnh giao hàng (D/O) đến kho vận làm phiếu xuất kho

- Làm thủ tục hải quan như sau:

+ Khai tờ khai hải quan và tờ khai trị giá theo đúng mẫu quy định

+ Nộp và xuất trình bộ hồ sơ gồm : Tờ khai hải quan, hợp đồng thương mại, bản kê chi tiết hàng hóa, lệnh giao hàng, vận đơn, giấy chứng nhận xuất xứ hàng hóa và giấy chứng nhận phẩm chất hoặc kiểm dịch (nếu có), hóa đơn thương mại.

+ Tiếp nhận và kiểm tra hồ sơ rồi xuất trình và kiểm hóa hàng hóa, tiếp theo là tính thuế và thông báo thuế

+ Chủ hàng hoặc người làm giao nhận kí vào giấy thông báo thuế và xin chứng nhận hoàn thành thủ tục hải quan, trong đó, thời hạn phải hoàn thành thủ tục hải quan là 30 ngày kể từ ngày hàng đến cửa khẩu ghi trên vận đơn.

+ Trong khi hải quan xác nhận và đóng dấu hàng đã thông quan thì chủ hàng hoặc người giao nhận có thể mang hàng về hoặc sử dụng hàng theo ý mình.

b) Đối với hàng không lưu kho, bãi tại cảng

Khi chủ hàng có khối lượng hàng hóa lớn chiếm toàn bộ hầm hàng hoặc hàng rời thì chủ hàng hoặc người giao nhận có thể đứng ra giao nhận trực tiếp với tàu.

Trước khi nhận hàng, chủ hàng phải hoàn thành toàn bộ thủ tục hải quan và giao cho cảng vận đơn và lệnh giao hàng, sau đó đối chiếu với Manifest, cảng sẽ tính cước phí bốc xếp và cấp lệnh giao thẳng để chủ hàng trình cán bộ giao nhận tại cảng và tại tàu để nhận hàng.

Khi giao nhận hàng, chủ hàng và giao nhận cảng cùng kí vào bản tổng kết giao nhận và xác nhận số lượng hàng hóa và giao nhận bằng phiếu giao hàng kèm phiếu xuất kho.

c) Đối với hàng nhập bằng container

o Nếu là hàng nguyên chiếc (FCL)

Khi nhận được thông báo hàng đến, chủ hàng mang vận đơn gốc và giấy giới thiệu của cơ quan đến hãng tàu để lấy D/O.

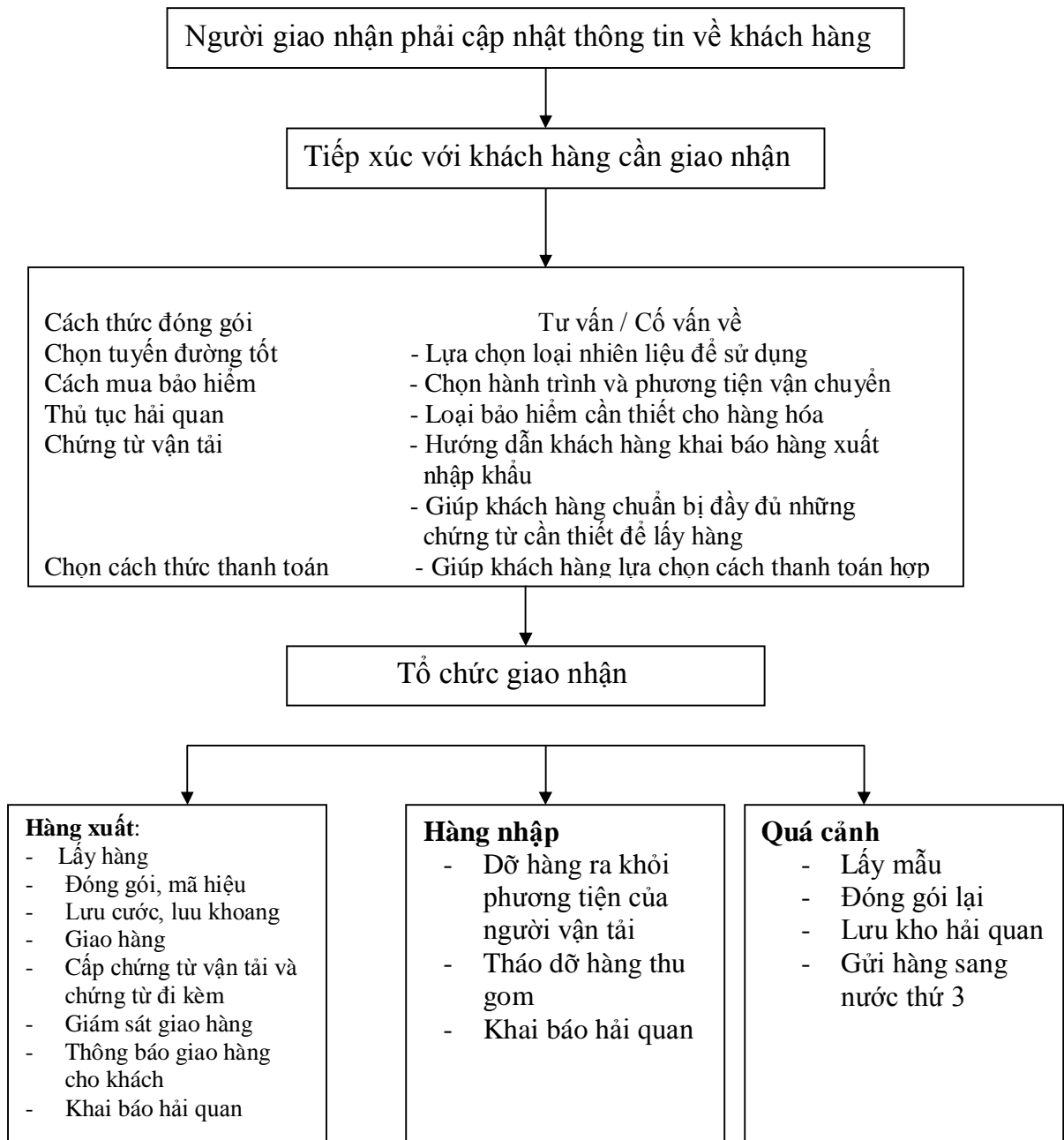
Chủ hàng mang D/O đến hải quan làm thủ tục và đăng kí kiểm hóa (chủ hàng có thể đề nghị đưa cả container về kho riêng hoặc ICD để kiểm tra hải quan)

Khi hoàn tất thủ tục hải quan, chủ hàng mang toàn bộ chứng từ nhận hàng cùng D/O đến văn phòng quản lí tàu tại cảng để xác nhận D/O.

o Nếu là hàng lẻ (LCL)

Chủ hàng mang vận đơn gốc hoặc vận đơn gom hàng đến tàu hoặc đại lí của người gom hàng để lấy D/O, sau đó nhận hàng tại CFS quy định và làm thủ tục như trên.

Sơ đồ 2.3: Sơ đồ công tác giao nhận



Nguồn: Phòng Thanh toán- Công ty VIETRANS

2.3. Đánh giá chung về hoạt động giao nhận hàng hóa quốc tế bằng đường biển tại Công ty VIETRANS

2.3.1. Ưu điểm về hoạt động giao nhận hàng hóa quốc tế bằng đường biển tại Công ty

Là một doanh nghiệp có nhiều năm kinh nghiệm, Công ty đã hoạt động kinh doanh rất có hiệu quả đặc biệt là việc thực hiện các hợp đồng giao nhận bằng đường biển. Hoạt động này trong thời gian qua diễn ra tương đối thuận lợi, tốc độ ổn định và việc vận dụng phương thức này đối với các đối tác ngày càng được ưa chuộng và tạo dựng được uy tín trên nhiều nước khác nhau trên thế giới. Hoạt động vận chuyển, giao nhận bằng đường biển của Công ty có những ưu điểm sau:

- *Một là:* Công ty cung cấp đầy đủ các hình thức vận chuyển, đặc biệt đối với hình thức vận chuyển hàng hóa bằng đường biển, Công ty có thể phục vụ chuyên chở tất cả các loại hàng hoá trong buôn bán quốc tế, đáp ứng đầy đủ mọi yêu cầu gắt gao của đối tác với mục đích tạo sự thoải mái cho khách hàng khi thực hiện hợp đồng với Công ty.
- *Hai là:* Năng lực chuyên chở của Công ty theo hình thức vận tải đường biển rất lớn bởi vì nhìn chung năng lực chuyên chở của công cụ vận tải đường biển sẽ không bị hạn chế như các công cụ của các phương thức vận tải khác. Nắm rõ được điều này, Công ty đã xác định được hướng đi rõ ràng nhằm thu hút được khách hàng và phát huy được ưu điểm của mình.
- *Ba là:* Công ty có sự đảm bảo về tài chính để đầu tư phát triển công nghệ, mạng lưới, tạo lợi thế cạnh tranh trong thị trường có nhu cầu dịch vụ ngày càng cao như hiện nay.
- *Bốn là:* Ưu điểm nổi bật của vận tải đường biển tại Công ty là giá thành thấp. Bên cạnh đó, Công ty có hệ thống kênh phân phối lớn, bao gồm các chi nhánh của công ty được đặt ở nhiều tỉnh thành trên cả nước.
- *Năm là:* Các chương trình xúc tiến của Công ty như: quảng cáo, quan hệ, khuyến mãi đã được chú trọng và xây dựng trong các chiến lược chung của Công ty và được thực hiện một cách riêng rẽ. Ngoài ra, nhờ vào các mối

quan hệ sẵn có đã tạo được uy tín của mình và xây dựng được một hệ thống khách hàng tiềm năng và quen thuộc đối với các gói dịch vụ của Công ty đặc biệt là dịch vụ giao nhận hàng hóa qua đường biển.

- *Sáu là:* Địa lý của Việt Nam có nhiều sông ngòi biển cả nên có rất nhiều thuận lợi cho việc vận chuyển hàng hoá từ các nước về Việt Nam. Và Việt Nam là nơi cập cảng của nhiều tàu thuyền trong quá trình vận chuyển giữa các quốc gia, tạo ra mối giao lưu thông thương hàng hoá.

2.3.2. Những hạn chế và nguyên nhân về hoạt động giao nhận hàng hóa quốc tế bằng đường biển tại VIETRANS

2.3.2.1. Hạn chế

Bên cạnh những ưu điểm trên, hoạt động giao nhận hàng hóa bằng đường biển tại Công ty cũng có những hạn chế nhất định cần được khắc phục và tháo gỡ.

- *Một là:* Công ty còn kém nhanh nhạy đối với sự biến đổi của môi trường cạnh tranh cũng như sự biến động mạnh mẽ của nền kinh tế dẫn đến việc Công ty không thể khôi phục lại kịp thời khi bị tác động của khủng hoảng kinh tế năm 2009.
- *Hai là:* Công tác tổ chức nghiên cứu thị trường, đánh giá nhu cầu của khách hàng, thống kê các thông tin của khách hàng đạt hiệu quả chưa cao. Bên cạnh đó, chất lượng dịch vụ còn chưa tương xứng với tiềm năng và đòi hỏi của thị trường ngày càng phát triển.
- *Ba là:* Hoạt động xúc tiến dịch vụ còn đơn giản, thiếu chiều sâu, chưa có chiến lược chung và bộ phận chuyên trách riêng biệt.
- *Bốn là:* Các loại hình dịch vụ, các chương trình chăm sóc khách hàng chậm hơn so với đối thủ cạnh tranh.
- *Năm là:* Do vận tải đường biển phụ thuộc rất nhiều vào điều kiện tự nhiên, tốc độ của tàu biển còn thấp và việc tăng tốc độ khai thác của tàu biển còn bị hạn chế, chính vì vậy mà nhiều hợp đồng của Công ty đã bị chậm trễ, dẫn đến việc gây tổn thất lớn trong doanh thu và lợi nhuận chung của cả Công ty, không chỉ vậy còn gây ra sự mất uy tín đối với những khách hàng khó tính.

- *Sáu là:* Nguồn nhân lực của công ty chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển. Hầu hết lực lượng lao động chưa được đào tạo đúng ngành, gần như thiếu hiểu biết về đặc thù của ngành, đặc biệt là các lao động trong lĩnh vực quản trị, kế toán, chăm sóc khách hàng.

2.3.2.2. Nguyên nhân của hạn chế

a. Nguyên nhân chủ quan:

Việc tìm hiểu đối tác trước khi thực hiện hợp đồng là chưa tốt, dẫn đến việc khách hàng gây khó khăn và Công ty không có sức cạnh tranh mạnh mẽ với hàng loạt các công ty dịch vụ khác đang có mặt trên thị trường dịch vụ hiện nay.

Bên cạnh đó, bộ máy thực hiện hoạt động giao nhận theo hình thức giao nhận bằng đường biển còn tương đối cồng kềnh, kém kỹ thuật. Quyền hạn, nghĩa vụ và trách nhiệm của từng bộ phận tham gia hoạt động còn chưa rõ ràng và cụ thể.

b. Nguyên nhân khách quan

- Nguyên nhân từ phía Nhà nước

Tình hình chính trị trên thế giới ngày càng có chiều hướng diễn ra những sự cố biến chuyển không lường. Cục diện hoà bình trên thế giới không còn xuất hiện ở nhiều nước. Mở màn là cuộc khủng bố toà tháp đôi ở Mỹ ngày 11/09, sau đó là liên tiếp các cuộc chiến tranh nổ ra ở Iran, Iraq và nhiều nước trên toàn thế giới. Chiến tranh nổ ra gây ra những cơn sốt về giá dầu cũng như giá vàng trên thế giới. Sự bất an về chính trị tại khu vực Trung đông, triển vọng không rõ ràng của đồng USD tiếp tục tạt hơi nóng vào thị trường vàng. Trong khi đó, căng thẳng trong chương trình làm giàu Uranium của vựa dầu thế giới - Iran - chưa được giải quyết ổn thoả, nguồn cung dầu ở Nigeria vẫn giảm sút từ tháng 2 vẫn là những nhân tố chính làm cho giá dầu thô tăng giá. Sự kiện này ảnh hưởng không nhỏ đến các doanh nghiệp và công ty tham gia vào quá trình vận chuyển hàng hoá.

Trong thời điểm này, các hãng vận tải đua nhau tăng giá, tuy nhiên, để cạnh tranh được với thị trường này, vẫn phải có một số hãng vận chuyển chấp nhận lợi nhuận thấp để lấy được nhiều khách hàng và vận chuyển được nhiều hàng đi. Chính

vì vậy, yếu tố chính trị trên thế giới cũng có ảnh hưởng không nhỏ đến các Công ty hoạt động trong lãnh thổ Việt Nam.

Tình hình chính trị trên thế giới thay đổi là mối đe dọa cho các hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu và vận tải của công ty giao nhận kho vận ngoại thương.

Môi trường pháp lý trong nước luôn thay đổi cũng ảnh hưởng lớn tới kinh doanh giao nhận nói chung và kinh doanh vận tải nói riêng. Các công ty cung ứng dịch vụ vận tải phải tuân theo những nguyên tắc quy định trong luật pháp Việt Nam cũng như trong các đạo luật đã được ban hành.

Luật doanh nghiệp thông thoáng nhưng khi quy định một số ngành nghề kinh doanh phải có điều kiện thì rất nhiều Bộ, ngành đã trình Chính phủ ban hành các Nghị định quy định kinh doanh phải có giấy phép. Việc này gây trở ngại lớn cho các doanh nghiệp và phát sinh một loạt thủ tục hành chính mà các doanh nghiệp không thể đáp ứng được.

- o Nguyên nhân từ môi trường kinh tế và xã hội

Lạm phát tăng ảnh hưởng đến sự phát triển của VIETRANS

- ✓ Mức độ lạm phát tăng, sẽ tác động đến tỷ giá lãi suất cơ bản, tiền lương và tỷ giá chuyển đổi ngoại tệ. Vận tải là một ngành kinh tế hoạt động trong hệ thống kinh tế của đất nước. Do đó các nhân tố kinh tế như: tốc độ tăng trưởng kinh tế GNP, GDP, tỉ lệ lạm phát... nó cũng ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh vận tải của công ty. Chẳng hạn: lạm phát ảnh hưởng mạnh mẽ đến chi phí khai thác tàu. Trong những năm 60 do lạm phát tương đối ổn định nên chi phí khai thác tàu tương đối ổn định. Trong những năm 70 ở giai đoạn đầu chi phí khai thác tàu tăng nhanh từ 200-300% do giá mua nguyên vật liệu tăng. Hiện nay nền kinh tế nước ta đang tăng trưởng cao trong khi đó lạm phát được kìm hãm và giảm xuống thấp, chi phí khai thác tàu tương đối ổn định dẫn tới giá thành vận chuyển giảm làm tăng lợi nhuận cho công ty. Mặt khác, cuộc khủng hoảng kinh tế Châu Á vừa qua cùng với việc các nước trong khối OPEC tăng giá dầu

đã ảnh hưởng không nhỏ tới các công ty trong ngành vận tải và nó là nguy cơ làm bùng phát lạm phát kinh tế.

- ✓ Tóm lại, lạm phát làm kìm hãm sự phát triển của nền kinh tế, các nước càng tránh được lạm phát xảy ra càng tốt. Lạm phát làm cho đất nước rơi vào thời kỳ khủng hoảng, không tốt đối với nền kinh tế đồng thời với sự phát triển của Công ty giao nhận cũng bị lạm phát kìm hãm sự phát triển.

Tỷ giá tăng ảnh hưởng đến sự phát triển của VIETRANS

- ✓ VIETRANS là công ty chuyên hoạt động trong lĩnh vực giao nhận vận tải và xuất nhập khẩu chính vì thế mà tỷ giá đồng ngoại tệ lên xuống ảnh hưởng rất nhiều đến hoạt động của công ty. Khi tỷ giá tăng lên, đối với khoản tiền dịch vụ thu bằng tiền ngoại tệ thì công ty sẽ được lợi nhiều khi tính ra tiền vnd, nhưng đối với khoản tiền thu bằng tiền vnd thì tính ra tiền ngoại tệ sẽ không được cao. Mà trong khi giao dịch với nước ngoài, khách hàng đầu ngoại sẽ phải thanh toán bằng tiền ngoại tệ mà khi đó tỷ giá lên cao sẽ khiến công ty mất nhiều tiền vnd hơn.

Giá cả tăng ảnh hưởng đến sự phát triển của VIETRANS

- ✓ Giá cả của dịch vụ ảnh hưởng không nhỏ đến chất lượng của dịch vụ và cũng ảnh hưởng lớn đến khối lượng khách hàng. Đối với dịch vụ làm vận tải và làm đại lý hải quan giá cả cũng ảnh hưởng không nhỏ. Giá đầu vào của dịch vụ giao nhận chính là chi phí để thanh toán cho dịch vụ làm thủ tục hải quan và chi phí để chi trả cho quá trình làm dịch vụ vận tải. Khi giá đầu ra là cố định thì giá đầu vào ảnh hưởng không nhỏ đến lợi nhuận của dịch vụ. Giá đầu vào tăng sẽ làm lợi nhuận của công ty giảm còn nếu giá đầu vào giảm thì lợi nhuận của công ty sẽ tăng lên. Đối với dịch vụ vận tải quốc tế (vận chuyển bằng đường biển) giá cả càng ảnh hưởng lớn đến chất lượng dịch vụ.
- ✓ Khủng hoảng kinh tế thế giới và khu vực Châu á làm cho giá cước tăng, mất cân đối trong giao nhận hàng nhập khẩu và xuất khẩu.

- ✓ Khi giá cả của các sản phẩm đầu vào đối với dịch vụ giao nhận vận tải tăng lên, chẳng hạn: các chi phí khấu hao về điện thoại, cước điện thoại, máy tính, chi phí internet, tiền lương, thưởng, xăng tăng giá, dịch vụ vận chuyển bằng ô tô, đường biển và đường bộ tăng giá thì nó sẽ kéo theo cả một dây chuyền dịch vụ tăng giá.
- ✓ Giá cả đầu vào đối với công ty quyết định đến mức giá cả đầu ra của sản phẩm dịch vụ mà công ty đang thực hiện.
- ✓ Tóm lại, giá cả đầu vào của doanh nghiệp tăng khiến cho mỗi nguy cơ mất khách hàng trong tay mình của doanh nghiệp tăng lên. Khi đó, doanh nghiệp sẽ phải lựa chọn những dịch vụ có giá cả thấp để đảm bảo chi phí đầu vào của doanh nghiệp không quá cao để có thể cạnh tranh với các doanh nghiệp khác. Và khi đó lại tạo ra cuộc cạnh tranh khách hàng gay gắt giữa các doanh nghiệp.

Nói tóm lại, nền kinh tế nước ta đang phát triển, đang chuyển đổi nên môi trường kinh doanh chưa ổn định, hệ thống các văn bản luật và các qui định của dịch vụ giao nhận vận tải quốc tế còn thiếu, chưa hoàn chỉnh và đồng bộ, đội ngũ cán bộ còn yếu và quản lý, kiến thức và tầm nhìn còn hạn chế, đội ngũ chuyên môn còn thiếu nhiều nên chúng ta đã và đang gặp phải không ít các khó khăn trong việc xây dựng một ngành dịch vụ giao nhận quốc tế tiên tiến của mình. Nhà nước Việt Nam cần từng bước cải thiện chất lượng môi trường kinh doanh, phát triển nguồn nhân lực của ngành dịch vụ giao nhận vận tải của mình.

Công cuộc cải cách của Việt Nam đang đi đúng hướng, đúng kế hoạch, song hiện nay tình hình kinh tế thế giới đang bị chững lại, Việt Nam cần đẩy nhanh tốc độ cải cách kinh tế để vượt lên, biến nguy cơ thành cơ hội để phát triển, xây dựng được những giải pháp tốt trong việc thu hút vốn đầu tư trực tiếp từ nước ngoài trong lĩnh vực giao nhận vận tải quốc tế, từ đó góp phần giải quyết các vấn đề kinh tế xã hội mà sự suy thoái và khủng hoảng kinh tế trong những năm trước gây ra.

CHƯƠNG 3: ĐỊNH HƯỚNG VÀ MỘT SỐ GIẢI PHÁP THỨC ĐẨY HOẠT ĐỘNG GIAO NHẬN HÀNG HÓA QUỐC TẾ VẬN CHUYỂN BẰNG ĐƯỜNG BIỂN TẠI CÔNG TY GIAO NHẬN KHO VẬN NGOẠI THƯƠNG

3.1. Cơ hội và thách thức đối với VIETRANS

Việt Nam gia nhập WTO cùng với sự phát triển mạnh trong nền kinh tế đã khiến cho hoạt động xuất nhập khẩu tăng nhanh cùng với sự du nhập của hàng loạt những hãng tàu lớn trên thế giới vào thị trường Việt Nam, các hãng này cạnh tranh với nhau, giành giật thị trường với ngành giao nhận vận tải quốc tế Việt Nam còn nhỏ yếu. Đứng trước nguy cơ đó, ngành giao nhận vận tải quốc tế Việt Nam cần có sự nghiên cứu một cách toàn diện về thực trạng hoạt động, năng lực cạnh tranh của ngành và các xu hướng phát triển, từ đó đưa ra các giải pháp thích hợp với các điều kiện kinh tế của đất nước nhằm đảm bảo năng lực cạnh tranh của ngành giao nhận vận tải quốc tế Việt Nam trong bối cảnh hội nhập khu vực và quốc tế

Do đòi hỏi cấp thiết của giao nhận hàng hóa xuất nhập khẩu ngoài ra việc kinh doanh dịch vụ này có vốn đầu tư không lớn và nếu làm tốt thì lợi nhuận sẽ cao. Vì thế, hàng loạt các tổ chức trong và ngoài nước đổ xô vào kinh doanh lĩnh vực này làm cho thị trường giao nhận trở nên cạnh tranh rất gay gắt, để thành công trong lĩnh vực này, doanh nghiệp cần phải phân tích môi trường kinh doanh một cách đúng đắn đồng thời vạch ra đường lối kinh doanh thích hợp để doanh nghiệp có thể đạt được kết quả tốt trong công việc.

3.1.1. Những cơ hội của Công ty

❖ GDP tăng mạnh và lạm phát được kìm hãm làm cho nền kinh tế ngày càng phát triển. Đây chính là điều kiện thuận lợi cho hoạt động và sự tăng trưởng của VIETRANS

Đến nay, nước ta đã có quan hệ ngoại giao và thương mại quốc tế với hơn 180 quốc gia. Các công ty của hơn 100 quốc gia vùng và lãnh thổ đã đầu tư trực tiếp vào nước ta. Nhiều chính phủ và tổ chức quốc tế giành cho ta viện trợ không hoàn lại hoặc cho vay để phát triển.

Bên cạnh đó, nhu cầu trong nước và hoạt động xuất nhập khẩu tăng mạnh sẽ đẩy mức tăng trưởng GDP của Việt Nam lên 8,2% trong năm 2006 và 8,5% trong năm 2007 (so với mức 7,6 % trong 2004). Nhu cầu nội địa được dự đoán sẽ tăng 8,9% và 8,4%, hoạt động xuất khẩu tăng 16,8% và 13% trong năm 2006 và 2007. Ngành công nghiệp trong năm 2006 và 2007 sẽ tăng khoảng 12% nhờ sự tăng trưởng của hoạt động xuất khẩu. Cũng trong 2 năm này, mức tăng trưởng của ngành dịch vụ đạt 8,4%. Trong giai đoạn 2008 và 2009 thì ngành công nghiệp sẽ tăng khoảng 13% và của ngành dịch vụ là khoảng 9%.

Nền kinh tế Việt Nam hiện nay đang phát triển, GDP ngày càng tăng. Tốc độ phát triển của nền kinh tế cao sẽ làm xuất hiện thêm nhiều nhu cầu mới cho sự phát triển của các ngành kinh tế.

Từ những điều trên, có thể nhận ra chính sự tăng trưởng về GDP cùng với nhu cầu xuất nhập khẩu ngày càng tăng, dịch vụ chiếm 38% trên tổng số tỷ trọng GDP đã tạo ra những điều kiện thuận lợi cho Công ty VIETRANS phát triển cũng như là đẩy mạnh hoạt động giao nhận hàng hóa xuất nhập khẩu. Bên cạnh đó, đội ngũ lãnh đạo nhân viên được đào tạo căn bản, hệ thống phân phối và kho bãi trên toàn quốc, cùng mạng lưới đại lí hiệu quả, VIETRANS có khả năng đáp ứng tốt cho nhu cầu của các khách hàng trong nước và quốc tế, đây là một ưu điểm rất lớn của VIETRANS, nó giúp cho uy tín của công ty ngày một nâng cao và tạo dựng các mối quan hệ làm ăn lâu dài. Với số liệu về tài chính đã được nêu ra ta có thể thấy tiềm lực tài chính của Công ty là tương đối khả quan, các chỉ số cho thấy hoạt động của Công ty đang trên đà phát triển mạnh.

❖ Đầu tư nước ngoài tăng mạnh vào Việt Nam khiến cho các doanh nghiệp có nhiều cơ hội phát triển .

Việt Nam nằm trong khu vực trung tâm châu Á là cửa ngõ của Đông Nam Á, và là nơi giao lưu mua bán của châu Á và cả thế giới, chính vì vậy hệ thống vận tải của Việt Nam tương đối phát triển. Nhờ đó, các công ty nước ngoài trên thế giới đã tích cực tham gia vào thị trường vận tải Việt Nam, từng bước gây dựng cơ sở của mình ngày càng vững mạnh. Chính điều này khiến cho thị trường giao nhận vận tải

diễn ra ngày càng gay gắt và các công ty phải cạnh tranh nhau khốc liệt về mặt giá cả, chất lượng. Ngoài ra, an ninh xã hội và chính trị được đảm bảo, nền kinh tế Việt Nam đang tăng trưởng mạnh, theo cục đầu tư nước ngoài, Việt Nam dự kiến nâng mức tăng trưởng GDP bình quân hàng năm giai đoạn 2006 – 2010 từ 7,5% lên 8,2% nhằm đảm bảo tổng GDP năm 2010 gấp 21 lần so với năm 2001. Để làm được điều này, đầu tư xã hội trong 5 năm nữa cần có 114 tỷ USD, trong đó vốn FDI phải chiếm ít nhất 20%. Do đó, đòi hỏi Chính phủ phải tiếp tục cải thiện mạnh mẽ môi trường đầu tư hơn nữa nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh để thu hút các nhà đầu tư nước ngoài.

Tóm lại, đầu tư nước ngoài tăng lên tạo cơ hội cho các doanh nghiệp nói chung được tiếp cận với các thiết bị hiện đại hơn của nước ngoài, tạo cơ hội lớn cho các doanh nghiệp Việt Nam phát triển. Đối với VIETRANS nói riêng, đầu tư nước ngoài tăng lên tạo cơ hội cho Công ty được tiếp cận với các loại hình dịch vụ vận tải đa dạng hơn và tạo đà phát triển lớn cho Công ty.

❖ Pháp luật và chính sách của Nhà nước Việt Nam tạo ra nhiều thuận lợi cho các doanh nghiệp nhà nước.

Môi trường chính trị và xã hội Việt Nam rất ổn định, và đây là một lợi thế rất lớn của VIETRANS bởi những lý do sau : Thể chế chính trị của nước ta tương đối ổn định đi kèm là quan điểm của Đảng ta về chính sách đối nội là xây dựng một đất nước giàu mạnh, xã hội công bằng văn minh. Về đối ngoại chúng ta đã khẳng định rõ : muốn kết bạn với tất cả các quốc gia khác trên thế giới mà không phân biệt chế độ chính trị, trên cơ sở hòa bình hợp tác đôi bên cùng có lợi. Trong xu hướng khu vực hóa và quốc tế hóa hiện nay, Việt Nam đã ngày càng tích cực hơn vào phân công lao động quốc tế có quan hệ thương mại và ngoại giao với hơn 160 nước, là thành viên chính thức hoặc quan sát viên của nhiều tổ chức quốc tế ... tất cả những điều đó đang đặt ra cơ hội rất lớn cho các doanh nghiệp nói chung và VIETRANS nói riêng.

Trong đời sống văn hóa xã hội, sự phát triển các thượng tầng kiến trúc có ở khắp nơi trên thế giới, ở đâu cũng phải có sự giao lưu buôn bán, trong đó hàng hóa

được trao đổi giữa các quốc gia với nhau khiến các công ty giao nhận vận tải xuất hiện ngày càng nhiều. Nó cũng làm đẩy nhanh việc các công ty tham gia vào thị trường giao nhận vận tải vì nhìn chung đây là một thị trường hết sức tiềm năng về kinh tế. Chính vì vậy mà hiện nay, rất nhiều các công ty tham gia vào lĩnh vực này, từ các doanh nghiệp nhà nước, các công ty tư nhân cũng như các công ty cổ phần không chuyên về vận tải cũng tham gia vào quá trình vận tải.

Bên cạnh đó, các điều kiện xã hội làm cho ngành kinh tế nói chung và các công ty hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu nói riêng phát triển mạnh và đưa đất nước ngày càng phát triển. Khi điều kiện xã hội ổn định thì sẽ tạo một môi trường thuận lợi cho sự phát triển của Công ty. Điều này giúp cho Công ty ngày càng mở rộng được thị trường của mình trong lĩnh vực giao nhận vừa giúp cho Công ty đứng vững và có uy tín ở thị trường trong nước và quốc tế.

❖ Nền kinh tế tăng trưởng nhanh dẫn đến nhu cầu vận chuyển hàng hóa xuất nhập khẩu, giao lưu ngoại thương tăng, và cơ hội cho các Công ty giao nhận nói chung và VIETRANS nói riêng ngày càng được mở rộng.

❖ Các đối thủ cạnh tranh xuất hiện ngày càng nhiều khiến cho doanh nghiệp phải không ngừng trau dồi nghiệp vụ và chuyên môn của mình để phục vụ người tiêu dùng và nâng cao uy tín của Công ty đối với khách hàng. Và đây chính là cơ hội lớn đối với các doanh nghiệp nói chung và Công ty VIETRANS nói riêng trong vấn đề chuyên môn, nâng cao trình độ cũng như năng lực hoạt động của Công ty.

3.1.2. Những thách thức đối với Công ty VIETRANS

❖ Chính sách của nhà nước nhiều khi không thống nhất gây cho doanh nghiệp tâm lý hoang mang

Môi trường pháp lí của nước ta không ổn định, môi trường pháp lí trong nước luôn thay đổi cũng ảnh hưởng lớn tới kinh doanh giao nhận nói chung và kinh doanh vận tải nói riêng. Trong hoàn cảnh hiện nay, tự do hóa thị trường khiến cho tính độc quyền dần mất đi. Xu hướng này khiến cho tình hình kinh doanh vận tải ngày càng khó khăn hơn khiến cho các công ty cung ứng dịch vụ vận tải phải tuân theo những

nguyên tắc quy định trong luật pháp Việt Nam cũng như trong các đạo luật đã được ban hành.

❖ Việt Nam gia nhập WTO, mở rộng mối quan hệ với các nước trên thế giới, tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp phát triển, nhưng bên cạnh đó cũng không ít thách thức, khó khăn được đặt ra. Trước một sức ép lớn từ các nước lớn trên thế giới, bên cạnh việc hoạt động xuất nhập khẩu ngày càng tăng mạnh nhưng ảnh hưởng từ những cuộc khủng hoảng về tài chính lại ngày càng lớn, điều này đã đem đến cho các doanh nghiệp xuất nhập khẩu một sự cạnh tranh gay gắt, đặc biệt là cạnh tranh trong lĩnh vực này không chỉ là giữa các doanh nghiệp trong nước mà còn có sự tác động của các doanh nghiệp nước ngoài. Cạnh tranh bao gồm cả cung và chất lượng. Trong lĩnh vực giao nhận vận chuyển, nhà đầu tư nước ngoài có tiềm năng lớn và kinh nghiệm hơn so với các doanh nghiệp trong nước. Đây chính là thách thức lớn đối với ngành giao nhận vận chuyển Việt nam thời kỳ hội nhập.

❖ Các văn bản luật và dưới luật còn nhiều điều bất cập và không thống nhất

Luật doanh nghiệp thông thoáng nhưng khi quy định một số ngành nghề kinh doanh phải có điều kiện thì rất nhiều. Việc này gây trở ngại lớn cho các doanh nghiệp và phát sinh một loạt thủ tục hành chính. Bên cạnh đó, khi trình chính phủ ban hành nghị định, do các cơ quan chủ quản đã không hiểu hết thực trạng nền kinh tế nên đã quy định những điều kiện mà các doanh nghiệp không thể đáp ứng được.

Những quy chế pháp lý về việc kinh doanh giao nhận chưa rõ ràng, thủ tục hải quan còn trì trệ trong khâu giải phóng hàng, còn mâu thuẫn về nội dung các văn bản của các bộ ngành ban hành liên quan đến xuất nhập khẩu, vận tải...

Quản lý kinh doanh lỏng lẻo do trực thuộc nhiều cơ quan chủ quản nên dẫn đến việc cạnh tranh không lành mạnh.

Nhà nước chưa kiểm soát hoạt động giao nhận vận tải một cách chặt chẽ, chủ yếu là kiểm soát bằng các biện pháp hành chính nên không phù hợp.

Chế độ thuế hiện hành chưa thực sự khuyến khích phát triển.

Hiệp hội Giao nhận Kho vận Việt Nam hoạt động cầm chừng, ngắt quãng, chưa thực sự tích cực và hiệu quả, chưa đóng vai trò là trung tâm liên kết các doanh nghiệp.

Ngoại thương Việt Nam còn chưa đủ khả năng đáp ứng được năng lực giao nhận vận tải trong mùa cao điểm xuất hàng bên cạnh đó còn mang tính thời vụ cao, mất cân đối trong giao nhận xuất - nhập. Ngoài ra, các doanh nghiệp giao nhận vận tải trong nước chủ yếu làm đại lý cho hãng giao nhận nước ngoài nên doanh thu thấp, bị động trong hoạt động tiếp thị và lợi nhuận thấp.

❖ Hệ thống cơ sở hạ tầng còn yếu kém, mạng lưới vận tải chưa hoàn thiện, đặt ra nhiều thách thức cho các doanh nghiệp vận tải muốn nâng cao vị thế và tầm ảnh hưởng của mình nhằm sánh vai với các doanh nghiệp và tập đoàn lớn nước ngoài.

Các loại hình vận chuyển biển – không – bộ - sông và ven biển chưa thể kết hợp, chưa tổ chức các điểm chuyên tải. Phương tiện vận tải còn lạc hậu, cũ nên năng suất thấp.

Mạng lưới vận tải hàng hóa nội địa giữa các thành phố lớn, trung tâm xuất nhập khẩu với các tỉnh chưa tổ chức được thường xuyên nên chi phí giao nhận vận tải nội địa còn cao.

Trình độ cơ giới hóa trong bốc dỡ hàng yếu kém, sử dụng lao động thủ công là phổ biến.

Hầu hết các cảng biển Việt Nam đều nhỏ bé và trình độ kỹ thuật chưa cao, bộc lộ nhiều nhược điểm. Đó là hệ thống giao thông nối tuyến vận tải còn chưa đồng bộ và đặc biệt là thiếu các hệ thống cảng chuyên dụng, cảng nước sâu hay bến container.

Cơ sở hạ tầng như đường bộ, sông, biển, sân bay yếu kém, phương tiện vận chuyển lạc hậu. Việc đầu tư nâng cấp cảng biển còn thiếu đồng bộ, không thống nhất, gây lãng phí vốn, và không sử dụng hết hiệu quả.

Tính chuyên nghiệp hóa trong giao nhận vận tải quốc tế còn chưa cao do đa dạng hóa các loại hình dịch vụ giao nhận vận tải quốc tế nên năng lực, nhân sự bị phân tán, đầu tư không tập trung.

❖ Các đối thủ cạnh tranh ngày càng nhiều và cạnh tranh ngày càng gay gắt, thị trường ngày càng bị chia sẻ.

VIETRANS có rất nhiều các đối thủ cạnh tranh lớn như: Gematrans, Vinatransco, North freight, Vinatrans, Vosco. Ngoài ra, VIETRANS còn cạnh tranh gay gắt với các công ty khác như Vietfach, Transimex, Cosfi, Vinaship, O.Z... Nhìn chung các công ty này đều có lợi thế về thương mại, cơ sở vật chất sẵn có, đội tàu, có quan hệ rộng rãi cùng với đội ngũ cán bộ lành nghề và là các công ty có uy tín lớn trên thị trường. Họ có mạng lưới rộng khắp, có tiềm lực mạnh về tài chính và dễ thích nghi với thị trường... Như vậy đối thủ cạnh tranh của VIETRANS là rất nhiều và rất đa dạng.

3.2. Định hướng cho việc phát triển hoạt động giao nhận hàng hóa quốc tế bằng đường biển

Ở nước ta, dịch vụ giao nhận vận tải đã được công nhận là một ngành kinh doanh mới và đã được ghi nhận trong bộ luật Thương mại do quốc hội ban hành ngày 23.5.1977. Trong kinh doanh mọi hoạt động sẽ chịu sự chi phối của hệ thống luật lệ, chính sách trong giao thông vận tải, luật thương mại và các qui định hải quan trong xuất nhập khẩu. Là một ngành kinh doanh còn non trẻ và khó có thể cạnh tranh bình đẳng với các công ty vận tải nước ngoài, nên ngành giao nhận vận tải được xem là một trong những ngành kinh doanh được nhà nước bảo hộ và khuyến khích phát triển, sự bảo hộ này rõ rệt nhất ở lĩnh vực làm đại lý cho các công ty nước ngoài.

Nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho sự phát triển nhanh chóng ngành dịch vụ giao nhận vận tải, Chính phủ đã chủ trương xây dựng các Tổng công ty lớn vận tải như: Tổng công ty Hàng Hải, Tổng công ty Hàng không... trong đó được phép kinh doanh đa ngành nghề.

Ở Việt Nam, bước đầu Nhà nước khuyến khích phát triển tự do nên quá nhiều công ty vận tải tham gia cạnh tranh, dẫn đến phá giá và gây ra tình trạng bất ổn trên thị trường, do đó phương pháp được xem là phù hợp nhất trong điều kiện kinh doanh hiện nay ở nước ta. Đó là Nhà nước cần thực hiện một số biện pháp nhằm

điều tiết gián tiếp hoạt động kinh doanh giao nhận vận tải. Bên cạnh đó, cần xem xét và rút ra những ưu và khuyết điểm của mô hình mà các tổng công ty đã gặp phải để có chính sách phát triển phù hợp, đẩy mạnh chương trình cổ phần hoá, sát nhập để có những công ty mạnh để đủ sức cạnh tranh trên thương trường không chỉ trong nước mà cả quốc tế.

3.2.1. Dự báo nhu cầu vận chuyển hàng hóa bằng đường biển

Theo Cục Hàng Hải Việt Nam, hàng hoá xuất nhập khẩu đường biển trong thời gian tới sẽ tiếp tục tăng nhanh về qui mô và đến năm 2010 có thể tăng gấp 2,63 lần so với năm 2000 khoảng 227,8 triệu tấn. Bên cạnh đó, với xu hướng phát triển tự do hoá thương mại, một lượng lớn hàng từ các nước lân cận như Lào hay các vùng đông bắc Thái Lan, nam Trung Quốc sẽ được chuyển tải hoặc quá cảnh sang Việt Nam để đi đến các thị trường quốc tế trên cơ sở sử dụng lợi thế về địa lý của các cảng quốc tế ven biển miền Trung và miền Nam.

Việt Nam có lợi thế là có bờ biển chạy theo chiều dài đất nước vì vậy, Việt Nam là nơi thông thương để tàu bè chuyển tải đến các nơi trên thế giới. Dự báo một số mặt hàng xuất nhập khẩu của Việt Nam đến năm 2010 và 2015 được thể hiện qua bảng sau :

Bảng 3.1: Dự báo một số mặt hàng XK của Việt Nam đến năm 2015

Đơn vị: 1000 tấn

TT	Mặt hàng xuất	2010	2015
1	Dầu thô	43372	64784
2	Than đá	9397	12352
3	Gạo	4337	7224
4	Xi măng	5783	8760
5	Đồ gỗ và sản phẩm gỗ	1099	2034
6	Cà phê	574	678
7	Cao su	654	987
8	Hàng dệt may mặc	297	459
9	Hạt điều	351	748
10	Tôm đông lạnh	278	324
11	Hạt tiêu	251	459
12	Chè	213	368
13	Thịt chế biến	88	129
14	Các mặt hàng khác	43574	57324
	Tổng cộng	110268	156630

Nguồn: Phòng kế hoạch Công ty VIETRANS

Bảng 3.2: Dự báo một số mặt hàng NK của Việt Nam đến năm 2015**Đơn vị: 10000 tấn**

TT	Mặt hàng nhập	2010	2015
1	Xăng dầu	13120	15475
2	Hàng container	20350	25748
3	Kim khí	10574	15674
4	Phân bón	6255	8567
5	Thiết bị	5214	7645
6	Lương thực	3241	4982
7	Hoá chất	3574	4851
8	Hàng khác	10306	12682
	Tổng cộng	72634	95624

Nguồn: Phòng Kế hoạch Công ty VIETRANS

Qua bảng trên, số liệu dự báo của năm 2010 được xây dựng trên cơ sở số liệu thực tế của các năm gần đây là 2008 và 2009 các mặt hàng nhập khẩu tiếp tục được tăng nhanh do đây không phải là các mặt hàng có tiềm năng của Việt Nam và nguồn hàng hóa phục vụ nhu cầu trong nước là phải đi nhập khẩu từ các quốc gia khác về. Tính theo đà phát triển hiện có thì ta cũng sẽ tổng hợp được những con số dự đoán cho các mặt hàng tương tự của năm 2015. Và nhu cầu vận tải đường biển của năm 2015 có thể sẽ gấp hơn 8,3 lần nhu cầu vận tải đường biển năm 2010.

3.2.2. Mục tiêu kinh doanh của VIETRANS đến năm 2015

3.2.2.1. Mục tiêu tổng quát

Phát triển ngành giao nhận vận tải quốc tế không những đáp ứng nhu cầu hiện nay của nền kinh tế đất nước mà còn phù hợp với những chủ trương và đường lối phát triển của Đảng hiện nay và trong tương lai. Việc thực hiện CNH - HĐH ngành giao nhận vận tải quốc tế không chỉ nhằm phát triển bản thân ngành mà còn nhằm thực hiện nhiệm vụ chiến lược CNH - HĐH đất nước mà Đảng đã đề ra.

Ngược lại, công cuộc CNH - HĐH nền kinh tế sẽ là tiền đề hỗ trợ, thúc đẩy ngành phát triển.

Mục tiêu của VIETRANS đến năm 2015 là “Dành thị phần lớn cho doanh nghiệp trong nước trong vận chuyển hàng hoá Việt Nam theo đường biển và đường hàng không quốc tế đồng thời phát triển và nâng cao chất lượng dịch vụ vận tải hàng hoá ngày càng hiện đại, an toàn, có sức cạnh tranh, vươn nhanh ra thị trường khu vực và thế giới.”.

3.2.2.2. Mục tiêu cụ thể

Trên cơ sở mục tiêu tổng quát của doanh nghiệp, nhiệm vụ chiến lược trong kinh doanh giao nhận của VIETRANS từ nay đến 2013 được cụ thể hoá như sau:

- Chuyên nghiệp hoá giao nhận vận tải quốc tế và phát triển các hình thái tổ chức giao nhận vận tải tiên tiến.

- Đa dạng hoá loại hình dịch vụ với chất lượng cao nhằm thoả mãn tối đa mọi nhu cầu từ phía người gửi và người nhận hàng đồng thời tăng nhanh chóng khả năng cung về giao nhận vận tải đường không, đảm bảo việc gửi hàng liên tục, không bị ứ đọng, ách tắc.

- Mở rộng phạm vi hoạt động quốc tế và từng bước mở chi nhánh hoặc các văn phòng đại diện ở nước ngoài, nhất là ở những nước lân cận và những thị trường chính của kinh doanh giao nhận vận tải hiện nay.

- Gia tăng nhanh chóng thị phần giao nhận quốc tế để tăng thu ngoại tệ. Đồng thời xây dựng những liên kết chiến lược về mọi mặt như là: thị trường, tài chính, công nghệ với các công ty vận tải biển, các hãng hàng không trong nước để tăng sức cạnh tranh trên thị trường.

- Phát triển, đào tạo nguồn nhân lực có trình độ, và chuyên môn cao vì đây là nhân tố quan trọng quyết định thành công trong kinh doanh.

3.3. Một số giải pháp đưa ra để hoàn thiện quy trình giao nhận hàng hóa quốc tế bằng đường biển tại VIETRANS.

Do dịch vụ giao nhận vận tải là dịch vụ có khả năng sinh lợi rất cao, tiềm năng thị trường còn lớn, nên sẽ ngày càng có nhiều đối thủ tham gia thị trường với

những chiêu thức cạnh tranh mới lạ và hấp dẫn hơn. Để có thể tăng cường và nâng cao khả năng cạnh tranh, Công ty cần phải có các giải pháp để thực hiện tốt chiến lược cạnh tranh của mình nhằm giữ khách hàng hiện tại và thu hút khách hàng tiềm năng.

3.3.1. Giải pháp về nội lực của Công ty

3.3.1.1. Giải pháp về nguồn nhân lực

Trong điều kiện hiện nay, chất lượng của nguồn nhân lực cũng là lợi thế của doanh nghiệp, chính vì vậy, Công ty cần đầu tư đội ngũ cán bộ có năng lực, nhạy bén hơn so với đối thủ cạnh tranh. Không chỉ các chuyên gia kinh tế hay kỹ thuật mà ngay cả những nhân viên cũng phải hiểu rõ về kinh doanh các hoạt động dịch vụ, biết cách làm thế nào để đáp ứng tốt nhất nhu cầu của khách hàng.

- Thường xuyên bồi dưỡng, nâng cao đào tạo những kiến thức chuyên môn nghiệp vụ và kỹ năng cho cán bộ công nhân viên chức và đội ngũ trực tiếp phục vụ khách hàng, tài trợ cho các cán bộ công nhân viên có năng lực tham gia các khóa học ở nước ngoài để nâng cao kỹ năng và trình độ chuyên môn nghiệp vụ

- Nâng cao ý thức cạnh tranh cho cán bộ công nhân viên để tăng năng suất lao động và hiệu quả làm việc

- Khi bố trí nhân viên cần chú ý đến các yếu tố hình thành nên phẩm chất và trình độ chuyên môn của nhân viên bởi vì việc bố trí đúng người, đúng việc sẽ tạo ra sự yêu thích lao động và sự say mê trong công việc, từ đó tạo hiệu quả làm việc cao

- Chú trọng đến phát triển nguồn nhân lực trẻ bởi nguồn nhân lực trẻ có lợi thế được tiếp cận với tri thức mới, có khả năng nhạy bén...

- Có mức lương, thưởng hấp dẫn để thu hút cán bộ giỏi, có năng lực

3.3.1.2. Giải pháp về cơ chế chính sách

- Dịch vụ giao nhận vận chuyển được khách hàng biết đến và phần nào hài lòng, tuy nhiên trong tương lai vẫn phải phát triển thêm nhiều loại hình dịch vụ khác đồng thời hoàn thiện nâng cao chất lượng dịch vụ của khách hàng

- Có cơ chế khen thưởng khuyến khích cán bộ công nhân viên hăng say làm việc, có nhiều khách hàng mang về lợi nhuận lớn cho Công ty và ban hành những chính sách hoa hồng hợp lí nhằm thu hút các khách hàng tiềm năng

- Xây dựng cơ chế bảo mật thông tin kinh doanh

- Công ty mở thêm một số dịch vụ mới như chuyển phát nhanh thư, tài liệu và chuyển phát nhanh gói nhỏ, kiện hàng nhằm đi sâu vào chính sách xâm nhập thị trường. Hai dịch vụ này hiện đã mang lại cho Công ty doanh thu và tốc độ tăng trưởng khá cao. Tuy nhiên, để tăng sức cạnh tranh với các công ty chuyển phát nhanh khác như : UPS, Fedex, DHL, ... trong tương lai, Công ty cần phải phát triển thêm nhiều loại hình chuyển phát nhanh hơn nữa vì nhu cầu của khách hàng về loại hình dịch vụ này hiện đang tăng lên rất lớn.

- Nâng cao chất lượng dịch vụ chuyển phát nhanh cũng là một giải pháp vô cùng quan trọng vì nó góp phần rất lớn trong việc quyết định lựa chọn dịch vụ của người tiêu dùng

3.3.1.3. Giải pháp về thu hút đầu tư phát triển

Để cho dịch vụ ngày càng phát triển, thị trường ngày càng mở rộng, nhất thiết phải có sự đầu tư thích đáng cho cơ sở hạ tầng phát triển dịch vụ, điều này thể hiện qua việc đầu tư phương tiện vận chuyển, thiết bị đầu tư hệ thống truy tìm định vị bưu gửi, đầu tư máy móc, trang thiết bị kiểm hóa hải quan...

- Trước tiên, khâu kiểm hóa hải quan cũng là một khâu quan trọng và gây khá nhiều rắc rối, nhiều khi gây chậm trễ trong qua trình lưu chuyển của hàng hóa. Công ty muốn đầu tư thích đáng cho công tác kiểm hóa hải quan, kết hợp với cơ quan hàng không và hải quan để khâu kiểm tra hàng hóa được tiến hành một cách nhanh chóng, nhằm đem lại hiệu quả cao cho công tác giao nhận vận tải và chuyển phát nhanh.

- Bên cạnh đó, cần đầu tư hệ thống phương tiện vận chuyển hiện đại, đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng và phong phú của khách hàng, bổ sung thêm hệ thống ô tô chuyên chở để có thể đảm bảo thiết lập mạng vận chuyển riêng cho dịch vụ giao nhận và cho dịch vụ chuyển phát nhanh

3.3.1.4. Giải pháp về giá cả và chi phí

Trong thời gian tới, giá cước vẫn là một nhân tố quan trọng tác động đến hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp trong môi trường cạnh tranh, việc so sánh giá cước giữa các doanh nghiệp hiện đang cung cấp dịch vụ giao nhận trên thị trường đã cho thấy rằng cước dịch vụ của Công ty còn hơi cao so với một số doanh nghiệp khác. Do vậy, Công ty cần kiểm soát và theo dõi thường xuyên giá thành dịch vụ để tiến hành việc tăng/giảm cước một cách hợp lý bằng cách:

- Khuyến khích cho những khách hàng tham gia nhiều vào loại hình xuất nhập khẩu và giao nhận với Công ty và trở thành khách hàng trung thành của Công ty trong một thời gian dài.
- Đồng thời, đưa ra nhiều chính sách ưu đãi về giá cước, tạo nhiều cơ hội chọn lựa cho khách hàng.

3.3.1.5. Giải pháp về kênh phân phối:

Phát triển kênh phân phối là biện pháp quan trọng để mở rộng thị trường dịch vụ, đồng thời tăng sức cạnh tranh của Công ty trong lĩnh vực giao nhận vận tải.

- Vì vậy Công ty nên tận dụng và phát huy mạng lưới kênh phân phối hiện có
 - VIETRANS có một lợi thế đó là có mạng lưới tiếp cận với khách hàng ở nhiều tỉnh thành trên cả nước, chính vì vậy, Công ty cần tận dụng và phát huy mạng lưới đó có thể thực hiện các hình thức cung cấp dịch vụ đến tận tay khách hàng, tạo sự uy tín của mình đối với khách hàng.
- Xã hội hóa kênh bán hàng:
 - Công ty nên có những chính sách dịch vụ riêng cho các khu kinh tế mở, khu đô thị mới, khu công nghiệp...
 - Bên cạnh đó, cần hướng tới thị trường đại chúng, tiếp tục mở rộng hệ thống chi nhánh của mình và phục vụ khách hàng phải được phát triển thuận tiện nhằm tiếp cận khách hàng một cách thuận lợi

3.3.2. Giải pháp cho việc phát triển thị trường

3.3.2.1. Điều tra, nghiên cứu thị trường thu nhập thông tin không chỉ về gói sản phẩm dịch vụ của Công ty đồng thời tìm hiểu đối thủ cạnh tranh

- Để thực hiện tốt chiến lược kinh doanh của mình, VIETRANS cần hiểu rõ đối thủ cạnh tranh hiện tại có những thế mạnh gì so với mình và các đối thủ cạnh tranh tiềm ẩn là ai. Họ có những lợi thế mà VIETRANS chưa có, doanh thu, thị phần, chính sách, chiến lược và kế hoạch của đối thủ như thế nào để có những biện pháp đối phó kịp thời. Việc thu thập thông tin về đối thủ cạnh tranh là rất khó khăn. Vì vậy, VIETRANS cần phải:

- Đầu tư về con người và tài chính để thực hiện công tác nghiên cứu thị trường có hiệu quả.

- Công ty cần tổ chức đội ngũ chuyên viên nghiên cứu thị trường và các đối thủ cạnh tranh. Đồng thời, từ đó dự kiến kinh phí và tổ chức điều tra thị trường cũng như trao đổi, mua bán thông tin thị trường.

- Xây dựng và quản lý cơ sở dữ liệu khách hàng giúp công ty vì việc xây dựng và quản lý tốt cơ sở dữ liệu khách hàng sẽ giúp công ty có được ước tính quy mô thị trường cho một dịch vụ mới hay một cơ cấu giá mới nhằm khắc phục được nhược điểm về mặt tổ chức đối với công tác chăm sóc khách hàng .

Trong môi trường cạnh tranh nhiều biến động, để có thể có lợi thế cạnh tranh, VIETRANS nên nắm bắt kịp thời các thông tin về cơ chế chính sách cũng như khách hàng, đối thủ cạnh tranh... bằng cách: Thường xuyên tổ chức điều tra thị trường nắm bắt thông tin về khách hàng tiến hành phân loại khác biệt hơn để từ đó có chính sách phù hợp với từng kiểu phân loại trong từng giai đoạn cụ thể, xác định những loại nào phù hợp với mục tiêu và nguồn lực của mình để mở rộng thị trường.

- Đồng thời, thường xuyên cập nhật các thông tin về chính sách pháp lý để theo dõi sự thay đổi, điều chỉnh chính sách, từ đó có những dự báo tốt về tình hình tương lai.

3.3.2.2. Về công tác chăm sóc khách hàng và quảng cáo, tiếp thị

Trong nền kinh tế thị trường, hoạt động quảng cáo dịch vụ có ý nghĩa cực kì quan trọng. Nó tạo quan hệ mua bán rộng rãi và góp phần thu hút khách hàng đến với công ty đồng thời là vũ khí cạnh tranh mạnh mẽ với các đối thủ khác. Để làm

vừa lòng khách hàng và nâng cao hoạt động quảng cáo, tiếp thị, Công ty nên tập trung vào một số vấn đề chính sau:

- Tập trung vào việc nâng cao uy tín đối với khách hàng

a. Đối với đội ngũ chăm sóc khách hàng

- Bước đầu tiên đó là đào tạo nhằm nâng cao chất lượng của đội ngũ chăm sóc khách hàng vì đội ngũ chăm sóc khách hàng sẽ là những người tiếp cận trực tiếp với khách hàng và chính là người tạo dựng thương hiệu cho Công ty. Do vậy, cần có những khóa đào tạo ngắn hạn nhằm nâng cao nhận thức của đội ngũ chăm sóc khách hàng về dịch vụ cũng như các kiến thức chuyên môn nghiệp vụ khác để có thể cung cấp cho khách hàng và tư vấn khách hàng sử dụng dịch vụ nào có hiệu quả nhất. Trong suốt quá trình cung cấp dịch vụ đó, cố gắng tối đa để thu thập được thông tin về khách hàng.

b. Hoạt động chăm sóc khách hàng

- Thông tin đầy đủ về các gói sản phẩm, giá cước, hướng dẫn cách sử dụng dịch vụ... để khách hàng tiện nắm bắt.

- Có các hoạt động trợ giúp khách hàng;

- Cung cấp thông tin về hành trình của phương tiện vận tải cho khách hàng, để khách hàng tự theo dõi mà không cần gọi điện yêu cầu.
- Giải đáp thỏa đáng những thông tin mà khách hàng yêu cầu và phải thông báo đầy đủ cho khách hàng về tình trạng hàng hóa hiện đang ở vị trí nào, hàng bao giờ đến nơi nhận hàng và giao hàng.
- Tổ chức hội nghị khách hàng hàng năm, mời khách hàng lớn tham dự. Trong hội nghị đó, Công ty biết được những điểm mạnh, điểm yếu của các dịch vụ mà công ty đang thực hiện thông qua những lời nhận xét của khách hàng, và những vướng mắc khi sử dụng dịch vụ, đồng thời công bố những chính sách về dịch vụ của chính mình trong thời gian tới.
- Thỉnh thoảng Công ty nên tổ chức một đợt phát quà cho những khách hàng, đối tác thường xuyên làm việc với Công ty.

- Quảng cáo và tiếp thị

- Ngoài việc quảng cáo trên tivi, công ty nên tiếp tục quảng cáo trên các loại báo hàng ngày như : Vietnam Investment Review hoặc Hà Nội mới, Sài Gòn giải phóng, ...vì đây là những tờ báo có số lượng độc giả lớn, đặc biệt là độc giả nước ngoài. Hơn nữa, việc thường xuyên gửi báo giá cũng như thư chào hàng cho khách hàng tiềm năng và thông báo về những thay đổi mới nhất có lợi cho khách hàng cũng là một cách để giữ chân khách hàng và tạo dựng mối quan hệ lâu dài đối với các khách hàng của mình.

3.3.3. Một số đề xuất với nhà nước và các cơ quan hữu quan

3.3.3.1. Hoàn thiện luật pháp và chính sách

- Thời gian vừa qua nhiều văn bản pháp luật đã được xây dựng, ban hành và đang hoàn thiện như “ Đề án thí điểm cải cách thủ tục hành chính tại các cảng biển khu vực thành phố Hồ Chí minh”, cơ chế quản lý cơ sở hạ tầng cảng biển, quy hoạch chi tiết 8 nhóm cảng biển Việt Nam đồng thời quy hoạch chi tiết tại các cảng biển quan trọng. Tuy nhiên, Nhà nước vẫn cần phải tiến hành rà soát lại toàn bộ các văn bản pháp quy có những nội dung liên quan đến doanh nghiệp sửa đổi, điều chỉnh, bổ sung một cách cơ bản nhằm tạo một môi trường pháp lý rõ ràng, nhất quán, ổn định, và khả thi cho hoạt động giao nhận vận tải quốc tế.

- Song song với việc đó, Nhà nước cần tham gia soạn thảo và phê chuẩn các công ước quốc tế về việc vận chuyển đa phương thức, chú trọng đầu tư cơ sở hạ tầng, đường sá, cảng biển, cảng sông, nạo vét luồng lạch để tránh ách tắc giao thông thủy và tăng khả năng vận tải, đồng thời trang bị tốt các phương tiện xếp dỡ hiện đại ở các điểm đầu mối vận chuyển là cảng, sân bay, nhà ga, đường sắt.

- Cần sớm hoàn chỉnh các văn bản dưới luật và các quy định có liên quan đến hoạt động giao nhận vận tải quốc tế. Và để giảm tính thời vụ trong việc vận chuyển, Bộ Công thương cần đưa ra thông tin về tình hình phân bổ quota cho các mặt hàng kịp thời, chi tiết. Rà soát định kỳ 3 tháng một lần tình hình thực hiện quota, nếu thấy

đơn vị nào không sử dụng hết thì rút lại và cấp cho đơn vị khác để đảm bảo xuất hàng liên tục.

- Nếu Nhà nước cải cách và đổi mới hoạt động hải quan sẽ tạo thuận lợi cho hoạt động ngoại thương, tạo tiền đề lưu thông hàng hóa quốc tế vào và ra lãnh thổ Việt Nam dễ dàng nhằm thúc đẩy nhanh chóng tiến trình tự do hóa thương mại và nhanh chóng hội nhập Việt Nam vào các nền kinh tế quốc tế.

3.3.3.2. *Đầu tư, nâng cấp các cơ sở hạ tầng phục vụ công tác giao nhận vận tải*

- Cơ sở hạ tầng của vận tải, đặc biệt là vận tải đường biển và vận tải đường không của nước ta tuy có sửa chữa bổ sung, trang bị thêm các phương tiện hiện đại nhưng so với trình độ của các nước trong khu vực thì vẫn còn thấp và chưa đáp ứng được những yêu cầu đòi hỏi trước mắt và lâu dài đối với ngành giao nhận vận tải quốc tế ở nước ta. Ngoài ra, nước ta cần phải tu sửa lại đường bộ và đường sắt để có thể phát triển hơn nữa về mặt giao nhận trong lĩnh vực này. Vì hiện nay, giao nhận trong lĩnh vực này còn nhiều hạn chế.

- Tăng nhanh nhu cầu về vận chuyển và giảm khoảng cách kinh tế từ Việt Nam đến các nước tiêu thụ để đáp ứng được nhu cầu vận chuyển ngày một tăng nhanh trong tương lai.

- Một là: Phải đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng hiện đại như hoàn thiện hệ thống thông tin liên lạc, kho bãi, để nối các trung tâm kinh tế vào một mạng lưới giao thông hoàn chỉnh nhằm đảm bảo kịp thời vận chuyển hàng hóa nhanh chóng nhất và hiệu quả nhất.
- Hai là: Tập trung đầu tư xây dựng các cảng biển, cảng hàng không thành một hệ thống tiêu biểu, là cửa ngõ kết nối Việt Nam với thế giới và hạn chế đầu tư phát triển tràn lan các cảng khu vực khi chưa có quy hoạch tổng thể một hệ thống cảng biển khu vực.
- Ba là: Kết hợp xây dựng các trung tâm dịch vụ giao nhận chuyên tải hàng hóa ngay tại cảng quốc tế tiêu biểu này để nhằm góp phần hình thành trung tâm công nghệ cao và thu hút vốn đầu tư vào các ngành

kinh tế kỹ thuật chứa đựng những hàm lượng chất xám cao và hướng về xuất khẩu.

3.3.3.3. Hoàn thiện hệ thống chính sách thuế - tín dụng

- Hiện nay, chính sách thuế đối với các doanh nghiệp giao nhận vận tải ngoài mục đích tăng nguồn thu vào Ngân sách Nhà nước, chống thất thu thuế mà còn phải tạo điều kiện thuận lợi khuyến khích cho các doanh nghiệp. Trong bối cảnh kinh tế hiện nay, các doanh nghiệp nói chung và các doanh nghiệp giao nhận vận tải quốc tế nói riêng đều cho rằng các loại thuế hiện nay còn khá cao, vì vậy, Nhà nước cần phải có một số biện pháp như sau:

- Đối với các công ty giao nhận trong nước, Nhà nước cần có chính sách ưu đãi như giảm thuế VAT hoặc thuế thu nhập với mức ưu đãi sẽ tương ứng với tỉ lệ hàng hóa chở bằng phương tiện trong nước mà Công ty đạt được hoặc theo tỉ lệ cước phí đã chuyên chở.
- Đối với các chủ hàng xuất nhập khẩu đã được giảm thuế VAT, thuế thu nhập với tỉ lệ giảm tùy thuộc vào lượng hàng hay cước phí mà họ trả để chở bằng phương tiện trong nước

- Thuế nhập khẩu một số mặt hàng còn quá cao và mã thuế hàng nhập khẩu quy định vẫn còn thiếu rõ ràng, dẫn đến tình trạng một mặt hàng có thể áp nhiều mức thuế. Ngoài ra, giá tối thiểu tính thuế với một số mặt hàng cũng chưa hợp lý và chưa được điều chỉnh theo sự biến động của thị trường hiện nay.

- Nhà nước cần có biện pháp xử lý thỏa đáng và bình đẳng nếu cơ quan hải quan áp sai mã thuế gây ra thiệt thòi cho doanh nghiệp.

KẾT LUẬN

Ngành giao nhận vận tải hàng hoá quốc tế Việt Nam đóng vai trò to lớn trong sự nghiệp ổn định và phát triển kinh tế - xã hội; nó là cầu nối giữa Việt Nam với bên ngoài. Trong những năm kháng chiến cứu nước và trong sự nghiệp xây dựng đất nước, ngành giao nhận vận tải hàng hoá quốc tế Việt Nam đã vượt qua nhiều khó khăn thử thách để hoàn thành tốt nhiệm vụ của mình. Để đáp ứng nhu cầu của sự nghiệp công nghiệp hoá hiện đại hoá đất nước trong cơ chế thị trường theo định hướng xã hội chủ nghĩa, đòi hỏi ngành giao nhận vận tải hàng hoá quốc tế Việt Nam cần phải không ngừng phấn đấu vươn lên.

Đi sâu nghiên cứu dịch vụ giao nhận vận tải quốc tế trong những năm qua, VIETRANS đã từng bước xây dựng được một chỗ đứng vững chắc cả trên thị trường trong nước lẫn nước ngoài, tạo dựng uy tín với các khách hàng quốc tế. Với các hoạt động giao nhận hàng hóa xuất nhập khẩu bằng các hình thức đa dạng như : vận tải biển, hàng không hay đường bộ, công ty hàng năm đã đóng góp rất nhiều cho doanh thu của ngành giao nhận vận tải hàng hóa quốc tế Việt Nam, góp phần đẩy mạnh sự tăng trưởng cũng như tạo tiềm năng phát triển nhiều lĩnh vực khác của nền kinh tế. Nhờ có sự phát triển mạnh mẽ của ngành dịch vụ này mà kinh tế Việt Nam, công tác đối ngoại và nền ngoại thương của Việt Nam mấy năm gần đây đã tăng trưởng vượt bậc, GDP các năm sau tăng lên tương đối so với vài năm trước đó. Nhu cầu xã hội tăng dẫn đến việc giao thương, buôn bán giữa các quốc gia trên thế giới ngày càng được mở rộng, chính điều này là tiền đề để giúp cho Công ty giao nhận kho vận ngoại thương đạt được những mục đích và nhiệm vụ của chính công ty đề ra.

Chuyên đề này đã tổng hợp được những vấn đề lý luận, quan điểm của dịch vụ giao nhận vận tải quốc tế nói chung và của Công ty giao nhận kho vận ngoại thương nói riêng, từ đó phân tích được những tác động đối với hiệu quả của hoạt động giao nhận hàng hóa quốc tế, đặc biệt là giao nhận hàng hóa bằng đường biển, được đánh giá

bởi các cơ hội và thách thức mà nền kinh tế đã đem đến cho Vietrans trong thời gian từ năm 2005 cho tới nay. Từ những phân tích về các ưu điểm, nhược điểm của công ty, chuyên đề đã đề xuất một số kiến nghị và giải pháp nhằm hoàn thiện hoạt động giao nhận hàng hóa bằng đường biển của công ty.

Qua kết quả chuyên đề, ta có thể thấy rằng ngành giao nhận vận tải quốc tế Việt Nam sẽ đóng vai trò quan trọng trong sự nghiệp công nghiệp hoá hiện đại hoá đất nước, đồng thời góp phần thực hiện chiến lược kinh tế hướng ngoại, thúc đẩy nhanh tiến trình Việt Nam hoà nhập vào xu thế toàn cầu hoá trên mọi lĩnh vực trong thế kỷ 21. Trong thời đại này, việc thu hút khách hàng sử dụng dịch vụ và tạo dựng lòng tin của khách hàng là hết sức cần thiết. Chính vì vậy, VIETRANS cần có những biện pháp thích hợp, nhạy cảm với thị trường và một chiến lược kinh doanh vững chắc để cạnh tranh thắng lợi trong quá trình kinh doanh dịch vụ giao nhận.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

DANH MỤC SÁCH:

1. Chu Văn Cấp (2003), *Nâng cao sức cạnh tranh của nền kinh tế nước ta trong quá trình hội nhập khu vực và quốc tế*, NXB Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
2. Nguyễn Hữu Lam, Đông Thái Hoàng, Phạm Xuân Lan, *Quản trị chiến lược phát triển vị thế cạnh tranh*, Nhà xuất bản giáo dục, 1998.
3. P. Samuelson (2000), *Kinh tế học*, NXB Giáo dục, Hà Nội.
4. *Kinh tế vận tải biển*, Trường ĐH Hàng Hải.
5. Trường ĐH Hàng Hải, *Tổ chức khai thác vận tải tàu biển*
6. Trường ĐH Hàng Hải, *Phân tích hoạt động kinh tế của các doanh nghiệp vận tải biển*
7. Trường ĐH KTQD, *Khoa học quản lý*.
8. Công ty Giao nhận Kho vận Ngoại thương Báo cáo kết quả kinh doanh từ 2005-2009.
9. Võ Thanh Thu (2005), *Giáo trình Quan hệ kinh tế quốc tế*, NXB Thống kê
10. Đỗ Đức Bình, Nguyễn Thường Lạng, *Giáo trình Kinh Tế Quốc Tế*.
