



# Luận văn

**Đề tài: "Một số giải pháp nhằm đẩy mạnh nghiệp vụ giao nhận vận chuyển hàng hoá xuất nhập khẩu bằng đường hàng không ở Công ty VINATRANCO".**

## PHẦN NÓI ĐẦU

Thương mại và vận tải là hai lĩnh vực có mối quan hệ khăng khít và tương hỗ lẫn nhau. Vận tải đầy nhanh quá trình trao đổi giao lưu hàng hoá giữa các khu vực và trên phạm vi thế giới còn thương mại là điều kiện để vận tải ra đời phát triển.

Trong những năm gần đây với chính sách mở cửa và đổi mới kinh tế, cùng với các ngành kinh tế khác, ngành vận tải nói chung và vận tải hàng không nói riêng đã có những bước tiến nhảy vọt. Mạng lưới vận tải hàng không nội địa được phủ kín, nhiều đường bay quốc tế được mở rộng và nâng cấp. Nhờ đó khối lượng hàng hoá xuất nhập khẩu bằng đường không đã tăng lên đáng kể, kim ngạch buôn bán giữa Việt Nam và các nước ngày càng tăng nhanh, thị trường được mở rộng, thương mại quốc tế ngày càng phát triển.

Là một trong những Công ty có uy tín trong lĩnh vực giao nhận hàng hoá xuất nhập khẩu bằng đường không, VINATRANCO đã và đang từng bước củng cố và phát triển hoạt động kinh doanh của mình để có thể đáp ứng tốt nhất những yêu cầu của khách hàng, cạnh tranh để tồn tại, đứng vững trong nền kinh tế thị trường và góp phần phục vụ cho hoạt động kinh tế đối ngoại của đất nước.

Mặc dù đã có nhiều cố gắng song tình hình kinh doanh dịch vụ giao nhận hàng hoá xuất nhập khẩu bằng đường hàng không ở VINATRANCO vẫn chưa thực sự đạt hiệu quả tối ưu, bằng chứng là gần đây Công ty đã phải bù lỗ cho một số lô hàng. Vậy nguyên nhân là do đâu ? và phải có biện pháp khắc phục, rút kinh nghiệm như thế nào trong những lô hàng tới ?

Nhận thức được tầm quan trọng của hoạt động giao nhận đường không đối với sự phát triển của nền kinh tế đất nước nói chung và ở VINATRANCO nói riêng, qua một thời gian trực tiếp tìm hiểu hoạt động kinh doanh nghiệp vụ giao nhận hàng không ở VINATRANCO, em đã chọn đề tài:

**"MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM ĐẨY MẠNH NGHIỆP VỤ GIAO NHẬN VẬN CHUYỂN HÀNG HOÁ XUẤT NHẬP KHẨU BẰNG ĐƯỜNG HÀNG KHÔNG Ở CÔNG TY VINATRANCO".**

Với mong muốn tự hoàn thiện kiến thức thực tế cho bản thân đồng thời đóng góp một phần nhỏ bé cho sự phát triển của Công ty.

Ngoài phần nói đầu và kết luận, luận văn tốt nghiệp của em gồm 3 chương:

Chương I : Khái quát về dịch vụ giao nhận hàng hoá xuất nhập khẩu chuyên chở bằng đường không.

Chương II : Thực trạng về hoạt động giao nhận hàng hoá xuất nhập khẩu chuyên chở bằng đường không ở VINATRANCO.

Chương III : Một số biện pháp nhằm đẩy mạnh hoạt động giao nhận hàng hoá xuất nhập khẩu chuyên chở bằng đường không ở VINATRANCO .

Đây thực sự là vấn đề phức tạp đối với một doanh nghiệp Thương mại nói chung cũng như với bản thân cá nhân em nói riêng. Chính vì vậy về nội dung bài viết và kỹ năng trình bày chắc chắn sẽ không tránh khỏi những khiếm khuyết. Em rất mong nhận được sự chỉ bảo, góp ý của các thầy cô giáo để giúp em hoàn thiện kiến thức phục vụ cho quá trình công tác sau này.

Em xin chân thành cảm ơn thầy giáo Nguyễn Văn Tuấn cùng các cô chú, các anh chị làm việc tại Công ty VINATRANCO đã hướng dẫn và giúp đỡ em trong quá trình hoàn thiện luận văn này.

## **CHƯƠNG I**

### **KHÁI QUÁT VỀ DỊCH VỤ GIAO NHẬN HÀNG HOÁ XUẤT NHẬP KHẨU CHUYÊN CHỞ BẰNG ĐƯỜNG KHÔNG.**

#### **I.KHÁI NIỆM CHUNG VỀ GIAO NHẬN.**

##### **1. Giao nhận và vai trò của giao nhận trong Thương mại quốc tế**

###### ***a. Khái niệm giao nhận.***

Vận chuyển hàng hoá quốc tế là một bộ phận cấu thành quan trọng của buôn bán quốc tế là một khâu không thể thiếu được trong quá trình lưu

thông nhằm đưa hàng hoá từ nơi sản xuất đến nơi tiêu dùng. Vậy dịch vụ giao nhận là gì ?

“Dịch vụ giao nhận hàng hoá là hành vi Thương mại, theo đó người làm dịch vụ giao nhận hàng hoá nhận hàng từ người gửi, tổ chức vận chuyển, lưu kho, lưu bãi, làm các thủ tục giấy tờ và các dịch vụ khác có liên quan để giao hàng cho người nhận theo sự uỷ thác của chủ hàng, của người vận tải hoặc người làm dịch vụ giao nhận khác ( gọi chung là khách hàng) - Điều 136 Luật Thương mại ” .

Trước kia, việc giao nhận có thể do người gửi hàng( nhà xuất khẩu) người nhận hàng (nhà nhập khẩu ) hay do người chuyên chở đảm nhiệm và tiến hành. Tuy nhiên, cùng với sự phát triển của buôn bán quốc tế phân công lao động quốc tế với mức độ và qui mô chuyên môn hoá ngày càng cao, giao nhận cũng dần dần được chuyên môn hóa, do các tổ chức, các nghiệp đoàn giao nhận chuyên nghiệp tiến hành và giao nhận đã chính thức trở thành một Nghề.

Nghề giao nhận trên thế giới đã ra đời cách đây khoảng 500 năm. Năm 1552, hãng VANSAL đã ra đời ở BADILAY, Thụy Sĩ làm công việc giao nhận và kiêm cả việc vận tải hàng hoá.

Như vậy, nói một cách ngắn gọn: Dịch vụ giao nhận là một dịch vụ liên quan đến quá trình vận tải nhằm tổ chức việc vận chuyển hàng hoá từ nơi nhận hàng đến nơi giao hàng.

### ***b. Vai trò của giao nhận đối với sự phát triển của Thương mại quốc tế.***

Trong xu thế quốc tế hoá đời sống xã hội hiện nay, cũng như là sự mở rộng giao lưu hợp tác thương mại giữa các nước, đã khiến cho giao nhận ngày càng có vai trò quan trọng. Điều này được thể hiện ở :

+ Giao nhận tạo điều kiện cho hàng hoá lưu thông nhanh chóng, an toàn và tiết kiệm mà không có sự tham gia hiện diện của người gửi cũng như người nhận vào tác nghiệp.

+ Giao nhận giúp cho người chuyên chở đẩy nhanh tốc độ quay vòng của các phương tiện vận tải, tận dụng được một cách tối đa và có hiệu quả

dung tích và tải trọng của các phương tiện vận tải, các công cụ vận tải, cũng như các phương tiện hỗ trợ khác.

+ Giao nhận làm giảm giá thành hàng hoá xuất nhập khẩu.

+ Bên cạnh đó, giao nhận cũng giúp các nhà xuất nhập khẩu giảm bớt các chi phí không cần thiết như chi phí xây dựng kho tàng bến bãi của người giao nhận hay do người giao nhận thuê, giảm chi phí đào tạo nhân công.

## **2. Người giao nhận**

### ***a. Khái niệm về người giao nhận***

Người giao nhận là người thực hiện các dịch vụ giao nhận theo sự uỷ thác của khách hàng hoặc người chuyên chở. Nói cách khác, người kinh doanh các dịch vụ giao nhận gọi là người giao nhận. Người giao nhận có thể là chủ hàng (khi anh ta tự đứng ra thực hiện các công việc giao nhận cho hàng hoá của mình), là chủ tàu (khi chủ tàu thay mặt người chủ hàng thực hiện các dịch vụ giao nhận), công ty xếp dỡ hay kho hàng hoặc người giao nhận chuyên nghiệp hay bất kỳ một người nào khác thực hiện dịch vụ đó.

Theo Liên đoàn quốc tế các Hiệp hội giao nhận FIATA: “Người giao nhận là người lo toan để hàng hoá được chuyên chở theo hợp đồng uỷ thác và hành động vì lợi ích của người uỷ thác mà bản thân anh ta không phải là người chuyên chở. Người giao nhận cũng đảm nhận thực hiện mọi công việc liên quan đến hợp đồng giao nhận như bảo quản, lưu kho trung chuyển, làm thủ tục hải quan, kiểm hoá ...”

### ***b. Đặc trưng của người giao nhận.***

+ Người giao nhận hoạt động theo hợp đồng uỷ thác ký với chủ hàng bảo vệ lợi ích của người chủ hàng.

+ Người giao nhận lo liệu vận tải nhưng không phải là người chuyên chở. Anh ta cũng có thể có phương tiện vận tải, có thể tham gia chuyên chở nhưng đối với hàng hoá, anh ta chỉ là người giao nhận ký hợp đồng uỷ thác giao nhận, không phải là người chuyên chở.

+ Cùng với việc tổ chức vận tải người giao nhận còn làm nhiều việc khác trong phạm vi uỷ thác của chủ hàng để đưa hàng từ nơi này đến nơi khác theo những điều khoản đã cam kết.

### ***c. Vai trò của người giao nhận***

\* Vai trò truyền thống của người giao nhận trong Thương mại quốc tế (người giao nhận với vai trò là đại lý, môi giới )

Khởi đầu người giao nhận chỉ làm đại lý thực hiện một số công việc do các nhà xuất nhập khẩu uỷ thác, thay mặt cho họ như xếp dỡ, lưu kho hàng hoá, làm thủ tục hải quan, lo liệu vận tải nội địa, làm thủ tục thanh toán tiền hàng...

Sau này do sự mở rộng của Thương mại quốc tế và sự phát triển của các phương thức vận tải phạm vi dịch vụ giao nhận đã được mở rộng thêm. Ngày nay, người giao nhận không chỉ làm các thủ tục hải quan hoặc thuê tàu mà còn cung cấp dịch vụ trọn gói về toàn bộ quá trình vận tải và phân phối hàng hoá.

Khi mới ra đời, vai trò truyền thống của người giao nhận chỉ thể hiện ở trong nước. Hầu hết các hoạt động của người giao nhận đều chỉ diễn ra trong đất nước họ. Tại đó người giao nhận tham gia vào các hoạt động xuất nhập khẩu bằng một việc hoàn tất thủ tục hải quan cho hàng hoá vào nước nhập khẩu với vai trò là một môi giới hải quan. Mặt khác, người giao nhận hoàn tất thủ tục hải quan cho hàng hoá xuất khẩu và dành chỗ cho hàng trong vận tải quốc tế hoặc lưu cước với hãng tàu ( trường hợp chuyên chở bằng đường biển) với chi phí cho người xuất khẩu hoặc nhập khẩu chịu tùy thuộc vào điều kiện thương mại được chọn trong hợp đồng mua bán. Tại một số nước như pháp, mỹ hoạt động của người giao nhận yêu cầu phải có giấy phép làm môi giới hải quan. Trước đây người giao nhận không đảm nhận tránh nhiệm của người chuyên chở, anh ta chỉ hoạt động như một cầu nối giữa chủ hàng và người chuyên chở hoặc là một chung gian môi giới.

Khi người giao nhận đóng vai trò đại lý, nhiệm vụ của anh ta chủ yếu là do khách hàng qui định. Những nhiệm vụ này thường được quy định trong luật tập tục về đại lý hoặc luật dân sự về uỷ quyền tuy nhiên, những quy định này không còn nhấn mạnh vào vấn đề giao nhận nữa và điều kiện hoàn cảnh cũng khác nhau.

Quyền hạn của người của người dao nhận khi đóng vai trò là đại lý theo điều kiện kinh doanh tiêu chuẩn quy ước chung của FIATA, người giao nhận có quyền :

- + Tự do lựa chọn người ký hợp đồng phụ và tùy ý quyết định sử dụng những phương tiện và tuyến đường vận tải thông thường.

- + Cần giữ hàng hoá để đảm bảo được thanh toán những khoản tiền khách hàng nợ.

Mặc dù người dao nhận có các quyền của người đại lý đối với chủ của mình, những quyền này không thực sự đủ để bảo vệ cho họ trong thực tế giao nhận hiện đại ngày nay. Vì lý do đó tốt hơn hết là người giao nhận nên giao dịch theo những điều kiện và điều khoản đã biết và những điều kiện kinh doanh tiêu chuẩn của các hiệp hội giao nhận quốc gia

- Nghĩa vụ của người dao nhận với tư cách là đại lý. Theo điều kiện kinh doanh tiêu chuẩn quy ước chung của FIATA, người dao nhận phải:

- + Thực hiện sự uỷ thác của khách hàng với một sự quan tâm hợp lý nhằm bảo vệ lợi ích của khách hàng.

- + Tổ chức và lo liệu vận chuyển hàng hoá được uỷ thác theo sự chỉ dẫn của khách hàng.

Trách nhiệm của người vận tải với tư cách là người đại lý. Là đại lý người giao nhận chỉ chịu trách nhiệm đối với những lỗi của bản thân mình hoặc người làm công cho mình.

- \* Trách nhiệm đối với khách hàng.

- + Người giao nhận phải chịu trách nhiệm đối với khách hàng về những mất mát hoặc hư hỏng vật chất về hàng hoá nếu mất mát hoặc hư hỏng là do lỗi của anh ta hoặc người làm người làm công của anh ta. Mặc dù theo những điều kiện kinh doanh tiêu chuẩn, người dao nhận không phải chịu trách nhiệm về những tổn thất hoặc hậu quả gián tiếp nhưng người giao nhận nên bảo hiểm cả những rủi ro đó vì khách hàng vẫn có thể khiếu nại.

- + Người giao nhận phải chịu trách nhiệm đối với khách hàng về những lỗi lầm về nghiệp vụ: người dao nhận hoặc người làm công của anh ta

có thể có lỗi làm hoặc sơ suất không phải do cố ý nhưng gây thiệt hại về tài chính cho khách hàng của mình.

Ví dụ :

+ Giao hàng trái với chỉ dẫn: giao hàng không đúng như chỉ dẫn của khách hàng.

+ Quên mua bảo hiểm bảo hiểm mà khách hàng đã có chỉ thị mua.

+ Sai sót khi làm thủ tục hải quan gây nên chậm trễ về khai hải quan hặc gây tổn thất cho khách hàng.

+ Gửi hàng sai địa chỉ: chuyển hàng đến sai địa điểm.

+ Tái xuất hàng mà không tuân theo những thủ tục cần thiết để xin hoàn thuế gây thiệt hại cho khách hàng, không thông báo hoặc thông báo không kịp thời cho người nhận hàng về thời gian giao hàng, giao hàng mà không thu tiền của chủ hàng.

+ Giao hàng thiếu mà không có giám định của hải quan hoặc của VINACONTROL.

Đối với việc giao hàng chậm mặc dù người giao nhận thường không ràng buộc mình phải giao hàng vào một ngày nhất định tại nơi đến và không nhận trách nhiệm về việc giao hàng chậm song xu hướng hiện nay là chấp nhận một mức độ trách nhiệm vừa phải về sự chậm trễ quá đáng ; giới hạn bằng số tiền cước phải trả cho hàng chậm giao.

\* Trách nhiệm đối với hải quan

Hầu hết ở tất cả các quốc gia người giao nhận có giấy phép được tiến hành công việc khai hải quan phải chịu trách nhiệm trước cơ quan hải quan về sự tuân những qui định hải quan về sự khai báo đúng về trị giá số lượng và tên hàng nhằm tránh thất thu cho chính phủ. Nếu vi phạm những qui định này người giao nhận có thể sẽ phải chịu phạt tiền mà tiền phạt đó không đòi lại được từ phía khách hàng.

\* Trách nhiệm đối với bên thứ ba

Người giao nhận dễ bị bên thứ ba chẳng hạn như công ty bốc xếp, cơ quan cảng... Là những người có liên quan đến hàng hoá trong quá trình chuyên chở, khiếu nại về:

+ Tổn thất vật chất về tài sản của bên thứ ba và hậu quả của tổn thất đó.



+ Người của bên thứ ba bị chết, bị thương hoặc ốm đau và hậu quả của việc đó.

Về chi phí, người giao nhận phải gánh chịu mọi chi phí trong quá trình điều tra, khiếu nại để bảo vệ quyền lợi cho mình và hạn chế tổn thất như chi phí giám định, chi phí pháp lý, phí lưu kho thậm chí nếu người giao nhận không phải chịu trách nhiệm anh ta cũng không thể được phía bên kia bồi thường lại.

\* Trường hợp miễn trách.

Như đã nói ở trên, người giao nhận chỉ chịu trách nhiệm đối với những lỗi hoặc sơ suất của bản thân hoặc của người làm công của mình. Anh ta không chịu trách nhiệm đối với những hành vi hay sơ suất của bên thứ ba, chẳng hạn như người chuyên chở, người nhận lại dịch vụ giao nhận miễn là anh ta đã biểu hiện một sự cẩn mẫn hợp lý trong việc lựa chọn bên thứ ba đó.

Quyền hạn, nghĩa vụ và trách nhiệm của người giao nhận khi đóng vai trò là môi giới.

Với vai trò môi giới, người giao nhận chỉ là một trung gian giữa các khách hàng là chủ hàng hoặc chuyên chở. Anh ta chỉ thực hiện nhiệm vụ như một chiếc cầu nối giữa các khách hàng là chủ hàng hoặc người chuyên chở với nhau và nhờ đó anh ta được hưởng phí môi giới hoặc tiền thưởng của khách hàng. Trách nhiệm của người giao nhận trong vai trò môi giới này nói chung rất thấp và hầu như không đáng kể.

Tuy nhiên, trong nhiều trường hợp, người giao nhận làm môi giới nhưng lại nhận được sự uỷ thác của khách hàng để hành động thay mặt họ trong một giới hạn nhất định.

Khi đó người giao nhận trở thành như một đại lý có quyền hạn nghĩa vụ và trách nhiệm của người đại lý đã đề cập ở phần trên.

\* Vai trò mới của người giao nhận

Ngoài những vai trò đã nêu ở phần trên, người giao nhận còn có những vai trò mới phát sinh thêm trong quá trình thực hiện nghiệp vụ giao nhận của mình.

Người giao nhận với vai trò là người chuyên chở.

Khi người giao nhận đã cung cấp dịch vụ vận tải, tức là nhận chuyên chở hàng hoá từ một điểm này tới một địa điểm khác dù bằng phương tiện của mình hay thuê của người khác anh ta không còn đóng vai trò là đại lý nữa mà đóng vai trò là một người chuyên chở một bên chính của hợp đồng. Do đó anh ta không được lợi dụng những quyền bảo vệ và giới hạn trách nhiệm dành cho đại lý nữa mà phải có trách nhiệm thực hiện hợp lý toàn bộ quá trình vận tải và chịu trách nhiệm về tổn thất hàng hoá dù là do lỗi của mình hay do hành vi hoặc khuyết điểm của người làm công hay đại lý của mình.

Nếu người giao nhận tự đứng ra vận chuyển hàng hoá và thực hiện các dịch vụ giao nhận khác bằng phương tiện của mình hoặc thuê của người khác thì anh ta được gọi là người chuyên chở thực sự. Trường hợp theo hợp đồng với khách hàng, anh ta là người chuyên chở nhưng khi ký các hợp đồng phụ – thuê người chuyên chở hoặc người khác thực hiện các dịch vụ giao nhận ( người nhận lại dịch vụ giao nhận) thì anh ta được gọi là người chuyên chở theo hợp đồng. Nhưng dù là người chuyên chở thực tế hay chuyên chở theo hợp đồng thì người giao nhận vẫn mang địa vị của người chuyên chở.

Người giao nhận đóng vai trò là người chuyên chở trong các trường hợp : anh ta cung cấp dịch vụ gom hàng (gọi là người gom hàng ), dịch vụ vận tải đa phương thức (gọi là người kinh doanh vận tải đa phương thức ) hoặc anh ta cung cấp dịch vụ vận tải trọn gói (tự vận chuyển bằng các phương thức vận tải khác nhau và cá dịch vụ để thực hiện quá trình vận chuyển đó ) Hay nói cách khác người gom hàng và người kinh doanh vận tải đa phương thức thực chất cũng chính là người chuyên chở. Tuy nhiên với vai trò là người gom hàng hoặc người kinh doanh vận tải đa phương thức, người giao nhận có những đặc trưng riêng do những dịch vụ này mang những đặc điểm riêng biệt – không giống những dịch vụ vận tải thông thường.

Vận tải đa phương thức là gì ?

Hiểu một cách đơn giản, vận tải đa phương thức (còn gọi là vận tải liên hợp) là việc hàng hoá được tiến hành bằng ít nhất hai phương thức vận tải.

Vận tải đa phương thức quốc tế ?

Là một phương thức vận tải trong đó hàng hoá được vận chuyển bằng hai hay nhiều phương thức vận tải khác nhau trên cơ sở một hợp đồng vận tải đa phương thức, một chứng từ vận tải, một chế độ trách nhiệm và chỉ một người chịu trách nhiệm về hàng hoá trong suốt hành trình chuyên chở từ một địa điểm nhận hàng để chở ở nước này đến một địa điểm giao hàng ở nước khác.

Ưu điểm nổi bật của vận tải đa phương thức là khả năng vận tải từ cửa đến cửa gọi là vận tải đi suốt thông qua việc sử dụng những công nghệ mới nhất trong vận tải và thông tin, một đầu mối duy nhất, một chứng từ duy nhất, những thủ tục xuất nhập khẩu và hải quan đơn giản nhất nhằm giảm tới mức thấp nhất chi phí bỏ ra đảm bảo tính an toàn của hàng hoá và khả năng giao hàng kịp thời.

Trong vận tải đa phương thức chỉ một người chịu trách nhiệm về hàng hoá trong toàn bộ hành trình - đó là người kinh doanh vận tải đa phương thức. Theo Công ước của Liên Hợp Quốc về chuyên chở hàng hoá và vận tải đa phương thức quốc tế 1980 thì : “ Người kinh doanh vận tải đa phương thức là bất kỳ người nào tự mình hoặc thông qua người khác ký kết một hợp đồng vận tải đa phương thức và hoạt động như một bên chính chứ không phải đại lý hoặc thay mặt cho người gửi hàng hay người tham gia vận tải đa phương thức”.

Như vậy người tổ chức quá trình vận tải đa phương thức là người duy nhất chịu trách nhiệm trước chủ hàng trong toàn bộ quá trình vận tải đa phương thức với tư cách là người chuyên chở chứ không phải là đại lý.

Cũng như người chuyên chở, người kinh doanh vận tải đa phương thức có thể tự mình thực hiện việc chuyên chở hoặc có thể thuê người khác thực hiện một phần hoặc toàn bộ hợp đồng vận tải đa phương thức.

Nghiệp vụ của người kinh doanh vận tải đa phương thức phụ thuộc vào mức độ mức độ yêu cầu gửi hàng của khách hàng và khả năng thực tế của người kinh doanh vận tải đa phương thức. Người kinh doanh vận tải đa phương thức có thể đảm nhận toàn bộ công việc vận chuyển từ kho đến kho, kể cả việc đóng hàng vào container, niêm phong kẹp chì container, giám định

hàng hoá, lo liệu thủ tục hải quan... nhưng cũng có thể chỉ đảm nhận từ trạm gửi hàng lẻ container đến trạm gửi hàng lẻ cho khách hàng hoặc từ trạm gửi hàng lẻ đến kho của người giao nhận và ngược lại. Nhưng dù việc thực hiện của nghiệp vụ vận tải đa phương thức ở mức độ nào thì khi đóng vai trò là người kinh doanh vận tải đa phương thức người giao nhận cũng có quyền hạn nghĩa vụ và trách nhiệm như một người kinh doanh vận tải đa phương thức, người giao nhận cũng có quyền hạn, nghĩa vụ và trách nhiệm như một người kinh doanh vận tải và cũng phát hành các chứng từ vận tải đa phương thức.

- Người giao nhận với vai trò là người gom hàng.

Trong chuyên chở hàng hoá nói chung và đặc biệt là trong chuyên chở hàng hoá bằng container, dịch vụ gom hàng là không thể thiếu được. Gom hàng là việc tập hợp những lô hàng lẻ từ nhiều người gửi hàng ở cùng một nơi đi thành những lô hàng nguyên để gửi và giao cho cho một hoặc nhiều người nhận ở cùng một nơi đến.

Hàng lẻ là những lô hàng nhỏ không thể đóng trong một container hoặc là những lô hàng lớn nhưng có nhiều người gửi và nhiều người nhận.

Hàng nguyên là những lô hàng đủ lớn để đóng trong một hoặc nhiều container và thường chỉ có một người gửi và một người nhận.

Người kinh doanh dịch vụ gom hàng gọi là người gom hàng - được tiến hành theo quy trình sau:

+ Người gom hàng nhận các lô hàng lẻ từ nhiều người gửi hàng tại trạm giao nhận đóng gói hàng lẻ.

+ Người gom hàng, tập hợp các lô hàng lẻ đó thành các lô hàng nguyên, kiểm tra hải quan và đóng gói hàng lẻ.

+ Người gom hàng gửi các container này bằng đường biển, đường sắt hoặc đường hàng không ... cho đại lý của mình tại nơi đến.

+ Đại lý của người gom hàng ở nơi đến nhận các container này, dỡ hàng ra và giao cho những người nhận tại các trạm giao nhận và đóng gói hàng lẻ.

Việc gom hàng mang lại lợi ích cho tất cả các bên có liên quan như người xuất khẩu, người gửi hàng, người chuyên chở, người giao nhận và cho cả nền kinh tế quốc dân.

- Đối với người xuất khẩu :

+ Người gửi hàng được hưởng lợi do họ được hưởng giá cước trả cho người gom hàng thấp hơn giá cước mà họ thường phải trả cho người chuyên chở. Điều này đặc biệt có lợi cho những chủ hàng nhỏ chưa có cơ sở kinh doanh vững chắc và chưa đủ sức mạnh để có lợi thế trong thương lượng giá cước với các hãng tàu biển, hàng không, đường sắt...

+ Người gửi hàng cảm thấy thuận lợi khi người giao nhận làm dịch vụ gom hàng có thể gửi hàng đi tất cả các tuyến hơn là khi liên hệ với nhiều hãng chuyên chở mà mỗi hãng chỉ kinh doanh trên một tuyến đường nhất định.

+ Người gom hàng thường cung cấp các dịch vụ vận tải từ cửa đến cửa và dịch vụ phân phối – là những dịch vụ mà người chuyên chở và các hãng tàu thường không làm.

- Đối với người chuyên chở

+ Người chuyên chở tiết kiệm được giấy tờ, chi phí và thời gian do không phải giải quyết các lô hàng lẻ.

+ Tận dụng hết khả năng chuyên chở vì người gom hàng đã gom hàng đóng đầy các container và giao nguyên các container.

+ Không phải lo bị thất thu tiền cước từ các chủ hàng lẻ, người gom hàng chịu trách nhiệm thu ở người gửi hàng lẻ và đứng ra trực tiếp trả cho người chuyên chở coi như họ là chủ hàng của toàn bộ lô hàng lẻ.

- Đối với người giao nhận

Về tài chính, người giao nhận khi đóng vai trò là người gom hàng thì được hưởng chênh lệch giữa tổng số tiền cước thu ở những người gửi hàng lẻ với số tiền cước phải trả do người chuyên chở tính giá cước theo cước hàng nguyên thấp hơn. Người gom hàng cũng thường được hưởng gia cước ưu đãi mà các hãng tàu và người chuyên chở khác dành cho họ vì họ luôn có khối lượng hàng hoá lớn hơn và thường xuyên hơn để gửi.

Gom hàng không những đã tăng thu cho người giao nhận mà còn giảm chi phí cho người gửi hàng do đó làm giảm giá thành xuất khẩu, tăng sức cạnh tranh trên thị trường quốc tế, thúc đẩy sự phát triển của cả nền kinh tế quốc dân.

Khi đóng vai trò là người gom hàng, người giao nhận nhân danh mình thực hiện dịch vụ gom hàng và cấp vận đơn gom hàng của mình. Đối với người có hàng gửi, người gom hàng coi như là người chuyên chở nhưng đối với người chuyên chở thực sự anh ta lại là người gửi hàng. Những người gửi hàng lẻ và nhận hàng lẻ không trực tiếp gửi hàng từ người chuyên chở thực sự. Trong kinh doanh, dịch vụ gom hàng người giao nhận thực chất là “mua buôn” chỗ xếp hàng của người chuyên chở để bán lẻ cho những người gửi hàng lẻ và hưởng chênh lệch từ việc buôn bán đó.

Về nguyên tắc, khi cung cấp dịch vụ gom hàng, người giao nhận phải đóng vai trò là người chuyên chở vì anh ta đã cam kết vận chuyển hàng hoá từ một nơi này đến một nơi khác. Do vận đơn gom hàng chưa được phòng thương mại quốc tế thông qua và có nội dung không thống nhất trên toàn thế giới nên có những lúc người gom hàng chỉ đóng vai trò là đại lý. Vì vậy trong hoạt động của mình, người gom hàng có thể đóng vai trò là người chuyên chở hoặc chỉ là đại lý thuần tuý tuỳ thuộc vào quy định của vận đơn mà họ cấp cho khách hàng. Nếu người giao nhận làm dịch vụ gom hàng và cấp vận đơn vận tải đa phương thức thì anh ta luôn đóng vai trò là người chuyên chở.

Khi cung cấp dịch vụ gom hàng, người giao nhận có thể sử dụng dịch vụ vận tải của những người chủ các phương tiện vận tải thuộc các phương thức vận tải khác nhau (đường biển, đường bộ, đường sắt, đường không). Trong trường hợp này nếu người giao nhận đóng vai trò là người chuyên chở thì anh ta là người chuyên chở theo hợp đồng đối với chủ hàng và là người gửi hàng đối với người chuyên chở thực tế.

Người giao nhận với tư cách là người gom hàng, khi đóng vai trò là người chuyên chở, không những phải chịu trách nhiệm về hành vi, lỗi lầm của mình mà còn phải chịu trách nhiệm về những tổn thất của hàng hoá xảy ra khi hàng hoá còn thuộc phạm vi trách nhiệm của người chuyên chở thực tế. Người giao nhận, đặc biệt ở những nước có điều kiện kinh doanh tiêu chuẩn đã chấp nhận trách nhiệm đó. Họ vẫn tiếp tục coi mình chỉ là đại lý, chỉ chịu nhận trách nhiệm phù hợp với vai trò đại lý và ghi rõ điều này trong vận đơn gom hàng của mình.

Trong trường hợp vận tải hàng không, trách nhiệm của người gom hàng chưa chấm dứt khi anh ta giao hàng cho hãng hàng không ở sân bay đi mà còn cho đến khi hãng hàng không đã trả hàng ở nơi đến và nếu có yêu cầu thì cho đến khi giao hàng cho người nhận cuối cùng.

Tóm lại với đà phát triển mạnh mẽ của vận tải và buôn bán quốc tế, các dịch vụ giao nhận ngày càng mở rộng và đã trở thành một ngành dịch vụ hiện đại, có quy mô lớn và tổ chức chặt chẽ ở các nước có nền kinh tế phát triển.

### **3. Phạm vi các dịch vụ giao nhận .**

Trừ một số trường hợp bản thân người gửi hàng/người nhận hàng muốn tự mình tham gia bất cứ khâu thủ tục và chứng từ nào đó, còn thông thường, người giao nhận thay mặt anh ta lo liệu quá trình vận chuyển hàng hoá qua các công đoạn. Người giao nhận có thể làm các dịch vụ trực tiếp hay thông qua những người kí hợp đồng phụ hay những đại lý mà họ thuê, người giao nhận cũng sử dụng những đại lý của họ ở nước ngoài. Những dịch vụ này bao gồm :

#### ***a) Thay mặt người gửi hàng (người xuất khẩu).***

Theo những chỉ dẫn của người gửi hàng người giao nhận sẽ:

- + Chọn tuyến đường, phương thức vận tải và người chuyên chở thích hợp + Lưu cước với người chuyên chở đã chọn lọc .
- + Nhận hàng và cấp chứng từ thích hợp như :giấy chứng nhận hàng của người giao nhận, giấy chứng nhận chuyên chở của người giao nhận ...
- + Nghiên cứu những 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, nước nhập khẩu cũng như ở bất cứ nước quá cảnh nào và chuẩn bị những chứng từ cần thiết.
- + Đóng gói hàng hoá (trừ phi việc này do người gửi hàng làm trước khi giao nhận) có tính đến tuyến đường, phương thức vận tải, bản chất của hàng hoá và những luật lệ áp dụng nếu có, ở nước xuất khẩu, nước quá cảnh và nước gửi hàng đến.
- + Lo liệu việc lưu kho hàng hoá nếu cần.
- + Cân đo hàng hoá.

+ Lưu ý người gửi hàng cần phải mua bảo hiểm và nếu người gửi hàng yêu cầu thì mua bảo hiểm cho hàng.

+ Vận chuyển hàng hoá đến cảng, lo liệu khai báo hải quan, lo các thủ tục chứng từ liên quan và giao hàng cho người chuyên chở.

+ Lo việc giao dịch ngoại hối (nếu có).

+ Thanh toán phí và những phí khác bao gồm cả tiền cước.

+ Nhận vận đơn đã ký của người chuyên chở, giao cho người gửi hàng.

+ Thu xếp việc chuyển tải trên đường (nếu cần).

+ Giám sát việc vận chuyển hàng hoá trên đường đưa tới người nhận hàng thông qua nhưng mối liên hệ người chuyên chở và đại lý của người giao nhận ở nước ngoài.

+ Ghi nhận những tổn thất của hàng hoá nếu có.

+ Giúp đỡ người gửi hàng tiến hành khiếu nại người chuyên chở về những tổn thất của hàng hoá (nếu có).

### ***b. Thay mặt người nhận hàng (người nhập khẩu).***

Theo những chỉ dẫn giao hàng của người nhập khẩu người giao nhận sẽ:

+ Thay mặt người nhận hàng giám sát việc vận chuyển hàng hoá từ khi người nhận hàng lo liệu vận tải hàng.

+ Nhận và kiểm tra tất cả chứng từ liên quan đến việc vận chuyển hàng hoá.

+ Nhận hàng của người chuyên chở và thanh toán cước (nếu cần).

+ Thu xếp việc khai báo hải quan và trả lệ phí thức và những chi phí khác cho hải quan và những nhà đương cục khác.

+ Thu xếp việc lưu kho quá cảnh (nếu cần).

+ Giao hàng đã làm thủ tục hải quan cho người nhận hàng.

+ Nếu cần giúp đỡ người nhận hàng tiến hành khiếu nại đối với người chuyên chở về những tổn thất của hàng hoá nếu có.

+ Giúp người giao nhận hàng trong việc lưu kho và phân phối nếu cần.

### ***c. Những dịch vụ khác***



Ngoài những dịch vụ đã nêu ở trên, người giao nhận cũng có thể làm một số những dịch vụ khác nảy sinh trong quá trình chuyên chở và cả những dịch vụ đặc biệt khác như gom hàng (tập hợp những lô hàng lẻ lại) có liên quan đến hàng công trình: công trình chìa khoá trao tay (cung cấp thiết bị, xưởng ... sẵn sàng vận hành)...vv

Người giao nhận cũng có thể thông báo khách hàng của mình về nhu cầu tiêu dùng, những thị trường mới, tình hình cạnh tranh, chiến lược xuất khẩu, những điều khoản thích hợp cần đưa vào hợp đồng mua bán ngoại thương và tóm lại tất cả những vấn đề có liên quan đến công việc kinh doanh của anh ta.

### **Bảng 1 Những dịch vụ được người giao nhận thực hiện**

	Tư vấn/ cố vấn về :
Đóng gói	- Lựa chọn nguyên liệu để sử dụng
Tuyến đường	- Chọn hành trình và phương tiện vận chuyển
Bảo hiểm	- Loại bảo hiểm cần cho hàng hoá
Thủ tục hải quan	- Khai báo hàng xuất nhập khẩu
Chứng từ vận tải	- Những chứng từ đi kèm (người chuyên chở)
Những quy định của L/C	- Yêu cầu của Ngân hàng

Người tổ chức về

Những lô hàng xuất nhập khẩu và quá cảnh

Gom hàng, vận tải hàng nặng và đặc biệt – hàng công trình

Hàng nhập

Dỡ hàng ra khỏi phương tiện của người vận vận tải

Tháo dỡ hàng thu gom. Khai báo hải quan.

Hàng xuất

Lấy hàng

Đóng gói và đánh ký mã hiệu hàng hoá

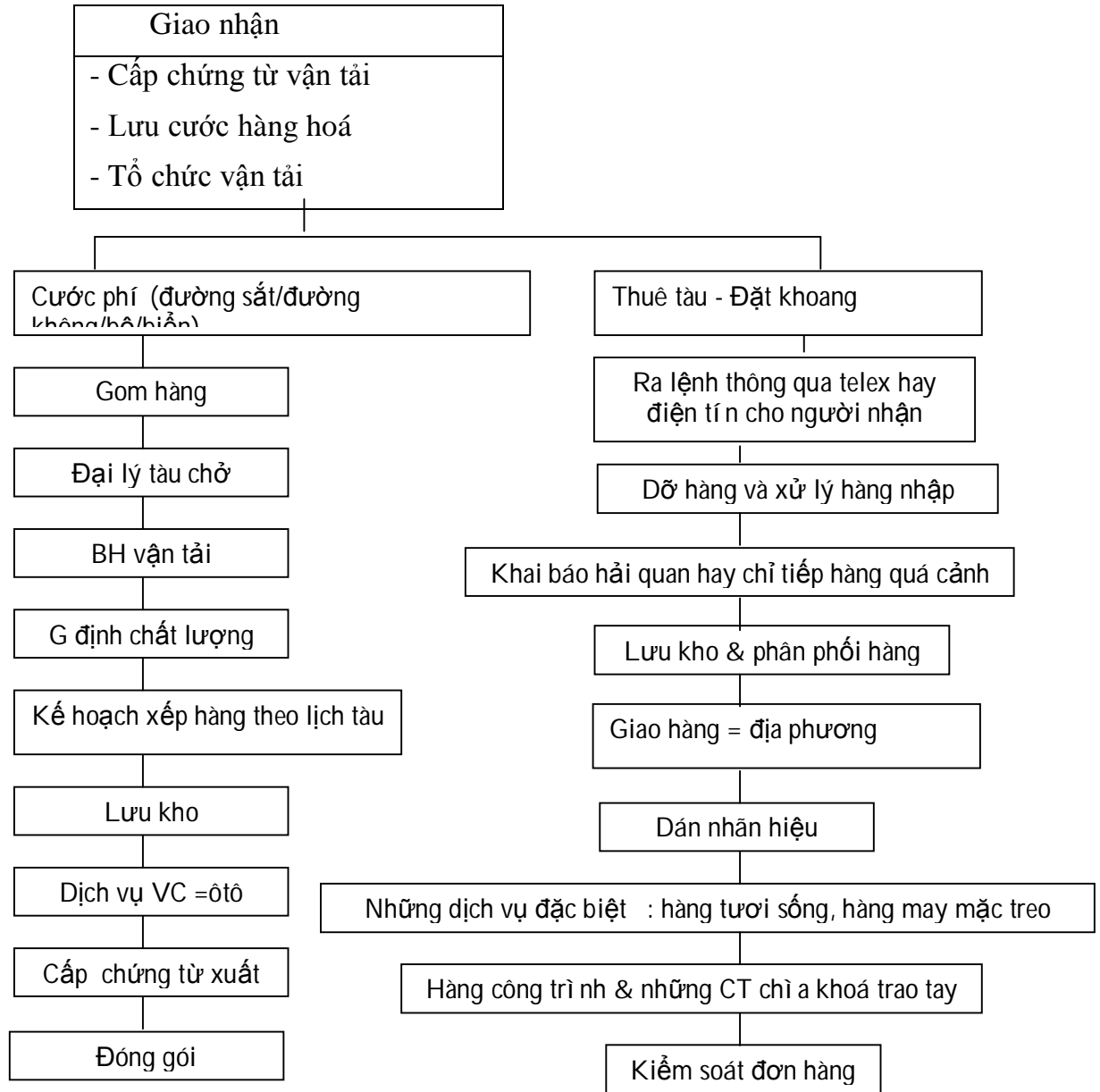
Lưu cước, lưu khoang với người chuyên chở

Giao hàng cho người chuyên chở Cấp chứng từ vận tải chứng từ cước phí đi kèm Giám sát giao hàng Thông báo giao hàng cho khách hàng Khai báo hải quan
--

Quá cảnh
----------

Lấy mẫu Đóng gói lại Lưu kho hải quan(dưới sự kiểm soát của Hải quan)
---

Bảng 1.2 : Dịch vụ của người giao nhận



#### 4. Mối quan hệ của người giao nhận với các bên.

Ngoài người gửi hàng và người nhận hàng, người giao nhận còn phải giao dịch với các bên thứ ba trong quá trình phục vụ khách hàng của mình.

##### a. Chính phủ và các nhà đương cục khác.

- Cơ quan Hải quan để khai báo hải quan
- Cơ quan Cảng để làm thủ tục thông qua Cảng.

- Ngân hàng TW để được phép kết hối.
- Bộ y tế để xin giấy phép y tế, kiểm dịch thực vật
- Quan chức lãnh sự để xin giấy chứng nhận xuất xứ.
- Cơ quan kiểm soát nhập khẩu
- Cơ quan cấp giấy phép vận tải

**b. Các bên tư nhân.**

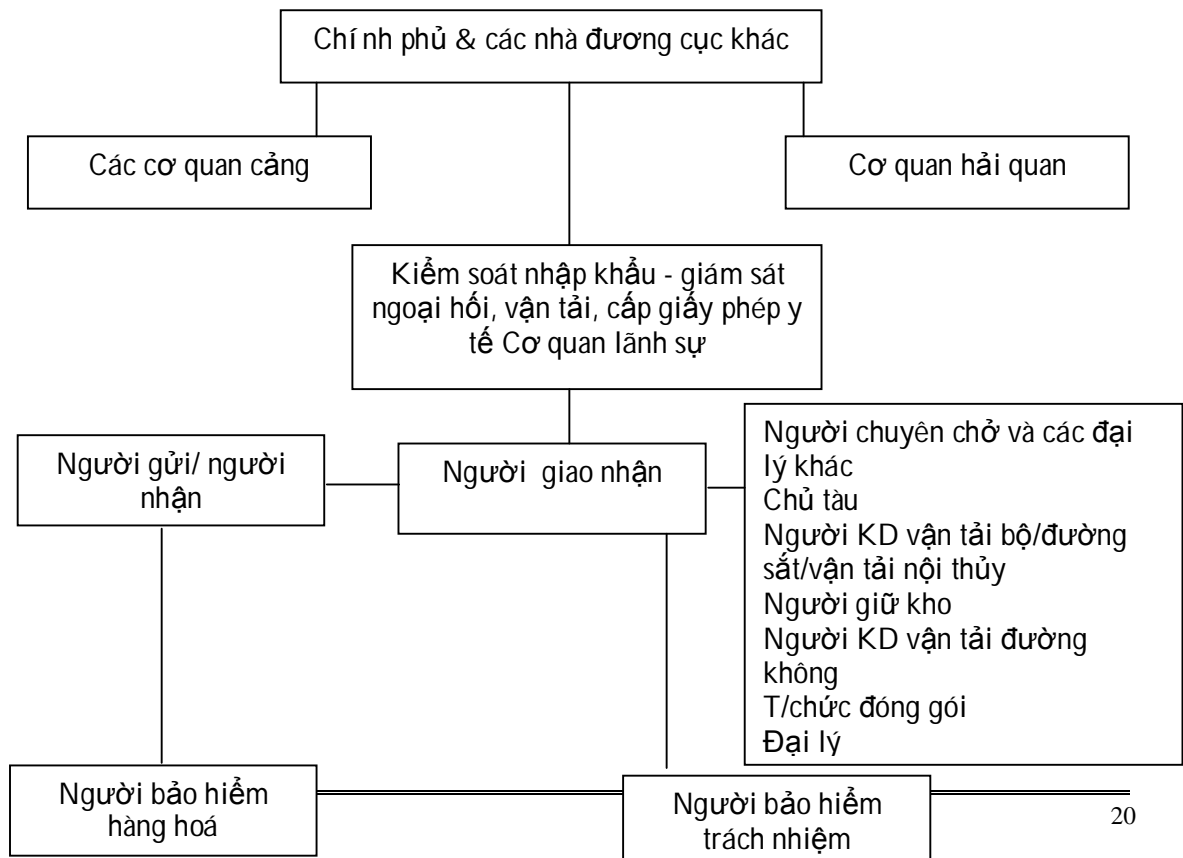
+ Người chuyên chở hay các đại lý khác như :

- Chủ tàu
- Người kinh doanh vận tải bộ
- Đường sắt
- Hàng không
- Người kinh doanh vận tải nội thủy về mặt sắp xếp lịch trình vận chuyển

và lưu cước.

- + Người giữa kho để lưu kho hàng hoá.
- + Người bảo hiểm để bảo hiểm hàng hoá
- + Tổ chức đóng gói bao bì để đóng gói hàng
- + Ngân hàng thương mại để thực hiện tín dụng chứng từ

**Mối quan hệ này có thể được mô tả bởi sơ đồ sau :**



Tổ tụng.

## II. GIAO NHẬN HÀNG HOÁ XNK CHUYÊN CHỖ BẰNG ĐƯỜNG HÀNG KHÔNG.

### 1. Các tổ chức quốc tế về giao nhận hàng hoá bằng đường không.

Để thống nhất điều chỉnh các mối quan hệ giữa các bên, cũng như việc thống nhất các thủ tục pháp lý, phân chia khu vực hoạt động của các hãng hàng không dân dụng, trên thế giới đã hình thành các tổ chức quốc tế có liên quan đến các hoạt động của nghiệp vụ hàng không dân dụng. Nhờ có hoạt động của các tổ chức này mà mạng lưới hàng không quốc tế được thống nhất và đồng bộ, nhằm tránh được những tranh chấp có thể xảy ra. Tuy nhiên, việc áp dụng các quy phạm điều luật của các tổ chức này là mang tính tùy ý vì bên cạnh việc áp dụng đó các hãng hàng không quốc gia hay khu vực còn đưa ra những điều luật quy định riêng phù hợp với tập quán chuyên chở ở các địa phương đó.

Sau đây là một số tổ chức tiêu biểu.

#### *a. Tổ chức hàng không dân dụng quốc tế (International Civil Aviation Organization - ICAO).*

Đây là một cơ quan đặc biệt của Liên hiệp quốc, thành lập năm 1947 để quản lý hoạt động của hãng hàng không trong các nước hội viên. Các cơ quan này được thành lập trên cơ sở công ước về hàng không dân dụng quốc tế do Liên hiệp quốc thông qua năm 1944 tại Chicago.

Mục đích tôn chỉ hoạt động của ICAO là thiết lập những nguyên tắc chung cho hoạt động hàng không của các nước thành viên đề ra tiêu chuẩn chung cho kỹ thuật công nghiệp hàng không khuyến khích các hãng thành viên tham gia kế hoạch vận chuyển hàng không quốc tế, thúc đẩy sự phát triển của sự nghiệp hàng không dân dụng thế giới.

Trụ sở của ICAO đóng tại Montreal, Canada, có các văn phòng đại diện ở Paris, Dakar, Cairo, Bangkok, Lima & Mexico.

#### *b. Hiệp hội vận tải hàng không quốc tế (International Air Transport Association - IATA).*

IATA là một tổ chức tự nguyện phi chính trị của các hãng hàng không trên thế giới được thành lập năm 1945. Thành viên của Hiệp hội này được dành cho tất cả những hãng hàng không có danh sách đăng ký ở những nước là thành viên của ICAO và một số thành viên khác. Tính đến ngày IATA có khoảng 170 hội viên và ICAO có khoảng 162 hội viên. Những hội viên chính thức của IATA là những hãng hàng không tham gia hoạt động quốc tế, còn những hãng khác của nước hội viên mà hoạt động giới hạn kinh doanh nội địa thì đóng vai trò là cộng tác viên của IATA.

Mục đích của IATA là đẩy mạnh việc vận chuyển hàng không an toàn, thường xuyên và kinh tế vì lợi ích của nhân dân thế giới, khuyến khích thương mại bằng đường hàng không và nghiên cứu những vấn đề có liên quan đến vận chuyển hàng không.

Cung cấp những phương tiện để phối hợp hành động giữa các vụ vận tải hàng không quốc tế hợp tác với ICAO và các tổ chức khác. Ngoài ra IATA còn nghiên cứu để thống nhất các quy định luật lệ quốc tế về hàng không, nghiên cứu tập quán hàng không. Hoạt động của IATA bao gồm tất cả các vấn đề liên quan đến các lĩnh vực kỹ thuật, pháp lý, tài chính của vận tải hàng không nhưng quan trọng nhất vẫn là sự điều chỉnh cơ cấu giá cước và giá vé của các tổ chức hội viên.

IATA có hai trụ sở chính ở Montreal (Canada) để giải quyết các vấn đề ở Châu Mỹ và ở Geneva (Thụy Sĩ) để giải quyết các vấn đề ở Châu Âu, Trung Đông và Châu Phi. Có một văn phòng khu vực ở Singapore kiểm soát các hoạt động ở Châu Á và Thái Bình Dương.

Hiện nay VINATRANCO đang chuẩn bị mọi điều kiện cần thiết cho bộ phận hàng không có đủ trình độ để gia nhập IATA, làm đại lý hàng không cho IATA.

### ***c. Liên đoàn các hiệp hội giao nhận quốc tế FIATA.***

Liên đoàn các hiệp hội giao nhận quốc tế - FIATA được thành lập năm Liên đoàn các hiệp hội giao nhận quốc tế - FIATA được thành lập năm 1926, bao gồm các hội viên chính thức là những hiệp hội quốc gia những người giao nhận và các hội viên công tác là những hãng giao nhận cá thể trên thế giới.

Tên viết tắt của FIATA bắt nguồn từ tên tiếng Pháp : Fédération Internationale des associations de transitaires et assimilés.

Đây là một tổ chức phi chính trị tự nguyện, đại diện cho 35000 người giao nhận ở trên 130 nước. Các cơ quan của Liên hiệp quốc tế như Hội đồng kinh tế xã hội Liên hiệp Quốc (ECOSOC), Hội nghị của Liên Hiệp Quốc về thương mại và phát triển (UNCTAD), ủy ban kinh tế Châu Âu ECE và ủy ban kinh tế và xã hội Châu Á - Thái Bình Dương (ESCAP) đã công nhận địa vị pháp lý toàn cầu của tổ chức này. Đối với tất cả các tổ chức trên FIATA được hưởng quy chế tư vấn.

FIATA cũng được các tổ chức quốc tế có liên quan đến buôn bán và vận tải thừa nhận như phòng Thương mại quốc tế (IATA) cũng như những tổ chức của người vận chuyển và người gửi hàng.

Mục tiêu chính của FIATA là bảo vệ và phát huy lợi ích của người giao nhận, nghiên cứu các biện pháp, thủ tục giao nhận nhằm nâng cao hiệu quả của nó. Việc vận chuyển hàng không của FIATA giải quyết những vấn đề cước hàng không nhằm bảo vệ lợi ích chung của các đại lý hàng không FIATA & IATA cùng những tổ chức quốc tế khác liên quan đến công nghệ chuyên chở hàng không có quan hệ với nhau.

## **2. Giao nhận hàng hoá XNK chuyên chở bằng đường hàng không.**

### ***a. Khái niệm về giao nhận hàng không.***

Giao nhận hàng không là tập hợp các nghiệp vụ liên quan đến quá trình vận tải hàng không nhằm thực hiện việc di chuyển hàng hoá từ nơi gửi hàng tới nơi nhận hàng. Giao nhận hàng không thực chất là tổ chức quá trình chuyên chở và giải quyết các thủ tục liên quan đến quá trình chuyên chở hàng hoá bằng đường hàng không.

Người thực hiện dịch vụ giao nhận hàng không có thể là chủ hàng, các hãng hàng không, người giao nhận chuyên nghiệp hay bất kỳ một người nào khác.

Hiện nay dịch vụ giao nhận hàng hoá bằng đường hàng không thường do đại lý hàng hoá hàng không và người giao nhận hàng không thực hiện.

+ Đại lý hàng hoá hàng không là bên trung gian giữa một bên là người chuyên chở (các hãng hàng không) và một bên là chủ hàng (người xuất khẩu hoặc người nhập khẩu). Nói đến đại lý hàng hoá hàng không, người ta thường gọi là đại lý IATA vì đây là đại lý tiêu chuẩn nhất.

Đại lý hàng hoá IATA là một đại lý giao nhận được đăng ký bởi hiệp hội vận tải hàng không quốc tế, được các hãng hàng không là thành viên của IATA chỉ định và cho phép thay mặt họ.

Các điều kiện để trở thành một đại lý hàng hoá IATA ?

Để có thể được đăng ký làm đại lý hàng hoá IATA, người giao nhận hoặc tổ chức giao nhận phải gửi đơn xin gia nhập, trong đó phải đưa ra các bằng chứng chứng minh anh ta có đủ các khả năng sau đây :

- Chứng minh được khả năng phát triển kinh doanh dịch vụ hàng hoá hàng không mà anh ta đang đảm nhiệm.

- Có đội ngũ nhân viên có trình độ, trong đó có ít nhất 2 chuyên viên đủ trình độ làm hàng nguy hiểm, đã tốt nghiệp lớp học do IATA tổ chức.

- Có nguồn cơ sở vật chất kỹ thuật cần thiết kể cả cơ sở làm việc thích hợp.

- Có tiềm lực tài chính cần thiết để tiến hành các hoạt động tiếp thị, xử lý hàng hoá và cấp các chứng từ tài liệu kèm theo.

Đơn xin gia nhập IATA được gửi trực tiếp đến ban quản lý IATA.

+ Người giao nhận hàng không : Là người kinh doanh dịch vụ giao nhận hàng không. Người giao nhận hàng không có thể là đại lý IATA hoặc không phải là đại lý IATA, dịch vụ mà người giao nhận thường làm chủ yếu là dịch vụ gom hàng.

***b. Vai trò của người kinh doanh dịch vụ giao nhận hàng không trong thương mại quốc tế.***

Ngày nay, ngành vận tải hàng hoá quốc tế bằng đường hàng không ngày càng tỏ rõ ưu thế của nó so với các phương thức vận tải khác. Khi thương mại quốc tế ngày mở rộng thì cũng là lúc ngành vận tải hàng hoá hàng không đi vào quỹ đạo, phát triển mạnh mẽ. Để tiến trình này phát huy được hiệu



quả tốt nhất thì nhất thiết phải cần tới sự tham gia tích cực của những đại lý hàng hoá hàng không và người giao nhận hàng không.

+ Vai trò của đại lý hàng hoá hàng không.

Đại lý hàng hoá hàng không được coi như một mắt xích quan trọng, cần thiết trong mối quan hệ giữa người gửi hàng/người nhận hàng và hãng hàng không cũng như trong hoạt động vận chuyển hàng hoá.

Đối với hãng hàng không, đại lý là người khá am hiểu về tình hình thị trường hàng hoá, về nhu cầu vận chuyển hàng hoá bằng đường hàng không của các nhà xuất nhập khẩu. Với mạng lưới tiếp thị của mình, các đại lý có thể bảo đảm nguồn hàng tương đối thường xuyên để các hãng hàng không thực hiện nghiệp vụ vận chuyển của mình. Có thể nói tỷ trọng hàng hoá vận chuyển bằng đường hàng không do các đại lý mang lại lớn hơn rất nhiều so với những đơn hàng trực tiếp tới các hãng hàng không, tỷ trọng này thường tới 90%. Hơn nữa, với tư cách là người được các hãng hàng không ủy thác, các đại lý hàng không có thể thực hiện, cung cấp các dịch vụ cho người gửi hàng và đảm bảo giao hàng cho các hãng hàng không trong điều kiện hàng đã sẵn sàng để chở. Bởi vậy, sẽ thuận tiện hơn nhiều cho các hãng hàng không. Cũng cần nhấn mạnh thêm rằng các hãng hàng không và các đại lý cùng tham gia vào một chương trình vận tải nên có thể coi là những đối tác của nhau trong một cuộc kinh doanh, trong đó sự hợp tác là tối quan trọng.

Thực tế cho thấy rằng, sự hợp tác này đã tồn tại trong nhiều năm nay và tiếp tục vẫn được duy trì. Đó vừa mang lại lợi ích cho các hãng hàng không, vừa là lợi ích cho các đại lý nhằm mục đích cung cấp các dịch vụ có chất lượng cao cho người gửi hàng và người nhận hàng.

Đối với người gửi hàng hay người nhận hàng, đại lý thực sự là cần thiết vì bản thân các thủ tục, nghiệp vụ để xuất khẩu hay nhập khẩu một lô hàng vốn đã rất phức tạp đòi hỏi người tiến hành phải có trình độ, tinh thông nghiệp vụ. Hơn nữa đối với vận chuyển hàng không phải tuân theo các quy định rất nghiêm ngặt để đảm bảo an toàn cho chuyến bay mà các quy định này ít có các chủ hàng nào thông thạo như các đại lý hàng không. Khi đã ủy thác lô hàng của mình cho các đại lý hàng không, người gửi hàng có thể yên tâm

rằng lô hàng của mình sẽ đến tận tay người nhận bởi đại lý đảm bảo mọi thủ tục, dịch vụ và đóng hàng bao gói, lưu kho, chọn tuyến đường, nhận, cấp chứng từ... và đến cả giao hàng tận tay người nhận do các đại lý thường có mạng lưới đại lý riêng của mình ở nước ngoài (các Công ty làm đại lý lẫn cho nhau) đảm bảo việc nhận hàng đầy đủ.

+ Vai trò của người giao nhận hàng không.

Như trên đã định nghĩa, người giao nhận hàng không cũng có thể là đại lý IATA hoặc không phải là đại lý IATA nhưng họ chuyên về dịch vụ gom hàng. Bởi vậy vai trò của người giao nhận hàng không cũng tương tự như vai trò của đại lý hàng hoá hàng không, nhưng thêm một số vai trò về dịch vụ gom hàng như sau :

- Đối với người gửi hàng, dịch vụ gom hàng làm giá cước thấp hơn. Hơn nữa, khi giao dịch với người gom hàng, người gửi hàng cảm thấy thuận lợi hơn với người vận tải bởi người gom hàng có thể lo việc vận tải cho lô hàng một cách thích hợp.

- Đối với người chuyên chở, họ sẽ tiết kiệm được chi phí giấy tờ, thời gian, do không phải trực tiếp giải quyết những lô hàng lẻ. Người chuyên chở có thể tận dụng hết khả năng của phương tiện vận tải và họ cũng không sợ không thu được tiền của các chủ hàng lẻ do đã có người gom hàng thu hộ.

- Đối với người giao nhận không làm dịch vụ gom hàng, anh ta sẽ được hưởng giá cước thấp hơn của các hãng hàng không cho những lô hàng lớn. Anh ta sẽ chuyển một phần lợi này cho khách hàng bằng cách chào cho họ giá cước thấp hơn mà người gửi hàng phải trả cho các hãng hàng không. Vì vậy, người giao nhận hàng không có thể đưa ra bản giá cước riêng của mình khi anh ta làm nhiệm vụ thu gom hàng và đồng thời anh ta sẽ được hưởng khoản chênh lệch giá cước giữa tiền cước mà anh ta phải trả cho những hàng không và tiền cước thu được của các chủ hàng lẻ.

***c) Nội dung chủ yếu của dịch vụ giao nhận hàng hoá XNK chuyên chở bằng đường không.***

\* Chuẩn bị các chứng từ.

Chứng từ thường dùng trong vận chuyển hàng không là :

- Vận đơn hàng không - Vận đơn "chủ"/ Vận đơn nhà
- Thư chỉ dẫn của người, gửi hàng
- Hoá đơn thương mại
- Tờ khai của người gửi hàng về hàng nguy hiểm
- Giấy chứng nhận về súc vật sống
- Giấy chứng nhận về vũ khí đạn dược.
- \* Quy trình làm giao nhận của các đại lý hàng không.

- Hỗ trợ người gửi hàng tìm hiểu các thông tin liên quan và cần thiết theo yêu cầu của nước nhập khẩu, không chỉ khi ký kết hợp đồng mà cả khi đàm phán hợp đồng.

- Tạo phương tiện cho việc thu gom những chuyến hàng xuất khẩu của khách hàng.

- Chuẩn bị đầy đủ các chứng từ hàng không, hoàn thành việc lập vận đơn hàng không kể cả mọi chi phí tính trong đó và đảm bảo những hóa đơn chứng từ đó đáp ứng được mọi yêu cầu của việc vận chuyển hàng không của cơ quan hải quan.

- Kiểm tra giấy phép xuất khẩu, nhập khẩu của lô hàng có đầy đủ và hoàn toàn phù hợp với luật lệ Nhà nước không.

- Đảm bảo là giấy chứng nhận đóng gói và bản kê khai của người gửi hàng (trong trường hợp hàng nguy hiểm và súc vật sống) do người xuất khẩu cung cấp phù hợp với thể lệ của IATA và của Nhà nước.

- Lo thu xếp bảo hiểm cho khách hàng

- Thu xếp vận chuyển và lưu khoang máy bay với hãng hàng không và định lịch trình giao hàng tại sân bay.

- Theo dõi việc di chuyển hàng

- Tạo phương tiện cho việc tiếp nhận những chuyến hàng nhập khẩu.

- Lo thu xếp bảo hiểm cho khách hàng

- Thu xếp vận chuyển và lưu khoang máy bay với hãng hàng không và định lịch trình giao hàng tại sân bay.

- Theo dõi việc di chuyển hàng

- Tạo phương tiện cho việc tiếp nhận những chuyến hàng nhập khẩu.

- Lo thu xếp việc chia hàng lẻ, cung cấp phương tiện vận chuyển lô hàng từ sân bay đến tay người nhận hàng.

\* Quy trình làm giao nhận của người giao nhận hàng không.

+ Đối với hàng xuất khẩu :

- Gom hàng : Là việc tập hợp những lô hàng nhỏ, lẻ từ nhiều người gửi hàng thành những lô hàng lớn và gửi nguyên đi theo cùng một vận đơn tới cùng một nơi đến cho một hay nhiều người nhận. Việc gom hàng sẽ làm giảm cước phí, tăng khả năng vận chuyển của phương tiện, đặc biệt là vận chuyển bằng đường hàng không bởi trong hệ thống giá cước của các hãng hàng không, những lô hàng lớn thường được hưởng giá cước thấp hơn những lô hàng nhỏ.

- Giám sát việc di chuyển hàng của khách bao gồm việc chuyển tải và chuyển tiếp đến địa điểm giao hàng cuối cùng.

- Cung cấp chuyển hàng lớn để thuê toàn bộ, thuê một phần hay thuê từng phần nhỏ của máy bay.

- Dán nhãn cho hàng hoá

- Xếp hàng vào Container của máy bay để giao cho hãng hàng không nhận chở.

- Thu xếp việc thu hoàn lại các khoản thuế, phí trước đã thanh toán cho hàng nhập, nay tái xuất.

+ Đối với hàng nhập khẩu.

- Thu xếp dỡ hàng, chia hàng lẻ

- Thu xếp việc khai báo hải quan

- Giao hàng

- Ứng tiền để thanh toán các khoản thuế, phí cho khách hàng

- Thực hiện lập lại chứng từ về hàng tái xuất

- Thực hiện việc chu chuyển hàng hoá trong nước đến địa điểm khai báo cuối cùng.

- Lo thu xếp xin giảm các khoản thuế phí cho hàng tái nhập.

## **CHƯƠNG II**

### **THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG DỊCH VỤ GIAO NHẬN HÀNG KHÔNG Ở VINATRANCO**

#### **I. GIỚI THIỆU KHÁI QUÁT VỀ VINATRANCO**

##### **1. Quá trình hình thành và phát triển của VINATRANCO**

Công ty kho vận và dịch vụ thương mại (VINATRANCO) là doanh nghiệp Nhà nước trực thuộc Bộ Thương mại, có tên giao dịch quốc tế.

The Vietnam National trade transport ware housing and service company được viết tắt là VINATRANCO.

Tiền thân của Công ty là Chi Cục vận tải khu 4 được thành lập trong những năm kháng chiến chống Mỹ ác liệt. Nhiệm vụ của chi cục lúc đó là chịu trách nhiệm bảo quản, vận chuyển quân lương, xăng dầu... phục vụ cho tiền tuyến, tuyến lửa khu 4 lúc đó. Với tinh thần quyết tâm đánh thắng giặc Mỹ sôi sục cùng với bề dày kinh nghiệm trong công tác kho vận, chi cục đã hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ mà Đảng và Nhà nước giao cho. Đây là một thành tích vô cùng to lớn của lãnh đạo và cán bộ công nhân viên chi cục, góp phần vào sự thắng lợi của quân nhân ta trong công cuộc kháng chiến chống Mỹ và thống nhất tổ quốc. Đó cũng là một trang vàng vẻ vang trong lịch sử phát triển của Công ty.

Đến năm 1979, trên cơ sở đánh giá tình hình nhiệm vụ mới, Bộ Nội thương đã quyết định thành lập Cục kho vận theo quyết định số 73 NTQĐ ngày 03/11/1979, quy định trách nhiệm, quyền hạn của Cục là cơ quan quản lý công tác kho vận của ngành Nội Thương.

Với chức năng và nhiệm vụ mới, Cục kho vận đã kịp thời thích ứng và có rất nhiều thành tích trong việc quản lý, xây dựng kho tàng và vận chuyển hàng hoá trên địa bàn cả nước.

Ngày 5/5/1981, Bộ Nội Thương có quyết định số 36 NTND thành lập Công ty kho vận Nội Thương I ( hoạt động trên địa bàn các tỉnh phía Bắc) và Công ty kho vận Nội thương II (hoạt động trên địa bàn các tỉnh phía Nam). Hai Công ty được hình thành trên cơ sở Cục kho vận cũ có nhiệm vụ kinh doanh kho hàng, vận tải, dịch vụ giao nhận.

Năm 1985, trước những yêu cầu về kinh doanh trong thời kỳ mới, cùng với việc nghiên cứu thành lập mô hình Tổng Công ty ở nước ta. Bộ Nội thương đã có quyết định số 212 NTQĐ ngày 11/11/1985, thành lập Tổng Công ty kho vận trên cơ sở sát nhập Công ty kho vận nội thương I và II. Quyết định này, quy định nhiệm vụ, quyền hạn của Tổng Công ty là cơ quan quản lý và kinh doanh các dịch vụ về kho tàng, vận tải và dịch vụ giao nhận trên phạm vi cả nước.

Đây có thể coi là thời kỳ phát triển mạnh mẽ và đạt được nhiều thành tựu của Công ty. Các nghiệp vụ kinh doanh có những bước tăng trưởng mạnh : dịch vụ về kho tăng bình quân 15%/năm, dịch vụ giao nhận tăng 25%/năm, dịch vụ vận tải tăng 39%/năm. Các chỉ tiêu kinh tế đều có mức tăng mạnh : doanh thu bình quân năm sau cao hơn năm trước từ 60 - 70%/năm, các khoản nộp Ngân sách đều đạt vượt mức kế hoạch thu nhập của cán bộ công nhân viên cao và ổn định. Có được những thành tích kể trên, lãnh đạo và cán bộ công nhân viên Công ty đã phải vượt qua rất nhiều khó khăn, vì giai đoạn này, cũng như bao doanh nghiệp khác, Công ty phải chịu sự thử thách của thời kỳ chuyển đổi nền kinh tế : xoá bỏ chế độ tập trung bao cấp, chuyển sang cơ chế kế hoạch hoá "lời ăn lỗ chịu". Tuy nhiên với truyền thống và sự năng động nhạy bén của mình Công ty đã thích ứng kịp thời với cơ chế mới, từng bước xây dựng doanh nghiệp ngày càng lớn mạnh, xứng đáng là "con chim đầu đàn" về dịch vụ kho vận và giao nhận của ngành Thương mại.

Năm 1989, khi nền kinh tế nước ta chuyển sang cơ chế thị trường với nhiều thành phần kinh tế tham gia vào nhiều lĩnh vực của nền kinh tế quốc dân kể cả trong lĩnh vực dịch vụ ngoại thương. Trong bối cảnh đó VINATRANCO phải bước vào cuộc cạnh tranh gay gắt với các tổ chức kinh tế khác cùng hoạt động trong lĩnh vực giao nhận, kho vận. Để đứng vững trên thương trường và khẳng định thế mạnh của mình, VINATRANCO đã tiến hành đổi mới toàn diện từ định hướng chiến lược, phương thức hoạt động đến quy mô, hình thức và cách tổ chức hoạt động, điều hành. Công ty không chỉ đặc biệt chú trọng tới việc tăng cường cơ sở vật chất kỹ thuật mà còn chú ý

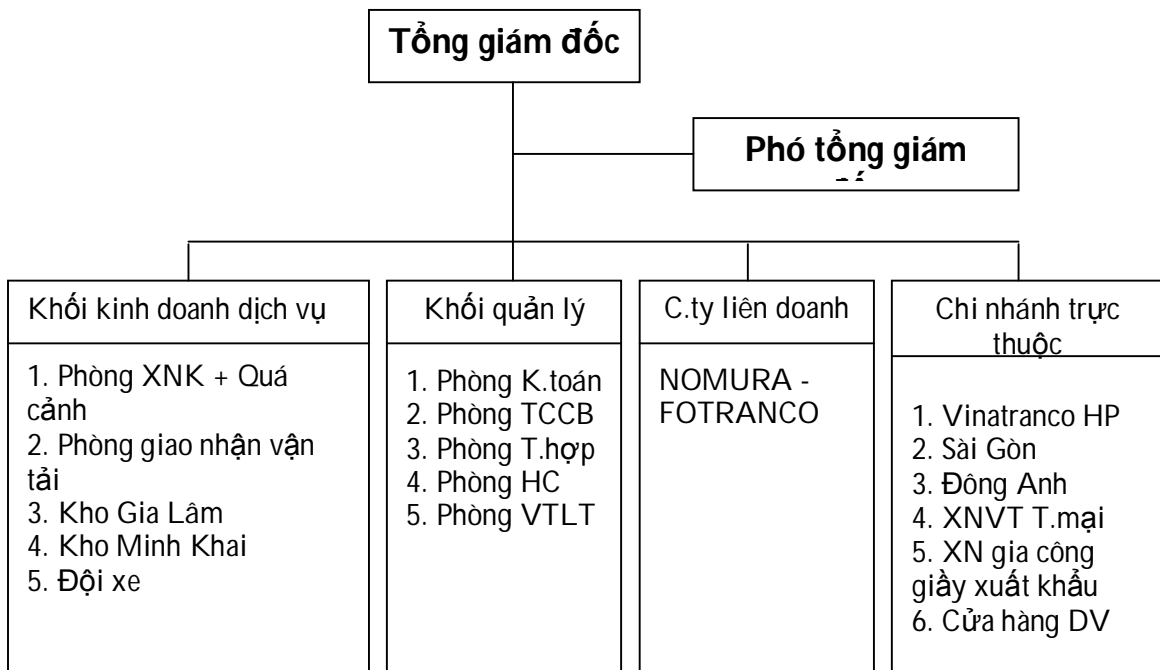
đào tạo nghiệp vụ, ngoại ngữ cho đội ngũ cán bộ nhằm không ngừng nâng cao, chất lượng dịch vụ cũng như uy tín của Công ty.

Như vậy trải qua hơn 20 năm hoạt động VINATRANCO 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 đến nay, VINATRANCO đã trở thành một Công ty giao nhận quốc tế, 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).

Hiện nay VINATRANCO có các đơn vị trực thuộc là :

- VINATRANCO Hải Phòng
- VINATRANCO Sài Gòn
- Chi nhánh kho vận và dịch vụ thương mại Đông Anh.
- Xí nghiệp vận tải thương mại Hải Châu
- Xí nghiệp gia công giấy xuất khẩu Đông Anh
- Cửa hàng dịch vụ vận tải thương mại ở Minh Khai
- Trạm kho vận và dịch vụ thương mại Gia Lâm
- Công ty liên doanh NOMURA - FOTRANICO Hải Phòng

### Mô hình tổ chức quản lý của VINATRANCO.



## **2. Chức năng và nhiệm vụ của Công ty.**

### ***a. Chức năng.***

Theo điều lệ của Công ty VINATRANCO có các chức năng sau :

+ Phối hợp với các tổ chức khác ở trong và ngoài nước để tổ chức chuyên chở, giao nhận hàng hoá xuất nhập khẩu, hàng ngoại giao, hàng quá cảnh, hàng hội chợ triển lãm, hàng tư nhân, tài liệu, chứng từ liên quan, chứng từ phát nhanh.

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

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

+ Nhận ủy 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.

+ Tiến hành làm các dịch vụ giao nhận, vận chuyển hàng hoá 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 phương tiện của người khác.

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

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

+ Liên doanh liên kết với các tổ chức trong và ngoài nước trong lĩnh vực vận chuyển, giao nhận, kho bãi, thuê tàu...



+ Kinh doanh du lịch (dịch vụ khách sạn, vận chuyển, hướng dẫn khách du lịch), kinh doanh cho thuê văn phòng nhà ở.

**b. Nhiệm vụ :**

Với các chức năng trên, VINATRANCO phải thực hiện những nhiệm vụ chủ yếu sau :

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

+ Bảo đảm việc bảo toàn và bổ sung vốn trên cơ sở tự tạo nguồn vốn, bảo đảm trang trải về 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 đối với nhà nước.

+ Mua sắm, xây dựng, bổ sung và thường xuyên cải tiến, hoàn thiện, nâng cấp các phương tiện vật chất kỹ thuật của Công ty.

+ Thông qua các liên doanh, liên kết trong và ngoài nước để thực hiện việc giao nhận, chuyên chở hàng hoá bằng các phương thức tiên tiến, hợp lý, an toàn trên các luồng, các tuyến vận tải, cải tiến việc chuyên chở, chuyển tải, lưu kho, lưu bãi giao nhận hàng hoá và đảm bảo, bảo quản hàng hoá an toàn trong phạm vi trách nhiệm của Công ty.

+ Nghiên cứu tình hình thị trường kinh doanh dịch vụ giao nhận, kho vận, kiến nghị cải tiến biểu cước, giá cước của các tổ chức vận tải có liên quan theo quy chế hiện hành, đề ra các biện pháp thích hợp để đảm bảo quyền lợi của các bên khi ký hợp đồng nhằm thu hút khách hàng, củng cố và nâng cao uy tín của Công ty trên thị trường trong nước và quốc tế.

+ Thực hiện nghiêm chỉnh chế độ quản lý tài chính, tài sản các chế độ chính sách cán bộ và quyền lợi của người lao động theo cơ chế tự chủ, gắn việc trả lương với hiệu quả lao động bằng các hình thức lương 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 của Công ty để đáp ứng được yêu cầu, nhiệm vụ kinh doanh ngày càng cao.

+ Tổ chức quản lý, chỉ đạo hoạt động kinh doanh của các đơn vị trực thuộc Công ty theo cơ chế hiện hành.

## II. THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG DỊCH VỤ GIAO NHẬN HÀNG KHÔNG Ở VINATRANCO

### 1. Tình hình (kết quả) kinh doanh của Công ty trong những năm gần đây.

**Bảng 1 : Bảng kết quả kinh doanh của Công ty**

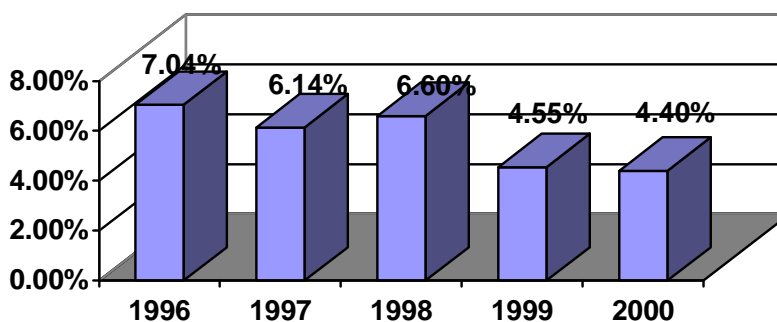
*Đơn vị : Triệu VNĐ*

Chỉ tiêu	1996	1997	1998	1999	2000
Doanh thu	31.584	48.777	59.624	65.878	65.886
Nộp ngân sách	2.143	2.460	1.876	2.157	2.528
Lợi nhuận	2.225	2.995	3.925	3.999	2.880
LN/DT (%)	7,04	6,14	6,6	4,55	4,4

*Nguồn : Phòng Hành chính - Tổng hợp - Công ty VINATRANCO*

Với các số liệu ở bảng 1, ta có đồ thị sau :

Đồ thị tỉ lệ % lợi nhuận đạt được trên tổng doanh thu của Công ty



Từ kết quả ở bảng 1 và đồ thị trên, ta có thể thấy rằng từ năm 1996 - 2000, tổng doanh thu bình quân tăng 20%/năm. Đạt được điều đó Công ty đã phải liên tục kiện toàn bộ máy quản lý, đồng thời quan tâm đến chất lượng nguồn nhân lực nhằm đáp ứng được yêu cầu sản xuất kinh doanh, thêm vào đó Công ty luôn thực hiện đúng kế hoạch về sửa chữa, xây mới kho xưởng, xí nghiệp bằng nguồn vốn tự có của Công ty theo định kỳ.

Về thực hiện nghĩa vụ với nhà nước, Công ty VINATRANCO đã hoàn thành vượt mức kế hoạch với nhà nước, cụ thể là :

**Bảng 2 : Tình hình thực hiện nghĩa vụ với Việt Nam***Đơn vị : Triệu đồng*

Chỉ tiêu	1996		1997		1998		1999		2000	
	Thực hiện	So KH Bộ giao	Thực hiện	So KH Bộ giao	Thực hiện	So KH Bộ giao	Thực hiện	So KH Bộ giao	Thực hiện	So KH Bộ giao
$\Sigma$ nộp NS	2.143	102%	2460	105%	1876	121%	2157	106%	2528	107%
Thuế GTGT (DT)	314		381		473		587		896	
Thuế NK	1411		1416		700		802		800	
Thuế TNDN	78		264		318		383		448	
Thuế vốn	74		74		74		74		74	
Nộp khác	260		325		312		311		310	

*Nguồn : Phòng kế toán Tài vụ - Công ty VINATRANCO*

Về tình hình thu nhập của công nhân viên - cán bộ trong Công ty nhìn chung là ổn định. Thu nhập bình quân đầu người/1tháng là hơn 1 triệu đồng. So với một số Công ty Nhà nước khác, mức thu nhập như vậy là khá cao.

## **2. Thực trạng hoạt động dịch vụ giao nhận hàng không ở VINATRANCO.**

Là một trong những Công ty hàng đầu trong lĩnh vực giao nhận của Bộ thương mại, Vinatraco đảm nhận cả hai vai trò : Đại lý hàng hoá IATA và người giao nhận hàng không.

Với vai trò là đại lý hàng hoá IATA, Công ty sẽ được hưởng hoa hồng từ việc gửi hàng cho các hãng hàng không đã ký kết hợp đồng đại lý. Trường hợp khách hàng yêu cầu hay chỉ định gửi hàng cho người chuyên chở mà Công ty lại không làm đại lý cho các hãng này thì Công ty chỉ đóng vai trò là người giao nhận hàng không theo sự ủy thác của khách hàng.

Hiện tại Công ty chưa có phòng kinh doanh dịch vụ hàng không riêng mà dịch vụ này được thực hiện kết hợp với kinh doanh dịch vụ đường biển

(tức là chung một văn phòng, chung đội ngũ cán bộ). Chính vì vậy mà việc kinh doanh dịch vụ hàng không ở VINATRANCO đã gặp không ít khó khăn. Khi Công ty nhận đảm nhiệm cùng một lúc nhiều lô hàng (cả đường không và đường biển). Vào thời điểm đó, do việc nhận hàng phụ thuộc chính vào thời gian hàng đến và thời gian khách hàng yêu cầu nên việc bố trí sắp xếp cán bộ giao nhận hàng là rất thụ động. Hơn nữa vì cùng chung một phòng giao nhận vận tải tổng thời gian dịch vụ giao nhận đường không ít, dịch vụ giao nhận đường biển nhiều hay ngược lại, vị trí của các cán bộ giao nhận được hoán vị thường xuyên cho nhau. Như vậy, hầu hết các cán bộ trong phòng đều kiêm luôn cả hai nghề vụ : đường không và đường biển. Vì thế việc kinh doanh giao nhận nói chung và kinh doanh giao nhận hàng không nói riêng chưa phát huy được hiệu quả mà đáng ra tất yếu phải đạt được. Điều này một phần cũng là do trước kia hoạt động kinh doanh giao nhận chỉ là một bộ phận nhỏ bé trong tổng thể hoạt động kinh doanh của cả Công ty nhưng từ 1997 đến nay, Công ty đã chú trọng quan tâm mở rộng hoạt động này và đến nay doanh thu của hoạt động giao nhận hàng không đã chiếm một tỷ trọng tương đối cao trong tổng doanh thu của Công ty. Ta có thể thấy rõ qua số liệu sau :

**Bảng 3 : Tình hình kinh doanh dịch vụ giao nhận hàng không ở VINATRANCO.**

*Đơn vị : Triệu VNĐ*

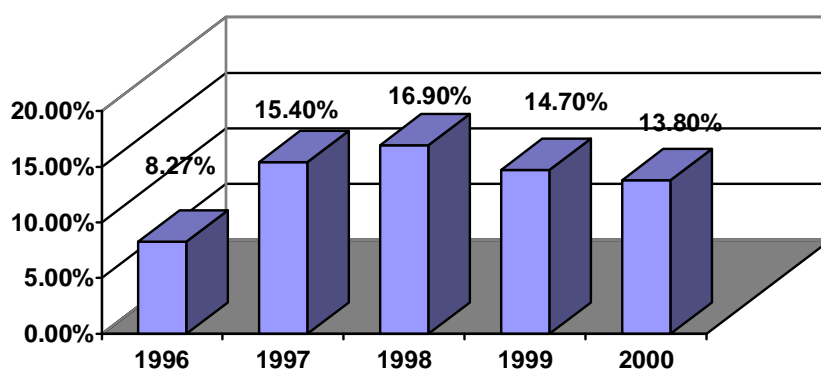
Chi tiêu \ Năm	1996	1997	1998	1999	2000
Tổng doanh thu	31584	47777	59624	65878	65886
Doanh thu DVGNHK	2900	3842	3186	3288	3042
Lợi nhuận từ DVGNHK	240	592	590	486	420
LN/DT từ DVHK	8,27%	15,4%	16,9%	14,7%	13,8%

*Nguồn : Phòng giao nhận vận tải - Công ty VINATRANCO*

Qua các số liệu ở bảng trên, ta có thể thấy tình hình kinh doanh trong lĩnh vực giao nhận hàng không của VINATRANCO cũng biến động khá rõ từ năm 1996 đến nay.

Năm 1996 trở về trước, Công ty chỉ thiên về giao nhận nội địa nên lợi nhuận thu được từ hoạt động giao nhận hàng không là chưa cao. Từ năm 1997 đến nay, Công ty đã mở rộng phạm vi kinh doanh của mình sang giao nhận hàng hoá quốc tế nên phần doanh thu cũng như lợi nhuận của dịch vụ giao nhận hàng không tăng rõ rệt. Năm 1999, doanh thu và lợi nhuận từ dịch vụ này giảm và chững lại đến năm 2000 thì lại giảm rõ rệt.

Đồ thị : Tỷ lệ % lợi nhuận trên doanh thu từ kinh doanh dịch vụ giao nhận hàng không.



Và nếu nhìn vào bảng tổng sản lượng giao nhận hàng hoá bằng đường hàng không dưới đây, ta thấy hoạt động giao nhận hàng không của Công ty từng năm có sự biến động mạnh. Đặc biệt là vào năm 1997, sản lượng hàng hoá giảm đột ngột.

**Bảng 4 : Tổng sản lượng hàng hoá giao nhận hàng không.**

*Đơn vị : Tấn*

Năm	1996	1997	1998	1999	2000
Tổng SL giao nhận	4400	3082	5207	4890	4507
- GN hàng xuất	2300	1662	4007	2690	1900
- GN hàng nhập	2100	1420	1200	2200	2607

*Nguồn : Phòng Tổng hợp VINATRANCO*

Năm 1996, sản lượng giao nhận bằng đường hàng không của Công ty khá cao, song lợi nhuận thu được lại không cao. Lý do chính là vì Công ty

chưa thực sự chú trọng đến việc mở rộng phạm vi kinh doanh giao nhận hàng không sang thị trường hàng hoá quốc tế.

Năm 1997, Công ty đã bắt đầu thực hiện kế hoạch mở rộng thị trường của mình và bước đầu đã có quan hệ với khoảng 17 hãng giao nhận hàng không trên thế giới như : TRANSLINK, SINO TRANSPORT. CO, PIONNEER EXPRESS, GATEWAY EXPRESS... hầu hết các hãng này đều là những hãng lớn, có uy tín trong thị trường giao nhận. Chính nhờ những mối quan hệ này, mà doanh thu từ dịch vụ giao nhận hàng không của VINATRANCO có tăng lên mặc dù sản xuất hàng hoá giao nhận giảm. Sản lượng hàng hoá giao nhận hàng không ở VINATRANCO năm 1997 giảm sút là do sự ảnh hưởng của cuộc khủng hoảng kinh tế khu vực (7/1997) đến Thương mại quốc tế nói chung và đến hoạt động kinh doanh giao nhận hàng không ở VINATRANCO nói riêng. Song cũng chính thời gian này, VINATRANCO đã đưa ra những giải pháp kịp thời nên không những Công ty đã tăng được doanh thu năm 1997 mà còn tăng sản lượng giao nhận vào năm 1998.

Nếu chỉ xét trên số liệu đơn thuần thì việc giảm sút về sản lượng giao nhận với việc doanh thu tăng từ hoạt động giao nhận đó thì hình như có sự mâu thuẫn. Song có thể nói là không có sự mâu thuẫn nào vì :

- Sản lượng hàng hoá cao chưa chắc doanh thu và lợi nhuận đã cao vì doanh thu thu được từ dịch vụ giao nhận hàng không không chỉ căn cứ vào sản lượng mà quan trọng hơn nó căn cứ vào giá trị hàng hoá giao nhận. Có những loại hàng hoá mà sản lượng giao nhận rất lớn nhưng lợi nhuận thu được lại rất ít và ngược lại.

- Công ty ký được nhiều hợp đồng giao nhận với mức cước khá cao (có thể nói là cao hơn so với một số hãng giao nhận khác), do đó phần chênh lệch mà Công ty được hưởng cũng cao. Điều này chứng tỏ uy tín của Công ty đang dần được tín nhiệm trên thị trường.

Năm 1998 là năm tổng sản lượng giao nhận hàng không của Công ty tăng rõ rệt, lợi nhuận cũng vậy : Công ty đã ký được một lượng lớn hợp đồng giao nhận từ cửa đến cửa (door to door). Hơn nữa, do Công ty có quan hệ tốt

với khách hàng nước ngoài cũng như trong nước nên mối quan hệ của Công ty ngày càng được mở rộng.

Năm 1999 - 2000, tổng sản lượng cũng như lợi nhuận thu được từ dịch vụ giao nhận hàng không của Công ty có xu hướng chững lại, thậm chí giảm sút, Công ty cần tìm ra nguyên nhân và biện pháp khắc phục tình trạng này.

### **3. Quy trình giao nhận hàng hoá xuất nhập khẩu bằng đường hàng không ở VINATRANCO.**

Cũng như trong vận tải đường biển trong quá trình giao nhận vận tải hàng hoá bằng đường hàng không, phải sử dụng nhiều loại chứng từ khác nhau. Chứng từ trong vận tải hàng không gồm có :

- Chứng từ trước khi vận chuyển
- Chứng từ trong khi vận chuyển
- Chứng từ sau khi vận chuyển
- \* Chứng từ trước khi vận chuyển

Gồm có :

+ Thư chỉ dẫn của người gửi hàng (company heading)

Chứng từ này thường được in theo mẫu nhưng có thể là một thư có tiêu đề của người gửi hàng. Người gửi hàng dùng để chuyển cho đại lý hay người giao nhận tất cả các chi tiết và chỉ dẫn liên quan đến lô hàng cụ thể :

Tài liệu này cung cấp các thông tin sau :

- Tên và địa chỉ của người gửi, người nhận
- Nơi đến và tuyến đường yêu cầu
- Số kiện
- Trọng lượng kích thước hàng hoá
- Loại, tình trạng hàng hoá
- Hình thức thanh toán
- Có mua bảo hiểm hay không ?

Danh sách các chứng từ đi kèm

Người gửi hàng ký vào chứng từ này nhằm uỷ quyền cho đại lý, người chuyên chở thay mặt mình ký vào vận đơn và xác nhận là nội dung của chuyển hàng đã được khai báo phù hợp, nếu như là những hàng đặc biệt thì cũng hoàn toàn phù hợp với những quy tắc về hàng hoá nguy hiểm được IATA phát hành hiện nay.

Thư hướng dẫn của người gửi hàng có chức năng như thư uỷ thác chuyên chở theo yêu cầu của người gửi hàng ghi trong thư. Đại lý giao nhận tiến hành giao hàng cho người chuyên chở, đại lý giao nhận phải chịu trách nhiệm trực tiếp về hàng hoá trước người gửi hàng. Mặt khác, thư chỉ dẫn cũng thể hiện sự cam kết của người gửi hàng với người giao nhận về hàng hoá và các điều kiện như đã thoả thuận trong hợp đồng.

\* Hoá đơn thương mại (Commercial Invoice)

Là một chứng từ do người bán cấp cho người mua hàng, tuy nhiên nó không phải là chứng từ phát sinh trong nghiệp vụ vận tải nhưng nó không thể thiếu được trong bộ chứng từ vận tải. Trong quá trình vận tải hàng hoá XNK, chứng từ này được cơ quan hải quan sử dụng để làm cơ sở tính thuế đồng thời để làm các thủ tục cần thiết khác như tính giá trị bảo hiểm, thanh toán. Nội dung của hoá đơn thương mại gồm :

- Tên người gửi, người nhận hàng
- Đặc điểm hàng hoá
- Tổng giá trị hàng hoá
- Điều kiện cơ sở giao hàng
- Phương thức thanh toán
- Phương thức chuyên chở hàng hoá

\* Bảng kê chi tiết hàng hoá (Specification)

Là chứng từ về chi tiết hàng hoá trong kiện hàng. Nó tạo điều kiện thuận tiện cho việc kiểm tra hàng hoá. Ngoài ra nó còn tác dụng bổ sung cho hoá đơn khi lô hàng bao gồm nhiều loại hàng có tên gọi khác nhau và có phẩm cấp khác nhau.



\* Phiếu đóng gói hàng hoá (Packing list)

Là bảng kê khai tất cả các hàng hoá đựng trong một kiện hàng (hòm, hộp, container...)

\* Tờ khai hải quan hàng hoá XNK.

Căn cứ vào những chứng từ trong bộ hồ sơ của lô hàng, người giao nhận, khai những thông tin cần thiết vào tờ khai Hải quan thật chính xác và không được tẩy xoá. Nội dung của tờ khai hải quan được viết bằng tiếng Việt.

\* Giấy phép xuất nhập khẩu (Export/Import license)

Là chứng từ do Bộ thương mại cấp, cho phép chủ hàng được xuất khẩu hoặc nhập khẩu một hoặc một số lô hàng nhất định có cùng tên hàng, từ một nước nhất định, qua một cửa khẩu nhất định, trong một thời hạn nhất định. Nội dung của giấy phép xuất nhập khẩu bao gồm : tên và địa chỉ người bán (hoặc người mua) của hợp đồng, tên cửa khẩu giao nhận, phương tiện vận tải, nhãn hiệu, quy cách phẩm chất số lượng trọng lượng, đơn giá và tổng trị giá, thời hạn hiệu lực của giấy phép.

\* Các chứng từ để thanh toán

\* Các chứng từ khác : Tùy theo từng chuyến hàng vận tải cụ thể, người gửi hàng phải cung cấp cho người chuyên chở các chứng từ như : giấy chứng nhận của người gửi hàng về súc vật sống, tờ khai của người gửi hàng về hàng nguy hiểm, giấy chứng nhận của người gửi hàng về vũ khí đạn dược...

Đôi khi để đảm bảo chắc chắn hơn trong việc thanh toán, người gửi hàng phải cung cấp thêm các chứng từ khác do L/C quy định.

\* Chứng từ trong vận chuyển gồm :

+ Vận đơn hàng không cho những lô hàng gửi trực tiếp là một trong những chứng từ quan trọng và chủ yếu nhất trong vận tải hàng không. Mục đích chủ yếu của nó là :

⇒ Là hợp đồng chuyên chở :

Vận đơn hàng không là bằng chứng của hợp đồng chuyên chở được lập giữa người chuyên chở và người gửi hàng. Hợp đồng được người gửi hàng hay đại lý của anh ta và người chuyên chở hay đại lý của mình ký.

Trong trường hợp một đại lý cùng một lúc vừa thay mặt người gửi hàng vừa thay mặt người chuyên chở thì vận đơn hàng không phải ký hai lần.

⇒ Là bằng chứng của việc nhận hàng :

Nó là giấy biên nhận về hàng đã được giao cho người chuyên chở, chứng minh việc giao lô hàng trong điều kiện hoàn hảo trừ phi có ghi nhận xét khác và cũng chứng minh là những chỉ dẫn của người gửi hàng đã được chấp nhận.

⇒ Là hoá đơn cước phí.

Vận đơn hàng không có thể được dùng làm hoá đơn, vì trên vận đơn chỉ ra những chi phí còn nợ người đại lý của người chuyên chở (như trong trường hợp cước thu sau...)

⇒ Là giấy chứng nhận bảo hiểm

Vận đơn hàng không có thể được dùng như là một giấy chứng nhận vì mục đích bảo hiểm nếu như người chuyên chở có khả năng bảo hiểm chuyển hàng và được người gửi hàng yêu cầu.

⇒ Là chứng từ hải quan.

Vận đơn hàng không được dùng như một chứng từ cơ bản để xuất trình khai hải quan.

⇒ Là hướng dẫn đối với nhân viên hàng không.

Vận đơn hàng không là một bản hướng dẫn đối với nhân viên hàng không của người chuyên chở vì nó tạo điều kiện thuận lợi cho việc làm hàng, gửi hàng và giao hàng. Nó bao gồm những chỉ dẫn là : Hàng sẽ được gửi đi đâu, cho ai, bao nhiêu kiện, ai là người thanh toán tiền. Vận đơn hàng không thường đi kèm với hàng hoá để dễ nhận biết hàng.

\* Vận đơn chính và vận đơn “nhà” trong trường hợp gom hàng.

- Vận đơn chính Master Bill of lading ( Master airwaybill) do hãng hàng không phát hành.

- Vận đơn nhà House airwaybill (HB).

Do người giao nhận phát hành.

Về bản chất hai vận đơn này không khác gì vận đơn hàng không (nó được lập ra từ vận đơn hàng không), nó chỉ khác ở chủ thể phát hành và ký hiệu trên vận đơn.

Vận đơn hàng không : AWB gồm :

+ Vận đơn hàng chủ : MAWB

+ Vận đơn hàng nhà : HAWB

Đặc điểm của vận đơn hàng không.

Vận đơn hàng không (MAWB & HAWB) khác với vận đơn đường biển, vận đơn hàng không là một chứng từ không giao dịch được. Nó được phát hành theo mẫu in sẵn của các hãng hàng không (Airline Airwaybill) hoặc theo mẫu của IATA (gọi là AWB trung lập - Neutrall AWB) vận đơn của các hãng hàng không được sử dụng để vận tải trong nước và quốc tế, mẫu này được sử dụng để vận tải trong nước và quốc tế các chứng từ vận tải.

Thông thường, các vận đơn được các hãng hàng không IATA phát cho các đại lý IATA, vận đơn ghi rõ biểu tượng của hãng hàng không, địa chỉ, các số và chữ ký hiệu cho hãng hàng không đó.

Ngày nay, người ta đã có thể lập vận đơn qua hệ thống máy vi tính, các đại lý trên khắp thế giới sử dụng hệ thống máy tính của mình để phát hành vận đơn hàng không (vận đơn chính - MAWB và vận đơn nhà HAWB). Các đại lý có thể giữ mẫu vận đơn của một số hãng hàng không, tuy nhiên có khó khăn trong việc in các số ký hiệu và biểu tượng của các hãng hàng không đó lên vận đơn vì vậy, người ta phải lập ra vận đơn trung lập Neutrall AWB. Vận đơn này có cùng bố cục và mẫu như vận đơn của hãng hàng không nhưng nó không in các ký hiệu riêng của hãng hàng không. Điều này cho phép người giao nhận phát hành cả vận đơn chính và vận đơn nhà.

Người chuyên chở chỉ phát hành vận đơn khi đã nhận được hàng hoá của người gửi hàng.

Vận đơn của hãng hàng không bao gồm 3 bản gốc và từ 6 - 11 bản copy, trong khi đó vận đơn trung lập có 3 bản gốc và 9 bản copy.

Ba bản gốc (mặt sau có in các điều kiện của hợp đồng) có giá trị như nhau, các phần khác nhau của vận đơn hàng không có các màu và thứ tự như sau :

- Bản gốc 1 : Cho người chuyên chở

Màu xanh lá cây, được người chuyên chở giữ lại, mục đích để thanh toán và là bằng chứng của hợp đồng chuyên chở, có chữ ký của người vận chuyển và người gửi hàng.

- Bản gốc 2 : Cho người nhận hàng

Màu hồng - được gửi cùng với lô hàng tới sân bay đến cuối cùng để giao cho người nhận khi giao hàng.

- Bản gốc 3 : Cho người gửi hàng, có màu xanh da trời được đưa cho người gửi hàng, coi như là :

. Bằng chứng của việc nhận hàng vận chuyển

. Hợp đồng chuyên chở có chữ ký của người vận chuyển và người gửi hàng.

6 - 11 bản copy - Bản copy 5 cho hãng hàng không tại sân bay đến.

- Bản copy 4 (đã nhận hàng) màu vàng, được người chuyên chở cuối cùng giữ lại ở sân bay đến, có chữ ký của người nhận hàng, để chứng tỏ :

. Hàng hoá đã được giao cho người nhận hàng

. Là bằng chứng của việc hoàn thành hợp đồng chuyên chở của người vận chuyển.

- Bản copy 5 (cho người vận chuyển thứ 3) màu trắng, được dùng khi hàng được chuyển tải ở sân bay thứ 3.

- Bản copy 7 (cho người vận chuyển thứ 2) màu trắng, được dùng khi hàng được chuyển từ ở sân bay thứ hai.

- Bản copy 8 (cho người vận chuyển thứ 1) màu trắng được bộ phận vận chuyển hàng hoá của người chuyên chở đầu tiên giữ lại khi làm hàng.

- Bản copy 9 (cho đại lý) màu trắng, được đại lý hay người chuyên chở lập vận đơn giữ lại.

\* Nội dung của vận đơn hàng không.

Là những thông tin cần thiết về lô hàng, mà người giao nhận bắt buộc phải nắm được. Đó là :

- Sân bay khởi hành (1) được ghi bằng 3 chữ cái (theo quy định của IATA) tên sân bay khởi hành hoặc tên thành phố có sân bay.

Ví dụ : Hà Nội - ký hiệu HAN

Tokyo - ký hiệu TYO (1A)

- Mã hiệu hàng không gồm 3 chữ số : Tên hãng vận chuyển hàng không (theo quy định IATA).

Ví dụ : Hãng hàng không Việt Nam là : 738

Hãng hàng không Pháp là 057

- Số vận đơn (1B) gồm 8 chữ số

Ví dụ : 738 - HAN - 40705280

- Tên và địa chỉ hãng hàng không phát hành vận đơn 1C

- Tên và địa chỉ của người gửi hàng (bao gồm cả số điện thoại, fax, telex nếu có) (2)

- Số tài khoản của người gửi hàng (3)

Do người vận chuyển phát hành vận đơn ghi

- Tên và địa chỉ người nhận (4) : gồm có tên, địa chỉ người nhận, bao gồm cả tên thành phố, tên nước và số điện thoại, số Fax, Telex nếu có.

- Số tài khoản người nhận (5) : Do người vận chuyển hàng không cuối cùng khi

- Tên, địa chỉ đại lý của người chuyên chở (6)

- Mã hiệu đại lý IATA của người phát hành vận đơn (7)
- Số tài khoản các đại lý hãng hàng không chuyên chở (8) cho người chuyên chở ghi.

- Sân bay khởi hành và tuyến đường vận chuyển (9), ô này sẽ ghi tuyến đường vận chuyển của người chuyên chở thứ nhất, sân bay khởi hành được coi là địa chỉ của người vận chuyển đầu tiên. Nếu tuyến đường có chuyển tải và liên quan tới hai người vận chuyển trở lên thì có thể ghi trong ô 11 (cash), sec (credit)...

Trong trường hợp không giao được hàng (hàng phải vận chuyển trở lại) với một số đơn mới thì số vận đơn cũ sẽ được ghi vào ô này.

Nếu hành lý được vận chuyển như là hàng hoá thì số vé hành khách và tuyến đường cũng sẽ được ghi vào ô này.

- Tuyến đường vận chuyển và nơi đến (11)

- Tới (11A) - bằng người chuyên chở đầu tiên - ghi mã hiệu 3 chữ cái của sân bay đến hoặc địa điểm chuyển tải đầu tiên.

- Tên người chuyên chở thứ nhất (11B) tên đầy đủ hoặc bằng 3 chữ cái tên của người chuyên chở đầu tiên.

- 11C - 11F : Những ô này được ghi khi lô hàng được hãng hàng không khác vận chuyển tới đích, mã hiệu thành phố là 3 chữ cái IATA sẽ được điền vào cột “to” và mã hiệu 2 chữ cái của hãng hàng không điền vào cột “by”.

Hãng hàng không nào phát hành vận đơn thường là người chuyên chở đầu tiên.

- Đồng tiền thanh toán (12) : Ghi mã hiệu 3 chữ cái của đồng thanh toán (VD : DEM, VND, USD...)

- Phương thức thanh toán (13) : cột này ghi ký hiệu của các phương thức thanh toán như sau :

CA - séc thu sau từng phần - Tiền mặt thu trước từng phần

CB - sẽ trả sau từng phần - Tiền mặt thu sau từng phần.

CC - Toàn bộ phí thu sau.

CP - Tiền mặt thu từ cảng đến

CX - Séc thu từ cảng đến

NC - Miễn phí

PC - Tiền mặt trả trước từng phần - tiền mặt thu sau từng phần

PD - Séc trả trước từng phần - séc thu sau từng phần

PP - Toàn bộ phí trả trước bằng tiền mặt.

PX - Toàn bộ phí trả trước bằng séc.

- Phí tính theo trọng lượng và tính trị giá (14A) ; (14B). Điền dấu X vào ô PPD (Prepaid) hoặc COLL (Collect) nếu như phí theo trọng lượng và tính theo trọng lượng là phí trả trước hoặc thu sau.

- Tổng số cước này cũng được ghi vào ô 24A, 25A hoặc 24B, 25B tương ứng với trả trước hoặc thu sau :

- Các chi phí tại sân bay khởi hành (15A - B). Nếu các chi phí khác xảy ra tại sân bay đi là trả trước hoặc thu sau thì điền dấu x dưới ô PPD và COLL tương ứng.

- Giá trị hàng chuyên chở (16) : Do người gửi hàng khai, nếu không khai thì ghi NVD (No value declared = không khai giá trị).

- Giá trị khai báo hải quan (17)

Do người gửi hàng khai, nếu không khai giá trị thì ghi NCV (no commercial value = không có giá trị thương mại) hoặc để trống.

- Sân bay đến (18)

Ghi tên sân bay đến hoặc tên thành phố của địa điểm đến.

- Ngày của chuyến bay (19A - B)

- Số tiền bảo hiểm (20)

Ghi giá trị bảo hiểm nếu người chuyên chở làm dịch vụ bảo hiểm hoặc ghi xxx nếu người chuyên chở không làm dịch vụ bảo hiểm hoặc người gửi hàng không yêu cầu.

- Thông tin làm hàng (21)

Bao gồm những chi tiết như tên và địa chỉ của bất cứ người nào ngoài người nhận hàng cần phải được thông báo khi hàng đến, ví dụ như : Giấy chứng nhận động vật sống của người gửi hàng... hoặc các chỉ dẫn làm hàng đặc biệt khác khi cần thực hiện. Tuy nhiên nếu vận chuyển hàng nguy hiểm thì các thông tin làm hàng phải được ghi ở dòng đầu tiên :

“Dangerous Goods as per attached shippers Declaration” (hàng nguy hiểm theo tờ khai của người gửi hàng kèm theo)

“Dangerous Goods - Shipper’s Declaration not required” (hàng nguy hiểm - không yêu cầu tờ khai người gửi hàng).

- Số kiện (22A)

Ghi số kiện hàng có cùng giá cước

Nếu các kiện hàng có giá cước khác nhau thì ghi số kiện có cùng một giá ở mỗi dòng và tổng số kiện của lô hàng ghi ở cột 22J.

- Trọng lượng cả bì (22B)

- Trên mỗi dòng sẽ biểu thị trọng lượng cả bì với giá cước như sau :

+ Đơn vị đo lường kg - ký hiệu K (22C)

+ Đơn vị trọng lượng là pound - L

- Loại cước vận chuyển được áp dụng (22D)

Phần này được trình bày theo chi tiết cước phí, ký hiệu là M, N, Q, R, S, C (được giải thích ở phần sau).

- Phần bậc hàng (để áp dụng giá cước) 22E

Để biểu hiện bằng cách tính chiết khấu hay tăng thu theo phần trăm trên cước hàng bách hoá và áp dụng đối với một số hàng hoá nhất định trong khu vực đã định sẵn. Những cước này áp dụng khi không có cước riêng đối với mặt hàng đó.

Những hàng hoá chính có thể áp dụng là :

+ Súc vật sống, container nhốt súc vật

+ Hàng có giá trị quý như vàng, đồ trang sức.

+ Báo, tạp chí, sách, thiết bị chữ nổi và sách cho người mù.



+ Di hài

Súc vật sống, hàng có giá trị... thường được tính thêm cước trong khi sách báo và các ấn phẩm khác... được phép chiết khấu.

Ví dụ : Nếu như hàng được giảm 33% của giá cước tối thiểu thì ở cột Rate class sẽ ghi là R (Reduce) và cột phân loại hàng ghi là M67 (tức chỉ còn 67% của giá cước tối thiểu).

- Trọng lượng tính cước (22F)

Áp dụng theo quy tắc tính cước

- Cước phí (22G) biểu thị giá cước vận chuyển đối với một đơn vị trọng lượng tính cước. Nếu áp dụng cước tối thiểu thì tổng số cước sẽ điền vào.

- Tổng số cước phí 22H

- Bản chất, số lượng hàng 22I, bao gồm tên hàng, số lượng, kích cỡ và chi tiết hàng hoá.

Việc ghi kích thước các kiện hàng là một yêu cầu bắt buộc đối với lô hàng đã được phân hạng như hàng có giá trị và hàng mà trọng lượng tính cước dựa trên thể tích của kiện hàng.

- Tổng số kiện (22J)

- Tổng trọng lượng cả bì (22K)

- Tổng số cước phí (22L)

- Các chi phí khác (trừ phí tính theo trọng lượng và trị giá) như là phí vận đơn, phí làm hàng, phí bốc xếp và những khoản phí khác... (23). Và để có thể nói rõ thêm những chi phí này trả cho ai, có thể ghi ký hiệu.

A : Cho đại lý (Agent)

C : Cho người vận chuyển (Carrier)

- Những phí khác trả cho đại lý (27A, 27B)

Tổng số các phí phải trả cho đại lý bằng cách trả trước hoặc thu sau trong ô 23. Còn những chi phí phát sinh nơi xuất phát mà người gửi hàng phải trả cho đại lý thì đại lý phải thu của người gửi hàng.

- Những chi phí phải trả cho người vận chuyển (28A, 28B).

Bao gồm tổng số tiền cước vận chuyển và các chi phí phải trả cho người chuyên chở như ở ô 23.

- Tổng số chi phí phải trả 30A - B

- Chữ ký của người gửi hàng hay đại lý của anh ta xác nhận về sự chính xác của những chi tiết hàng hoá và việc chấp nhận, điều kiện chuyên chở của người chuyên chở (31).

- Chữ ký của người chuyên chở cấp vận đơn hay đại lý và ngày tháng lập vận đơn hàng không 32A - B - C.

Trong chuyên chở hàng không, khi lập vận đơn không đòi hỏi tất cả các chi tiết trên phải ghi đầy đủ trong vận đơn và có thể bổ sung thêm các chi tiết khác áp dụng cho chuyển giao hàng.

Trách nhiệm của người gửi hàng là lập vận đơn hàng không và đính kèm các chứng từ khác phù hợp với những thủ tục hải quan kiểm soát... người gửi hàng chịu trách nhiệm về sự chính xác của những chi tiết và lời khai liên quan đến hàng hoá mà anh ta đưa vào vận đơn hàng không.

Người giao nhận hàng không lập vận đơn hàng không (MAWB, HAWB) trong trường hợp gom hàng, cũng cần phải nắm được thật rõ các chi tiết cụ thể trong vận đơn.

+ Chứng từ sau vận chuyển.

Là những chứng từ cần thiết để làm thủ tục hải quan và nhận hàng như : biên lai kho hàng, chứng chỉ lưu kho, giấy chứng nhận xuất xứ, biên bản giám định hàng thiếu, vỡ khi vận chuyển....

Sau khi đã chuẩn bị được đầy đủ chứng từ cho lô hàng tức là mọi thông tin về lô hàng đã rõ, người giao nhận được ủy quyền để đi nhận hàng.

Để nhận hàng, người giao nhận phải thay mặt chủ hàng tiến hành một loạt các thủ tục hải quan như sau :

Bước I : Đăng ký tờ khai : Đây là bước rất quan trọng vì nó là cơ sở để áp dụng chính sách và để tiến hành thủ tục kiểm tra, giám sát và thu thuế. Bước này gồm 3 khâu.

+ Khai báo : Người giao nhận thay mặt chủ hàng khai báo một cách trung thực, chính xác vào tờ khai hàng hoá XNK do Tổng cục Hải quan quy định. Nếu khai thiếu và không chính xác, hải quan không cho đăng ký tờ khai.

+ Xuất trình bộ chứng từ : Khi đã chuẩn bị, kiểm tra đầy đủ chứng từ về số lượng và sự chính xác về nội dung, người giao nhận phải nộp cho hải quan những chứng từ sau :

- Tờ khai hàng hoá xuất nhập khẩu (3 bản)
- Giấy phép xuất/nhập khẩu 2 bản
- Bản kê chi tiết hàng hoá 2 bản
- Lệnh giao hàng của người vận tải 2 bản
- Bản sao hợp đồng mua bán quốc tế
- Bản sao vận đơn (nếu là hàng nhập) 1 bản
- Giấy chứng nhận xuất xứ 1 bản

Và phải xuất trình những chứng từ sau để hải quan kiểm tra.

- Văn bản đã được cấp hạn ngạch xuất nhập khẩu
- Vận đơn gốc (để đối chiếu với bản sao)
- Giấy chứng nhận phẩm chất
- Giấy chứng nhận kiểm dịch (nếu hàng thuộc diện phải kiểm dịch)
- Giấy phép kinh doanh XNK.

Sau khi cán bộ hải quan xem xét và đối chiếu các chứng từ, nếu không có thiếu sót gì với bộ chứng từ thì tờ khai hàng hoá xuất nhập khẩu được đóng dấu “Đã tiếp nhận tờ khai”. Cán bộ hải quan ghi ngày và số đăng ký vào tất cả các tờ khai hàng hoá và vào sổ đăng ký tờ khai.

Bước II : Hàng hoá được các cán bộ của kho hàng đưa lên địa điểm kiểm hoá (sau khi người giao nhận xuất trình bản sao của vận đơn và phiếu xuất kho).

Hải quan tiến hành kiểm hoá từ bên ngoài của kiện hàng đến những chi tiết bên trong hàng hoá, kết quả của kiểm hoá được ghi ở mặt sau của tờ khai

hàng hoá xuất nhập khẩu, hồ sơ kiểm hoá được chuyển cho bộ phận tính thuế để tính thuế và thông báo chính thức cho chủ hàng ( người giao nhận).

Bước III : Tính thuế và thông báo thuế.

Trên cơ sở kết quả kiểm hoá, cán bộ tính thuế phải xác định :

- Sắc thuế cần được áp dụng
- Mã hàng trong biểu thuế (áp mã)
- Thuế suất cần được áp dụng (áp thuế)
- Giá tính thuế
- Tỷ giá hiện hành.

Khi tính thuế xong, hồ sơ được trả lại cho người nhận hàng để người nhận hàng nộp thuế.

Bước IV : Kết thúc thủ tục hải quan và người giao nhận kể như đã hoàn tất mọi thủ tục ngân hàng, hàng hoá được người giao nhận đưa lên phương tiện chuyên chở của mình hoặc thuê về kho của Công ty mình hay giao thẳng hàng hoá luôn cho chủ hàng.

Trong quy trình làm thủ tục Hải quan đối với hàng hoá xuất nhập khẩu nói chung cũng như nói riêng đối với hàng hoá gia công xuất nhập khẩu, hàng hoá quá cảnh, hàng tái xuất...các thủ tục được tiến hành tương tự nhau (quy trình như trên chỉ khác ở chỗ) :

+ Với hàng quá cảnh : Khi người giao nhận được chủ hàng uỷ quyền đi nhận hàng thay, người giao nhận nhất thiết phải có giấy phép vận chuyển hàng quá cảnh (của chủ hàng) để xuất trình cho hải quan.

+ Với hàng tái xuất : phải có giấy phép “tạm nhập tái xuất” do phòng và quản lý xuất nhập khẩu cấp để xuất trình cho Hải quan.

Như vậy đối với từng trường hợp, thủ tục Hải quan được đặt ra khác nhau song sự khác nhau đó không nằm ngoài quy trình giao nhận hàng hoá thông thường, nó chỉ khác ở phần chứng từ phải nộp (hoặc xuất trình) thêm mà thôi.

Tóm lại, quy trình giao nhận hàng hoá xuất nhập khẩu bằng đường không được kết thúc khi người giao nhận vận chuyển, hàng hoá ( bằng phương tiện vận chuyển của mình hay của người khác) về giao tận kho cho người chủ hàng (người uỷ quyền).

### **III. PHÂN TÍCH VÀ ĐÁNH GIÁ HOẠT ĐỘNG GIAO NHẬN HÀNG HOÁ XUẤT NHẬP KHẨU BẰNG ĐƯỜNG HÀNG KHÔNG Ở VINATRANCO.**

#### **1. Phân tích về thị trường.**

- Với thị trường trong nước, Công ty đã thiết lập được hầu hết các chi nhánh ở các tỉnh, thành phố chính như :

- + VINATRANCO Hà Nội
- + VINATRANCO Hải Phòng
- + VINATRANCO Sài Gòn

Nhờ vậy VINATRANCO đã thiết lập được mạng lưới giao nhận của Công ty ở khắp mọi nơi trên toàn quốc. Đặc biệt với chi nhánh trong thành phố Hồ Chí Minh, VINATRANCO đã thu hút được một lượng khách hàng tương đối lớn, có thể nói doanh thu thu được từ VINATRANCO Sài Gòn là cao nhất trong tất cả các chi nhánh. Sở dĩ được như vậy là vì Sài Gòn là nơi tiêu thụ hàng hoá rất lớn, chiếm 60% lượng hàng hoá tiêu thụ của cả nước, hơn nữa VINATRANCO Sài Gòn lại có một đội ngũ cán bộ lành nghề cộng với cơ sở vật chất kỹ thuật của Công ty thường xuyên được nâng cấp và sửa sang thay đổi.

Không chỉ VINATRANCO Sài Gòn phát huy được lợi thế thương mại của mình mà VINATRANCO Hải Phòng, VINATRANCO Hà Nội cũng không kém những thành tích đạt được của VINATRANCO Sài Gòn là mấy.

Điều này được thể hiện rất rõ trong danh mục bạn hàng nội địa của VINATRANCO Hà Nội. Khoảng 100 bạn hàng là những Công ty lớn như Halida, Orion Hanel, Dệt 8/3 HANOIXIMEX.. và khoảng trên 200 bạn hàng là những Công ty vừa và nhỏ khác như : Phú Thái, Nhật quang, Hapharco, Quang Vinh, Atlas Copco, Cecoin...

Mặc dù vậy, Công ty vẫn không ngừng tiếp tục mở rộng thị trường nội địa, củng cố và đẩy mạnh hoạt động của các chi nhánh bằng mọi cách mà Công ty có thể, đặc biệt là dịch vụ “chăm sóc” khách hàng được Công ty quan tâm và chú trọng thực hiện, từ đó tạo uy tín cho khách hàng và qua đó dùng khách hàng làm phương tiện Marketing cho mình.

Nhờ đó, trên thị trường nội địa, Công ty luôn có được “nguồn”bạn hàng dồi dào và hoạt động giao nhận trên thị trường nội địa là tương đối ổn định. Tuy nhiên năm 1999 và năm 2000, do gặp phải sự cạnh tranh gay gắt của hàng loạt các Công ty giao nhận trong và ngoài nước nên hoạt động giao nhận hàng không của Công ty có phần hơi chững lại, việc khai thác và duy trì các nguồn hàng của Công ty đang gặp phải khó khăn.

- Với thị trường quốc tế, VINATRANCO mới bắt đầu mở rộng phạm vi kinh doanh từ năm 1997 nên thị trường giao nhận hàng hoá quốc tế bùng đường không của Công ty cũng mới chỉ dừng lại ở một số khu vực nhất định trên thế giới. Chính vì thế, với thị trường quốc tế VINATRANCO cần phải chú trọng hơn nữa tới những giải pháp cho việc mở rộng thị trường, tìm nguồn hàng.

Hiện tại thị trường chính của Công ty bao gồm :

- Khu vực Đông Nam Á có khối ASEAN & AUSTRALIA
- Khu vực Đông Bắc Á có Trung Quốc, Hồng Kông, Nhật Bản Đài Loan và Hàn Quốc.
- Khu vực Tây Âu có Pháp, Đức, Thụy Điển, Đan Mạch, Hà Lan.
- Khu vực Đông Âu có SNG, cộng hoà Sec
- Khu vực Châu Mỹ có Hoa Kỳ, Cuba.

Nhìn chung, các thị trường trên của Công ty ngày càng được mở rộng về chiều rộng lẫn chiều sâu, thể hiện như sau :

Đối với khu vực Đông Bắc Á, tuy chỉ có 5 nước nhưng lại là một thị trường chiếm tỷ trọng lớn trong tổng sản lượng hàng hoá giao nhận bằng đường không của Công ty. Năm 1997, sản lượng giao nhận hàng hoá bằng

đường không mà VINATRANCO, đảm nhận cho khu vực này chiếm khoảng 20% (hàng nhập), 25% (tổng lượng hàng xuất). Năm 1998, 1999, 2000, sản lượng giao nhận hàng không mà VINATRANCO đảm nhiệm cho khu vực này tăng đều, mỗi năm trung bình tăng 10% (...) lượng hàng hoá giao nhận còn lại trên thị trường quốc tế được san đều cho các thị trường còn lại, nếu có chênh lệch thì chỉ chênh lệch rất ít, không đáng kể (trong những khu vực còn lại thì nổi bật nhất là khối ASEAN - tuy sản lượng giao nhận hàng không mà Công ty đảm nhận có kém hơn khu vực Đông Nam á nhưng so với các khu vực khác thì ASEAN lại trội hơn hẳn, vì dù sao ASEAN cũng là một thị trường có kim ngạch buôn bán với Việt Nam khá cao trong những năm gần đây.

- Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường ASEAN năm 98 là 21.000 triệu USD, năm 2000 tăng tới khoảng 44.000 triệu USD.

- Kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam từ thị trường ASEAN tăng từ 3,8 tỷ USD năm 1998 đến 6,25 tỷ USD.

Qua đó ta có thể thấy ASEAN là một thị trường khá hấp dẫn với Việt Nam nói chung và VINATRANCO nói riêng. Do đó công ty cần phải chú trọng để khai thác thị trường này sao cho đạt được hiệu quả như mong đợi.

Do mới đây (1997) Công ty mới thực sự chú trọng tới lĩnh vực giao nhận hàng hoá và mới bắt đầu mở rộng phạm vi kinh doanh giao nhận hàng hoá quốc tế cho nên đối với thị trường quốc tế, cái tên VINATRANCO còn khá mới mẻ so với các Công ty giao nhận lâu đời khác nhau VINATRANS, VIETRANS, VIETFRACH... thì VINATRANCO mới chỉ là một thành viên mới đặt chân vào lĩnh vực giao nhận quốc tế. Vì thế, có được một số thị trường quốc tế như vậy trong thời gian không dài, VINATRANCO kể như đã thu được thành công bước đầu trong chiến lược mở rộng phạm vi kinh doanh giao nhận của mình. Tuy nhiên không vì thế mà Công ty không đặt ra những giải pháp mới, không vì thế mà Công ty không liên tục phát huy những sáng

kiến, những sách lược kinh doanh của mình để thu hút và duy trì những khách hàng trên thị trường quốc tế.

Đối với thị trường chủ yếu như khối Đông Bắc Á, khu vực ASEAN ... Công ty cần đưa ra những hiệu pháp thích hợp để thu hút và duy trì khách hàng.

Còn đối với những thị trường tiềm năng và một số thị trường còn mới mẻ, Công ty cần lập ra những kế hoạch Marketing cho từng thị trường căn cứ vào tình hình cụ thể của thị trường đó để có thể xâm nhập vào thị trường giao nhận các nước một cách dễ dàng.

## **2. Phân tích đối thủ cạnh tranh**

Với đà phát triển mạnh mẽ của vận tải và buôn bán quốc tế các dịch vụ giao nhận nói chung và giao nhận hàng không nói riêng không ngừng phát triển và ngày càng mở rộng.

Ở Việt Nam trong những năm gần đây, do Nhà nước ngày càng quan tâm hơn đến hoạt động kinh tế đối ngoại nên lượng hàng hoá xuất nhập khẩu ngày càng gia tăng tạo đà thuận lợi cho dịch vụ giao nhận nói chung và dịch vụ giao nhận hàng không nói riêng phát triển.

Một mặt do đòi hỏi cấp thiết của việc giao nhận hàng hoá xuất nhập khẩu, mặt khác do kinh doanh dịch vụ giao nhận nói chung cũng như dịch vụ giao nhận hàng hàng không. Nói riêng có vốn ban đầu không lớn mà nếu làm tốt thì lợi nhuận đem lại sẽ cao. Chính vì vậy mà 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. Hiện nay có hơn 40 Công ty tư nhân và Nhà nước, hơn 50 Công ty nước ngoài (kể cả liên doanh) đang cùng cạnh tranh với Vinatraco trong lĩnh vực giao nhận hàng không.

Trước tình hình này, để có thể tồn tại và phát triển bản thân VINATRANCO phải tìm hiểu các đối thủ cạnh tranh, nắm bắt những điểm mạnh, điểm yếu của họ để từ đó đưa ra chiến lược kinh doanh thích hợp.

Những đối thủ chính của VINATRANCO là :



+ **VINATRANS** : Là một Công ty Nhà nước được hình thành từ những năm 70. Trong cơ chế bao cấp Công ty này đảm nhận hầu hết các dịch vụ giao nhận trong nước và ngay từ những năm đó, Công ty đã là đại lý cho rất nhiều hãng ở nước ngoài. Hoạt động giao nhận hàng hoá xuất nhập khẩu là hoạt động kinh doanh chính của Công ty. Do đó VINATRANS đã có một bề dày kinh nghiệm trong lĩnh vực giao nhận hàng hóa nói chung và giao nhận hàng không nói riêng. Những lợi thế của Công ty.

- Cơ sở vật kỹ thuật của Công ty rất hiện đại, có thể nói là tương đương với những hãng giao nhận lớn trên thế giới.

- Đội ngũ cán bộ lành nghề, có nhiều kinh nghiệm.

- Có mối quan hệ rất tốt với các nhà đương cục hải quan, thuế, kiểm định...) và các hãng vận tải.

- Có rất nhiều chi nhánh, trụ sở chính đặt trong thành phố Hồ Chí Minh, chi nhánh tại Hà Nội, Đà Nẵng, Huế...

Có thể nói VINATRANS là đối thủ tiềm tàng của VINATRANCO trên thị trường giao nhận hiện nay, Công ty này đang tìm cách lôi kéo một số đại lý của VINATRANCO, vì VINATRANCO mới đặt chân vào lĩnh vực giao nhận quốc tế, do vậy về kinh nghiệm thì VINATRANCO kém hơn VINATRANS rất nhiều

+ **VIETRANS** : Là một Công ty Nhà nước, có trụ sở tại Hà Nội, Bộ thương mại , hoạt động theo chế độ hạch toán kinh tế, tự chủ tài chính. Đây là một tổ chức giao nhận đầu tiên tại Việt Nam theo quyết định số 554/BNT ngày 13/8/1970 của Bộ Ngoại Thương. Năm 1993, quyết định số 337/ TCCB ngày 3/3/1993 của Bộ Thương mại, VIETRANS chính thức được thành lập.

VIETRANS trước năm 1986 : Là đơn vị duy nhất hoạt động trong lĩnh vực kho vận Ngoại thương phục vụ tất cả các tổng Công ty xuất nhập khẩu trong cả nước nhưng hoạt động chủ yếu chỉ giới hạn ở ga, cảng, cửa khẩu.

Sau năm 1986 đất nước có những chuyển biến mới, VIETRANS đã vươn lên thành một Công ty giao nhận quốc tế có quan hệ đại lý rộng khắp trên thế

giới và 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.

Từ năm 1989 đến nay VIETRANS mất thế độc quyền và bước vào cuộc cạnh tranh gay gắt với các tổ chức kinh tế khác cùng hoạt động trong lĩnh vực giao nhận - kho vận. So với VINATRANCO VIETRANS hơn hẳn về quy mô kinh doanh lẫn phương thức hoạt động. Thế mạnh của VIETRANS là :

- Có các chi nhánh ở khắp các tỉnh thành trong cả nước.
- VIETRANS có rất nhiều văn phòng đại diện ở nước ngoài như Odessa, Vladivostock... và hơn 70 đại lý trên toàn thế giới.

- VIETRANS đã tham gia hiệp hội các tổ chức giao nhận các nước thành viên Hội đồng tương trợ kinh tế và trở thành hội viên chính thức chính thức của Liên đoàn các hiệp hội giao nhận quốc tế FIATA, từ năm 1989.

Như vậy có thể nói VIETRANS là một đối thủ cạnh tranh lớn của VINATRANCO, tuy nhiên trong lĩnh vực giao nhận nội địa VIETRANS lại tỏ ra là hãng chiếm thị phần nội địa khá khiêm tốn. Điều này có thể là do VIETRANS quá chú trọng đến thị trường quốc tế mà lại vô tình bỏ qua thị trường nội địa.

+ **GEMATTRANS** : Là một Công ty Nhà nước thuộc bộ giao thông vận tải. Đây là một Công ty tương đối lớn trên thị trường với mạng lưới phủ kín trên phạm vi toàn quốc, GEMATTRANS chiếm gần 20% thị phần trong thị trường nội địa GEMATTRANS có những thế mạnh chủ yếu là :

- Có đội tàu quốc tế.
- Tập trung mạnh vào dịch vụ gom hàng cho khách hàng là người Việt Nam muốn xuất hàng ra nước ngoài.

- Thường tận dụng được vận chuyên 2 chiều. Đây chính là thế mạnh nổi bật nhất của GEMATTRANS so với các Công ty giao nhận, trong nước khác.

- Cơ sở vật chất kỹ thuật của GEMATTRANS khá đầy đủ vì thường xuyên được được nâng cấp, hoàn thiện.

Hiện nay GEMATTRANS đang cố gắng đứng đầu trên mọi lĩnh vực cả giao nhận đường biển lẫn đường không. Tuy nhiên đây cũng chính là một điểm yếu của Công ty bởi hiện nay các Công ty trên thị trường đang dần chuyên môn hoá dịch vụ của mình, GEMATTRANS lại không tập trung nguồn lực, dàn trải mỏng trên thị trường nên sẽ gặp khó khăn.

+ **NISSHIN** : Đây là một Công ty giao nhận Quốc tế của Nhật Bản. Cùng với sự phát triển mạnh mẽ của nền kinh tế Nhật, Công ty đã trở thành một trong những Công ty giao nhận hàng đầu thế giới. Với tiềm lực của mình. NISSHIN đang tiến vào thị trường giao nhận Việt Nam bằng cách cố gắng thu tóm các dịch vụ giao nhận hàng hoá nước ngoài vào Việt Nam, đặc biệt là từ Nhật Bản và các nước thuộc khu vực Châu Á-Thái Bình Dương (NISSHIN đã hình thành mạng lưới đại lý, chi nhánh của mình trên toàn bộ các nước đó, đặc biệt là Singapore, Đài Loan, HongKong....) dần dần tiến tới tham gia vào dịch vụ giao nhận hàng hoá từ Việt Nam ra nước ngoài. Đây chính là một trong những nguyên nhân làm cho sản lượng giao nhận hàng hoá nhập khẩu của VINATRANCO bị giảm sút trong những năm gần đây.

+ **KONOIKE** : Là một Công ty của Nhật, cũng như NISSHIN, KONOIKE là một hãng giao nhận quốc tế có mạng lưới bao phủ khắp thế giới. Trụ sở của KONOIKE đặt tại Thành phố Hồ Chí Minh. VIETRANS cũng là một trong những đại lý của Công ty này. KONOIKE luôn cung cấp những dịch vụ trọn gói cho khách hàng (door to door), được khách hàng đánh giá rất cao về sự nhiệt tình phục vụ cũng như chất lượng phục vụ. Có thể nói KONOIKE là một Công ty giao nhận có uy tín lớn trên thị trường quốc tế, cũng như thị trường Việt Nam

Ngoài ra, trên thị trường giao nhận cũng còn một số Công ty lớn, có uy tín như VIETFRACH, TRANSIMEX... Thêm vào đó còn có một lực lượng lớn các Công ty tư nhân hoạt động thường rất linh hoạt, nhanh nhạy, bộ máy quản lý gọn nhẹ, phương thức hoạt động lại hết sức mềm dẻo, không bị

ràng buộc bởi các quy định về tài chính của Nhà nước, do đó họ gần như là độc lập và tự do kinh doanh.

Từ việc phân tích và tìm hiểu các đối thủ cạnh tranh của VINATRANCO, ta có thể đưa ra một số nhận xét như sau :

Với các Công ty Nhà nước : có thể nói mỗi Công ty đều có những đặc điểm, những điều kiện thuận lợi riêng, tạo nên thế cạnh tranh riêng của mình. Nếu như VINATRANS có lợi thế về cơ sở vật chất kỹ thuật , đội ngũ cán bộ giao nhận lành nghề, VIETRANS có lợi thế về truyền thống lâu đời về giao nhận, là thành viên chính thức của FIATA thì VINATRANCO lại có ưu thế hơn hẳn trong lĩnh vực giao nhận thị trường nội địa.

Bên cạnh những lợi thế có được, mỗi Công ty lại có những hạn chế riêng. Do đó, để có thể tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường, bản thân mỗi Công ty phải tích cực phát huy thế mạnh, đồng thời khắc phục những hạn chế vốn có. Cho đến nay, mặc dù VINATRANCO mới bước chân vào thị trường giao nhận quốc tế, song VINATRANCO đã tự khẳng định được mình : được xếp vào một trong những Công ty lớn có uy tín và thứ hạng cao trong lĩnh vực giao nhận hàng hoá quốc tế tại Việt Nam.

⇒ Với các Công ty nước ngoài và liên doanh.

Hầu hết các Công ty này đều có lợi thế hơn hẳn so với VINATRANCO cũng như so với các Công ty Nhà nước khác, khả năng cạnh tranh của họ rất cao. Đó là do

- Họ có thế mạnh về tiềm lực tài chính, do đó họ có thể đầu tư hiện đại toàn bộ các trang thiết bị, cơ sở vật chất... nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động giao nhận.

- Với một lượng đại lý và chi nhánh dày đặc trên khắp thế giới, họ có thể thu tóm mọi nguồn hàng lớn mà không phải mất thời gian tìm kiếm và Marketing.

- Họ nắm trong tay những chuyên gia giỏi nghiệp vụ cấp quốc gia, kinh nghiệm lâu năm...và điều đặc biệt họ có uy tín rất lớn trong lĩnh vực giao

nhận trên thị trường, họ luôn đưa ra những chiến lược và giải pháp kinh doanh phù hợp với tình hình thị trường, giá cước hợp lý...nên họ đã thu được khá nhiều khách hàng ở mọi nơi trên thế giới.

Chính vì những lý do trên, cho dù hoạt động trong lĩnh vực giao nhận nhưng chưa có Công ty nào của Việt Nam đủ sức để trở thành một hãng giao nhận hàng hoá quốc tế đích thực. Để có thể tồn tại và phát triển, hầu hết các Công ty giao nhận của Việt Nam trong đó có VINATRANCO phải hợp tác, làm đại lý, các Công ty của Việt Nam sẽ được hưởng hoa hồng theo một tỷ lệ thoả thuận.

Với các Công ty tư nhân : Tuy có được một số ưu điểm đã nêu ở trên nhưng so với VINATRANCO, các Công ty tư nhân lại kém hơn hẳn vì họ phải tự huy động vốn mà không nhận được một sự hỗ trợ nào từ Nhà nước.

- Thông thường, các Công ty tư nhân không có khả năng thực hiện các dịch vụ trọn gói từ A đến Z.

- Khi có trường hợp bất khả kháng xảy ra, thiệt hại của khách hàng sẽ do chính bản thân Công ty bồi thường Nhà nước không can thiệp về kinh tế, chỉ can thiệp về mặt luật pháp trong khi cũng trong trường hợp như vậy ở VIETRANS có thì Nhà nước sẽ tiến hành đứng ra chịu trách nhiệm bồi thường. Chính vì thế đối với những lô hàng lớn hay những lô hàng có giá trị cao, khách hàng thường tìm đến VINATRANCO (hoặc tìm đến những Công ty Nhà nước khác) mà không tìm đến các Công ty tư nhân.

- Hơn nữa về đội ngũ cán bộ của VINATRANCO thì có thể nói là trội hơn hẳn so với các Công ty tư nhân khác.

Và với tư cách là thành viên của FIATA, VINATRANCO có rất nhiều thuận lợi mà các Công ty khác, không có được. Đó là hàng năm, FIATA thường xuyên tổ chức các cuộc họp tổng kết tại đây, VINATRANCO có điều kiện tiếp xúc, cập nhật những thông tin mới nhất, khi cùng trao đổi với các thành viên của FIATA, đặc biệt là được hưởng giá ưu đãi khi hợp tác làm ăn

với các thành viên trong hiệp hội. Ngoài ra Công ty còn được bảo trợ, được cử một số cán bộ sang Bỉ, Hà Lan để học nghiệp vụ do FIATA tổ chức...

### **3. Đánh giá chung về kết quả kinh doanh dịch vụ giao nhận hàng hoá xuất nhập khẩu bằng đường hàng không tại VINATRANCO**

#### ***a) Thuận lợi :***

+ Từ phía chính sách, kinh tế vĩ mô

- Công cuộc thực hiện chính sách kinh tế mở cùng với hoạt động ngoại giao “Việt Nam muốn làm bạn với tất cả các nước trên thế giới” và những thành quả đạt được đã tạo một vị thế mới, thuận lợi cho sự phát triển nội tại của Việt Nam. Hơn nữa, chính sách kinh tế mở làm mở rộng giao lưu buôn bán hàng hoá quốc tế, lượng hàng xuất nhập khẩu ngày càng gia tăng, tạo điều kiện kinh doanh thuận lợi cho dịch vụ giao nhận hàng hoá nói chung và dịch vụ giao nhận hàng không nói riêng.

- Kinh tế thị trường làm tăng số lượng các Công ty xuất nhập khẩu, tạo ra môi trường cạnh tranh, môi trường kinh doanh mới, phát huy tính năng động của các Công ty khi các Công ty làm ăn có hiệu quả, mở rộng phạm vi kinh doanh, tăng cường mối quan hệ với các bạn hàng nước ngoài sẽ thúc đẩy sự phát triển của dịch vụ giao nhận hàng hoá nói chung và dịch vụ giao nhận hàng không nói riêng.

- Những năm gần đây, cùng với sự mở rộng các mối quan hệ hợp tác quốc tế với nền kinh tế thế giới, bên cạnh việc đảm nhiệm vai trò chủ yếu là vận chuyển hành khách, ngành hàng không dân dụng cũng rất chú trọng đến nghiệp vụ vận chuyển hàng hoá quốc tế. Việc áp dụng các thành tựu khoa học kỹ thuật để tạo những loại máy bay chuyên dùng có sức chở lớn đã tạo điều kiện cho vận tải hàng hoá xuất nhập khẩu bằng đường hàng không ngày càng có hiệu quả hơn.

- Sự hoàn thiện cơ chế xuất nhập khẩu của Nhà nước các chính sách kinh tế khuyến khích xuất khẩu như chính sách tỷ giá chính sách thuế quan,

quỹ tín dụng...cùng với sự cải tiến của những thủ tục hải quan đã tạo hành lang thuận lợi cho việc phát triển dịch vụ giao nhận.

+ Từ phía Công ty

- Là một trong những Công ty hàng đầu trong lĩnh vực giao nhận của Bộ thương mại, VINATRANCO là thành viên của hiệp hội giao nhận quốc tế FIATA, là một trong những hội viên sáng lập ra VIFAS...Những thành tích trên của VINATRANCO đã góp phần tạo cho Công ty một uy tín rất lớn trên thị trường giao nhận.

- Lĩnh vực giao nhận hàng không là một lĩnh vực rất mới mẻ và mới sôi động trong những năm gần đây. Với tiền đề là một Công ty giao nhận, lại có uy tín và bề dày trong kinh doanh giao nhận nội địa, lại là một Công ty Nhà nước có sự bảo hộ từ phía Nhà nước. Chính vì vậy trong lĩnh vực giao nhận hàng không, VINATRANCO có nhiều điều kiện thuận lợi so với các Công ty khác cùng lĩnh vực kinh doanh.

- VINATRANCO có một đội ngũ cán bộ rất thành thạo trong nghiệp vụ giao nhận hàng không, vì Công ty thường xuyên cử những cán bộ của mình đi học thêm nghiệp vụ, củng cố kiến thức ở những lớp học nghiệp vụ giao nhận do FIATA/IATA tổ chức.

### ***b) Những khó khăn tồn tại***

- Khó khăn lớn nhất của Công ty hiện nay đó là sự cạnh tranh gay gắt giữa các Công ty và tổ chức cá nhân trong nền kinh tế nhiều thành phần cùng tham gia vào lĩnh vực giao nhận hàng không. Các đối thủ cạnh tranh chính của VINATRANCO là VIETRANS, TRANSIMEX...và một số những Công ty khác. Trong số đó cũng có nhiều đơn vị đạt tiêu chuẩn đại lý IATA như VIETRANS chẳng hạn, họ là những Công ty có nhiều điều kiện, kinh nghiệm trong công tác giao nhận hàng hoá quốc tế với đội ngũ cán bộ lành nghề, biết tường tận nghiệp vụ xuất nhập khẩu và giao nhận hàng không, đó là chưa kể đến các Công ty giao nhận tư nhân tuy nhỏ nhưng cũng kinh doanh dịch vụ giao nhận hàng không như AT.Co...Các Công ty liên doanh và 100% vốn

nước ngoài như NISSHIN Nhật Bản...là các Công ty kinh doanh vận tải Ngoại thương hàng đầu thế giới đang tiến vào thị trường Việt Nam bằng cách thâm nhập dịch vụ hàng hoá nước ngoài vào Việt Nam. ở các công ty này, họ có những ưu thế rất lớn về thủ tục, họ có thể quyết định ngay công việc, tận dụng được cơ hội kinh doanh. Bên cạnh các Công ty nói trên, còn có những Công ty như VOSA, COSCO...là những Công ty trước kia vốn kinh doanh giao nhận đường biển, nay lại bắt đầu lao vào kinh doanh giao nhận hàng không.

- Hoạt động của Công ty trong những năm gần đây thường dồn vào 6 tháng cuối năm, những tháng đầu năm hoạt động giao nhận hàng không của Công ty thường vắng khách. Nguyên nhân là do hoạt động của Công ty phụ thuộc lớn vào thị trường xuất nhập khẩu mà thị trường xuất nhập khẩu nước ta lại sôi động trong 6 tháng cuối năm. Đây chính là hạn chế lớn của Công ty và hạn chế này có ảnh hưởng rất lớn tới kết quả hoạt động kinh doanh của toàn Công ty.

- Cơ sở vật chất trang thiết bị phục vụ cho hoạt động giao nhận hàng không còn ít, mặc dù đã được chú ý nâng cấp những vẫn chưa thường xuyên và do đó chưa đủ để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của hoạt động giao nhận. Hiện tại, Công ty còn thiếu các thiết bị xe đặc biệt dùng để chở hàng đặc biệt hàng cồng kềnh...Các trang thiết bị văn phòng phục vụ cho công tác quản lý cũng chưa đáp ứng được một cách tốt nhất những yêu cầu của nhiệm vụ quản lý. Trong khi đó, các Công ty nước ngoài cạnh tranh lại có đầy đủ các phương tiện vật chất, trang thiết bị hiện đại hơn rất nhiều. Hơn nữa, những lô hàng đi bằng đường không thì vấn đề cốt yếu nhất là thời gian nên yếu tố hạ tầng cơ sở là vô cùng quan trọng. Hiện nay, Công ty đang phải đầu tư mua mới trang thiết bị, phương tiện vận tải để phục vụ kinh doanh tốt hơn.

- Không chỉ riêng lĩnh vực giao nhận hàng không, giá cước của VINATRANCO bao giờ cũng cao hơn một số Công ty khác. Nguyên nhân của vấn đề này là do VINATRANCO là một Công ty của Nhà nước, vì vậy



phải chịu chi phí quản lý khá cao (21%) các Công ty khác (Công ty tư nhân) không phải chịu chi phí quản lý nên giá cước của họ thường thấp hơn. Thêm vào đó, do làm đại lý cho các hãng hàng không nên VINATRANCO phải tuân thủ theo biểu cước của các hãng hàng không chỉ định để được hưởng hoa hồng. Đây là một bất lợi lớn trong cạnh tranh của VINATRANCO.

- Phương thức tổ chức quản lý của VINATRANCO còn chưa phù hợp. Phòng giao nhận hàng không chung với giao nhận đường biển và đồng thời cũng là phòng Marketing và gọi chung là phòng giao nhận vận tải. Điều đó tạo nên sự không chuyên sâu trong nghiệp vụ của các cán bộ trong phòng, do đòi hỏi của công việc (việc này nhiều, việc kia ít thì các cán bộ trong phòng có thể làm thay cho nhau..)

Và do đó VINATRANCO sẽ gặp phải những vướng mắc khi trong hoạt động giao nhận hàng không, có những lô hàng đòi hỏi tính chuyên môn cao cộng với kinh nghiệm và nghệ thuật giao nhận.

- Một số nguyên nhân khách quan nữa cũng ảnh hưởng đến hoạt động của VINATRANCO. Đó là một số chính sách của Nhà nước còn thiếu nhất quán, cụ thể là biểu thuế áp mã số thuế, thủ tục hải quan ở các cửa khẩu của Việt Nam còn mất nhiều thời gian, chi phí ngoài sổ sách, không hoá đơn chứng từ nhiều. Chính vì vậy, chi phí giao nhận của Việt Nam thường cao so với các nước khác. Do đó một số khách hàng giao nhận ở Việt Nam khi biết được điều đó đã chọn những Công ty giao nhận ở nước ngoài để uỷ thác giao nhận những lô hàng xuất nhập khẩu của mình. Đây cũng là lý do khiến VINATRANCO rất khó có thể cạnh tranh một cách đích thực với các Công ty giao nhận nước ngoài.

Trong tình hình kinh tế, xã hội hiện nay, không riêng gì VINATRANCO mà các Công ty hoạt động trong lĩnh vực này nói chung đều phải đối mặt với rất nhiều khó khăn. Để có thể tồn tại và phát triển VINATRANCO cần phải đưa ra những phương hướng, giải quyết thích hợp, thoả đáng. Song những khó khăn đó, không thể giải quyết trong một thời gian ngắn mà để giải quyết

được những khó khăn phức tạp, Công ty cần có thời gian công sức tìm tòi suy nghĩ để liên kết tạo sự phối hợp nhịp nhàng, ăn khớp giữa các phòng ban cũng như toàn thể sự nỗ lực của toàn thể cán bộ công nhân viên trong Công ty.

### **CHƯƠNG III**

## **MỘT SỐ BIỆN PHÁP NHẪM ĐẨY MẠNH HOẠT ĐỘNG GIAO NHẬN HÀNG HOÁ XUẤT NHẬP KHẨU BẰNG ĐƯỜNG HÀNG KHÔNG Ở VINATRANCO**

#### **I. MỤC TIÊU VÀ PHƯƠNG HƯỚNG PHÁT TRIỂN CỦA VINATRANCO TRONG NHỮNG THỜI GIAN TỚI.**

##### **1. Triển vọng phát triển dịch vụ giao nhận quốc tế ở Việt Nam**

Với chính sách mở cửa của nền kinh tế quốc dân, hàng hóa sản xuất ra ngày càng nhiều, nhu cầu trao đổi hàng hoá với thế giới ngày càng lớn làm cho khối lượng hàng lưu chuyển tăng lên không ngừng. Mối quan hệ giữa Việt Nam với các nước trong khu vực cũng như với các nước khác trên thế giới không ngừng được mở rộng đã tạo điều kiện cho buôn bán hai chiều phát triển. Điều này cho thấy triển vọng phát triển dịch vụ giao nhận vận tải hàng hoá quốc tế ở Việt Nam trong những năm tới là rất lớn.

Ta có thể thấy cụ thể qua bảng dự báo tình hình xuất nhập khẩu của Việt Nam đến 2010 (các số liệu được tính theo 3 mốc là các năm 2000, 2005 và 2010. Mỗi mốc thời gian nêu trên số liệu lại được lấy theo hai giá trị min (1) và max (2).

**Bảng 5 : Dự báo mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam - 2010***Đơn vị : 10.000tấn*

TT	Mặt hàng xuất	Năm 2000	Năm 2005		năm 2010	
			(1)	(2)	(1)	(2)
1	Dầu thô	18000	20000	25974	30000	43372
2.	Than đá	3200	5500	7413	6500	9397
3	Gạo	2300	2500	3247	3000	4337
4	Xi măng	2000	3000	3896	4000	5783
5	Đồ gỗ và sản phẩm gỗ	400	500	649	760	1099
6	Cà phê	197	260	338	370	535
7	Cao su	190	300	390	387	560
8	Hàng dệt may	100	150	195	200	289
9	Hạt điều	80	100	130	160	231
10	Tôm đông lạnh	80	110	143	150	217
11	Hạt tiêu	43	60	76	82	119
12	Chè	36	50	65	72	104
13	Thịt chế biến	32	40	52	60	87
14.	Các mặt hàng khác	10242	16930	21987	23259	33626
<b>Σ</b>	<b>Tổng cộng</b>	<b>36900</b>	<b>49500</b>	<b>64474</b>	<b>69000</b>	<b>99756</b>

*Nguồn : Viện khoa học kinh tế giao thông vận tải*

**Bảng 6 : Dự báo hàng nhập khẩu của Việt Nam đến năm 2010***Đơn vị : 10.000tấn*

TT	Mặt hàng xuất	Năm 2000	Năm 2005		năm 2010	
			(1)	(2)	(1)	(2)
1	Xăng dầu	7828	7500	9740	7000	10120
2.	Hàng Container	4422	8500	11039	14000	20240
3	Kim khí	3050	5600	7273	8000	11560
4	Phân bón	2500	3000	3896	3500	5060
5	Thiết bị	1000	1500	1948	3000	3437
6	Lương thực	500	800	1039	1000	1446
7	Hoá chất	500	100	130	1500	2069
8	Hàng khác	300	500	649	7129	10306
	Tổng cộng	20100	27500	35714	45129	65138

*Nguồn : Viện khoa học kinh tế GTVT***Bảng 7 : Giá trị sản lượng dự toán của ngành giao nhận vận tải hàng  
hoá quốc tế tại Việt Nam***Đơn vị : Tỷ USD*

Năm	2001	2005	2010	2015	2020
Giá trị SL	1,784	2,853	4,595	7,400	11,918

*Nguồn : Viện khoa học kinh tế GTVT*

Có thể nói rằng tiềm năng phát triển dịch vụ giao nhận vận tải quốc tế ở Việt Nam là rất lớn. Không chỉ thuận lợi ngành vận tải đường biển và dịch vụ giao nhận vận tải biển mà còn kéo theo sự phát triển của giao nhận hàng không. Đặc biệt với mạng lưới đường bộ đường sắt, đường hàng không nối liền với các nước cho phép tạo điều kiện thuận lợi để vận tải đa phương thức phát triển.

## **2 Mục tiêu và phương hướng phát triển của VINATRANCO trong thời gian tới**

Dựa vào những căn cứ nêu trên và tình hình hoạt động của VINATRANCO trong thời gian qua để có thể phát triển ngang tầm với yêu cầu của thời đại, Công ty cần xây dựng một phương hướng phát triển thích hợp và đưa ra các giải pháp cụ thể để thực hiện phương án đó.

Trong thời gian trước mắt, mục tiêu của toàn Công ty, là củng cố hoạt động và tạo điều kiện thuận lợi cho việc phát triển kinh doanh. Ban Giám đốc Công ty chủ trương kết hợp hài hoà và tạo điều kiện hỗ trợ lẫn nhau giữa các loại hình dịch vụ trên cơ sở lấy nghiệp vụ giao nhận làm nòng cốt. Song song với việc giữ vững thị trường hiện có, tìm biện pháp thích hợp để mở rộng các hoạt động dịch vụ, vươn xa hơn nữa ra các thị trường nước ngoài : Cụ thể là để nâng cao hơn nữa hiệu quả hoạt động của Công ty và chuẩn bị cơ sở cho một sự phát triển lâu dài và ổn định trong thời gian tới, Công ty cần tập trung vào một số nhiệm vụ sau :

a) Tiếp tục mở rộng quan hệ giao dịch đối ngoại với các tổ chức giao nhận quốc tế, thông qua hiệp hội giao nhận kho vận Vietnam (VIFFAS).

b) Giữ vững mối quan hệ đại lý, những khách hàng và những hợp đồng ký kết, loại bỏ những mối quan hệ đại lý những công tác viên không đủ năng lực, không đủ tin cậy, bê bối công nợ... Đồng thời tích cực tìm kiếm bạn hàng mới, tìm hiểu thông tin, nắm chắc khả năng, yêu cầu uỷ thác của khách hàng trong và ngoài nước.

c) Phát triển kinh doanh dịch vụ giao nhận phải gắn liền với đẩy mạnh công tác giao nhận, vận tải và bảo quản trong nước, củng cố năng lực trong nước vững mạnh về tổ chức, giỏi về nghiệp vụ.

d) Không ngừng nâng cao sức cạnh tranh của Công ty nhằm giữ vững thị trường hiện có và khai thác thị trường tiềm năng thông qua việc phát huy “lợi thế so sánh” tương đối với các doanh nghiệp thuộc thành phần kinh tế khác.

e) Tăng cường quản lý, thống nhất về mô hình tổ chức trong toàn công ty đồng thời thống nhất về mô hình tổ chức trong toàn Công ty, đồng thời thống nhất chỉ đạo thực hiện dịch vụ trọn gói trong và ngoài nước, đảm bảo giao dịch thông tin một mối tính toán đến hiệu quả cuối cùng của kinh doanh, tránh cạnh tranh Cục bộ sẽ dẫn đến phá vỡ quan hệ nội bộ, dẫn đến mất tín nhiệm đối với khách hàng.

f) Tăng cường nghiên cứu và ứng dụng công nghệ Marketing trong chiến lược kinh doanh của mình với trụ cột là chiến lược sản phẩm (dịch vụ) mới, chiến lược giá cả mềm dẻo, linh hoạt, có thương lượng trong từng thương vụ phù hợp với đối tượng khách hàng trong từng thương vụ phù hợp với đối tượng khách hàng và với từng dịch vụ, chiến lược tiếp thị, xúc tiến kinh doanh...Tăng cường công tác thông tin quảng cáo, giới thiệu VINATRANCO với các bạn hàng trong nước và trên thế giới, (trước hết là với các doanh nghiệp xuất nhập khẩu thuộc các ngành địa phương không thuộc hệ thống do Bộ Thương mại quản lý).

g) Thực hiện phương châm vừa học vừa làm, kết hợp đào tạo ngắn hạn và dài hạn đội ngũ cán bộ để đáp ứng yêu cầu phát triển kinh doanh trước mắt và lâu dài. Trước hết cần ưu tiên bồi dưỡng và đào tạo đội ngũ cán bộ kinh doanh tinh thông về nghiệp vụ kho vận ngoại thương, hiểu biết sâu rộng về địa lý kinh tế, những luật lệ và tập quán quốc tế có liên quan, nắm chắc ít nhất một ngoại ngữ (đặc biệt là Tiếng Anh) để phục vụ đắc lực cho các hoạt động giao dịch đàm phán có hiệu quả, tránh sơ hở thua thiệt trong khi ký hợp đồng.

h) Dần dần củng cố và tăng cường cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ cho công tác giao nhận bằng vốn ngân sách, vốn tự có, vốn liên doanh liên kết.

i) Ổn định mức chi phí tiền lương trong khâu kinh doanh dịch vụ giao nhận.

Những chủ trương nói trên của Ban Giám đốc Công ty được cụ thể hoá bằng các chỉ tiêu như sau :

**Bảng 8 : Một số chỉ tiêu kinh tế và hoạt động kinh doanh  
của Công ty VINATRANCO**

TT	Chỉ tiêu	Đơn vị tính	2001	2002
1	Tổng doanh thu	Triệu VNĐ	67.525	70.505
2	Doanh thu DVGNHK	Triệu VNĐ	4.780	5.625
3	SL GNHK	Tấn	5.250	6.350
4	Thu nhập của CBGNHK	Triệu VNĐ	1,5	2,0
5	Tỷ trọng DTDVHK/ $\Sigma\%$		7,08%	7,99%

*Nguồn : Phòng tổng hợp - Công ty VINATRANCO*

Và để có thể thực hiện tốt các mục tiêu, phương hướng đề ra, để tiếp tục phát triển một cách ổn định và vững mạnh, VINATRANCO cần phải khắc phục kịp thời những khó khăn tồn tại đồng thời phát huy tối đa những lợi thế của mình.

## **II. MỘT SỐ BIỆN PHÁP NHẪM ĐẨY MẠNH HOẠT ĐỘNG GIAO NHẬN HÀNG HOÁ XNK BẰNG ĐƯỜNG HÀNG KHÔNG TỪ BẢN THÂN VINATRANCO.**

Trong nền kinh tế thị trường, hầu hết các doanh nghiệp đều phải đối mặt với những khó khăn, thách thức. Để tồn tại và phát triển mỗi doanh nghiệp cần phải tự mình đưa ra các giải pháp để khắc phục khó khăn tồn tại. Với VINATRANCO cũng vậy, để dịch vụ giao nhận hàng không phát triển, Công ty cần có các biện pháp sau :

### **1. Các biện pháp về thị trường**

Để tạo tính ổn định trong hoạt động kinh doanh của mình, tránh các biến động của thị trường thì song song với việc giữ vững thị trường hiện có, Công ty phải tìm biện pháp thích hợp để mở rộng hoạt động của dịch vụ giao nhận hàng không hơn nữa ra thị trường nước ngoài.

Thị trường luôn là một yếu tố quan trọng và có ảnh hưởng trực tiếp đến mọi hoạt động của hầu hết các Công ty không riêng gì VINATRANCO. Căn cứ vào các Công ty không riêng gì VINATRANCO. Căn cứ vào tình hình



phát triển kinh tế của nước ta và một số nước trong khu vực như Trung Quốc, Đài Loan...điều dễ nhận thấy nhất là trong thời gian tới thị trường kinh doanh hàng hoá xuất nhập khẩu bằng đường hàng không sẽ phát triển mạnh mẽ và mở rộng nhanh chóng, khi đó tất yếu sẽ kéo theo sự phát triển của dịch vụ giao nhận hàng không. Những thị trường này vừa gần Việt Nam về khoảng cách địa lý vừa giàu tiềm năng và rất thích hợp với việc kinh doanh dịch vụ giao nhận hàng không của VINATRANCO. Tuy nhiên với những thị trường mới như Châu Mỹ, Trung Đông... VINATRANCO cũng cần phải đưa ra những chiến lược xâm nhập thị trường một cách phù hợp. Chỉ như vậy thì VINATRANCO mới có thể thực sự phát triển và thực sự lớn mạnh trong lĩnh vực kinh doanh giao nhận nói chung và giao nhận hàng không nói riêng.

Có hai hình thức mở rộng thị trường, đó là mở rộng thị trường của Công ty theo chiều rộng và theo chiều sâu. Trong đó :

- Mở rộng thị trường theo chiều rộng chính là mở rộng thị trường theo phạm vi địa lý. Cho đến nay VINATRANCO đã vươn ra khá nhiều thị trường trên hầu hết các châu lục trên thế giới. Tuy nhiên vẫn còn một số thị trường rất giàu tiềm năng mà Công ty chưa có đủ khả năng khai thác như Mexico, Nam Mỹ, Trung Đông.

- Mở rộng thị trường theo chiều sâu thì không phải là mở rộng về mặt địa lý. Những vấn đề trong môi trường địa lý, văn hoá, kinh doanh đó, mở rộng thị trường theo chiều sâu là đa dạng hoá phạm vi dịch vụ của Công ty để thu hút được nhiều khách hàng đạt doanh thu hoạt động cao hơn nhằm khai thác triệt để và giữ vững thị trường hiện có của Công ty.

Mà mỗi thị trường, ngoài những đặc điểm chung lại có những đặc điểm riêng biệt, do điều kiện kinh tế xã hội, phong tục tập quán, trình độ phát triển ở nơi đó quyết định. Do đó để tiếp cận và mở rộng được thị trường, Công ty cần phải tiến hành nghiên cứu thị trường.

Khi nghiên cứu thị trường, cần làm rõ những thông tin sai :

- + Với thị trường mới cần thâm nhập.

- Nghiên cứu phong tục tập quán, quy định pháp luật ở thị trường đó có gì khác so với Việt Nam và ở những thị trường mà Công ty đã và đang kinh doanh. Những quan điểm khác biệt đó có gì gây khó khăn, thuận lợi cho công tác thâm nhập thị trường và tiến hành công việc giao nhận vận chuyển hàng hoá ở đó. Ta có thể lấy ví dụ cụ thể là ở thị trường Mỹ - một thị trường mà Công ty cần tiến hành thâm nhập và mở rộng trong năm tới. Đối với thị trường này, có một điều đặc biệt phải chú ý tìm hiểu đó là luật pháp của Mỹ. Hệ thống luật của Mỹ rất phức tạp và mỗi bang lại có thể lệ riêng nên không thể chủ quan khi áp dụng luật cho chung cả các thị trường. Hiện nay việc thiếu thông tin về thị trường Mỹ cũng đang là một trở ngại lớn cho các nhà kinh doanh Việt Nam cũng như đang là một khó khăn đối với VINATRANCO.

- Nhu cầu về giao nhận vận chuyển hàng hoá bằng đường hàng không của thị trường đó ở mức độ nào, khả năng phát triển nhu cầu thị trường đó ra sao. Trong đó, khả năng phát triển trong tương lai là một yếu tố quan trọng, nếu được phát hiện sớm để thâm nhập, Công ty sẽ tạo được một chỗ đứng vững chắc cho mình và chắc chắn nguồn lợi nhuận thu được sẽ không nhỏ. Mặt khác, Công ty cũng cần phải xem xét và dự báo trước những vấn đề, về nhu cầu của thị trường, nếu phát hiện thấy có dấu hiệu suy thoái, Công ty cần sớm có biện pháp chuyển dịch thị trường.

- Các đối thủ cạnh tranh ở khu vực thị trường đó có trình độ thế nào, mức độ cạnh tranh ở thị trường đó ra sao? Nghiên cứu đối thủ cạnh tranh là một hình thức duy nhất giúp nhận dạng các điểm mạnh, điểm yếu của từng đối thủ cạnh tranh, từ đó tạo cơ sở cho sự chuẩn bị phương thức đối phó thích hợp nhất, hữu hiệu nhất.

- Cần nắm bắt được mức độ rủi ro trong kinh doanh trên thị trường đó. Vì chắc chắn trong kinh doanh rủi ro luôn rình rập và dễ xảy ra, có thể là do sức mạnh của các đối thủ cạnh tranh, sự mất ổn định về kinh tế thị trường đó hay cũng có thể là do chính sách của Chính phủ... Tất cả những yếu tố đó đòi

hỏi Công ty phải nghiên cứu kỹ lưỡng và để đưa ra được quyết định cuối cùng của mình, Công ty phải tính đến chuyện có hạn chế hay có sẵn sàng chấp nhận nếu rủi ro xảy ra hay không ?

+ Với thị trường hiện có

- Nhu cầu hiện tại và khả năng đáp ứng nhu cầu về dịch vụ của Công ty hiện nay như thế nào ? Với khả năng như vậy, Công ty chỉ mới đáp ứng được bao nhiêu phần trăm so với nhu cầu ? Lý do tại sao.

- Ngoài những dịch vụ Công ty đã và đang cung cấp, Công ty có thể tiến hành thêm được những dịch vụ nào nhằm khai thác tối đa nhu cầu của thị trường và vận dụng tối đa khả năng của Công ty.

- Dự đoán nhu cầu trong tương lai và định hướng phát triển các dịch vụ của Công ty để đón đầu các nhu cầu đó như thế nào ?

Trả lời được những câu hỏi này sẽ giúp Công ty định rõ vị trí của mình trên thị trường mà có hướng giải quyết tốt nhất.

Nghiên cứu thị trường, nắm bắt những thông tin về thị trường sẽ giúp cho các cán bộ quản lý, các nhà hoạch định chính sách của Công ty vạch ra những chiến lược cụ thể trong việc giữ vững, mở rộng thị trường kinh doanh của mình. Để làm được điều đó VINATRANCO cần phải :

- Trước hết Công ty cần liên doanh liên kết với các Công ty nước ngoài đã quen thuộc với thị trường mà Công ty chưa khai thác được để chen chân vào thị trường đó.

- Công ty cần cử các cán bộ đi tham quan, trao đổi kinh nghiệm ở các Công ty nước ngoài, tham gia các khoá học nghiệp vụ giao nhận hàng không do IATA tổ chức, tận dụng tối đa các cơ hội để nắm bắt các thông tin cần thiết nhằm thâm nhập thị trường mới.

- Công ty cần chú trọng hơn nữa tới dịch vụ gom hàng và vận chuyển hàng lẻ. Thực hiện dịch vụ này, người giao nhận sẽ được hưởng cước gom hàng, mở rộng phạm vi dịch vụ tạo thêm công ăn việc làm cho cán bộ trong Công ty.

- VINATRANCO cần tiến tới mở thêm một số các văn phòng đại diện ở nước ngoài, những nước mà Công ty đã có nhiều khách hàng thường xuyên.

- Công ty cần tăng cường quảng cáo, giới thiệu về Công ty cũng như về các dịch vụ mà Công ty cung cấp cho khách hàng cùng với những lợi ích vật chất mà Công ty có thể đem lại. Các hình thức quảng cáo ngày nay đã phát triển tới một trình độ rất cao, Công ty có thể lựa chọn một hoặc nhiều biện pháp thích hợp như : qua phương tiện thông tin đại chúng, qua mạng Internet, qua các đối tác liên doanh, qua hiệp hội giao nhận vận tải quốc tế hoặc có thể qua các khách hàng của Công ty.

- Thường xuyên cung cấp những dịch vụ phụ trợ cho khách hàng, có những chính sách ưu đãi về giá cả đối với khách hàng thường xuyên của Công ty.

- Và cuối cùng để công tác nghiên cứu thị trường được tiến hành một cách khoa học, có quy củ và đạt hiệu quả cao thì Công ty nhất định phải có những cán bộ chuyên môn, am hiểu về công tác nghiên cứu thị trường đồng thời Công ty phải trang bị cho họ những phương tiện hiện đại trong quá trình thu thập và xử lý thông tin.

## **2. Các biện pháp về cơ sở vật chất kỹ thuật.**

Ngoài yếu tố sức lao động, công cụ lao động cũng là một yếu tố sản xuất mang tính quyết định tới sức sản xuất xã hội. Do có sự phân công lao động xã hội, hoạt động giao nhận hàng không ra đời và ngày càng trở nên chuyên môn hoá sâu sắc. Trong những năm qua, vận tải hàng không đã có những bước tiến đáng kể, không chỉ phương tiện vận chuyển là máy bay mà những cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ cho vận tải hàng không cũng không ngừng được hiện đại hoá. Như ULD (Unit Load Devices) - thiết bị xếp hàng theo đơn vị, làm cho việc xếp hàng và dỡ hàng lên xuống máy bay được nhanh và thuận tiện hơn. Cùng với sự phát triển của vận tải hàng không, VINATRANCO cũng không ngừng đầu tư, mua sắm trang thiết bị hiện đại nhằm cung cấp cho khách hàng những dịch vụ với chất lượng cao nhất. Thế

nhưng những trang thiết bị của Công ty vẫn chưa đủ để đáp ứng yêu cầu hoạt động giao nhận kho vận ở trình độ hiện đại. Chính vì vậy trong thời gian tới, Công ty cần phải đầu tư để hiện đại hoá các trang thiết bị hiện có mua sắm các trang thiết bị mới để tạo điều kiện cho hoạt động quản lý cũng như công tác giao nhận hàng không đạt hiệu quả tốt.

Chẳng hạn như việc trang bị một mạng vì tính hiện đại trong phạm vi toàn Công ty. Khi đó qua mạng thông tin nội bộ, thông tin sẽ được trao đổi với cường độ cao hơn, hiệu quả hơn sự phối hợp giữa các phòng ban nhờ đó mà nhịp nhàng hơn. Còn đối với các cán bộ giao nhận, thường xuyên hoạt động ở bên ngoài, việc trang bị các phương tiện thông tin như nhắn tin, bộ đàm, điện thoại di động, máy tính xách tay cũng hết sức cần thiết. Nó đảm bảo cho các cán bộ của Công ty hoàn thành công việc được giao với hiệu quả hơn.

Việc đầu tư các trang thiết bị hiện đại ngoài việc giúp doanh nghiệp đạt được các mục tiêu thuần túy về nghiệp vụ kinh doanh như : cải thiện điều kiện làm việc cho người lao động, tăng tốc độ công việc, tăng tốc độ chính xác, tăng chất lượng dịch vụ... còn có các hiệu quả dây chuyền khác như :

- Tăng năng suất lao động dẫn đến có điều kiện để tăng lương, cải thiện đời sống cho cán bộ công nhân viên.

- Tăng chất lượng dịch vụ làm tăng uy tín của Công ty, tạo điều kiện để mở rộng kinh doanh.

...

Có thể nói rằng, ngày nay trang thiết bị hiện đại là một trong những chìa khoá dẫn đến sự thành công của một doanh nghiệp.

Việc trang bị thêm trang thiết bị hiện đại luôn gắn chặt với chính sách con người. Nếu các cán bộ công nhân trong Công ty không được đào tạo đủ trình độ để sử dụng những phương tiện đó thì những trang thiết bị dù hiện đại đến đâu cũng không thể phát huy được hết tác dụng và đôi khi nó chỉ giữ vai trò là vật trang trí. Chính vì thế song song với việc hiện đại hoá cơ sở vật chất,

phải có biện pháp nâng cao nghiệp vụ cho các cán bộ để tương xứng và phù hợp với tình hình mới.

### **3. Các biện pháp về tổ chức quản lý.**

Như đã trình bày ở chương II, với cơ cấu tổ chức và quản lý như hiện nay thì VINATRANCO chưa tạo được mối liên kết chặt chẽ giữa các chi nhánh, các phòng ban trong Công ty. Sự phối hợp hoạt động giữa các bộ phận chưa đạt hiệu quả mong muốn không tạo được sức mạnh tập thể của một doanh nghiệp lớn trong lĩnh vực giao nhận vận tải.

#### ***a. Đổi mới cơ cấu tổ chức và phương thức quản lý của Công ty.***

Trước kia VINATRANCO hoạt động theo mô hình Tổng Công ty : Các chi nhánh hiện nay đều là các Công ty có tư cách pháp nhân riêng và hoạt động độc lập. Từ khi VINATRANCO không còn quy chế Tổng Công ty thì các Công ty thành viên trước kia nay trở thành các chi nhánh, chịu sự quản lý thống nhất từ trụ sở Công ty ở Hà Nội.

Về lý thuyết thì như vậy nhưng trên thực tế các chi nhánh đó tự đứng ra đảm nhận công việc kinh doanh riêng của họ. Có thể nói VINATRANCO đã hoạt động theo kiểu “vỏ mới, ruột cũ” trong đó sự phối hợp trong toàn Công ty là lỏng lẻo và không phát huy được thế mạnh của một doanh nghiệp lớn và với cách thức tính chất như hiện nay, Công ty chỉ là một phép cộng giản đơn của các bộ phận, các phòng ban.

Chính vì vậy, để tạo điều kiện tốt hơn cho hoạt động kinh doanh của Công ty VINATRANCO nhất thiết phải kiện toàn lại bộ máy, điều chỉnh lại hình thức quản lý của Công ty theo đúng mô hình tổ chức. Phải tạo được mối liên kết chặt chẽ giữa các phòng ban trong quá trình thực hiện các công đoạn khác nhau của một nghiệp vụ.

Việc Công ty chỉ có duy nhất một phòng giao nhận vận tải chung cho cả giao nhận hàng không và giao nhận đường biển và cả bộ phận Marketing tuy có một số điều lợi nhưng lại có rất nhiều điều gây khó khăn cho cán bộ trong phòng về vấn đề nghiệp vụ (đã trình bày ở phần trước). Nên chăng Công ty

phân công thật rõ ràng cho từng bộ phận trong phòng hoặc có thể chia phòng giao nhận vận tải ra làm 3 phòng để mỗi phòng thực hiện một công đoạn của dịch vụ. Có như vậy nghiệp vụ giao nhận hàng không mới được chuyên môn hoá cao và do đó chắc chắn sẽ rất nhiều khách hàng tìm đến VINATRANCO.

Bên cạnh việc đổi mới cơ cấu tổ chức, VINATRANCO cũng cần phải đổi mới cả về phương thức quản lý đưa ra một phương thức quản lý, đưa ra một phương mới sao cho có hiệu quả và đặc biệt là không để tình trạng lỗ vốn xảy ra ở bất kỳ một loại hình dịch vụ nào.

Và một biện pháp nữa là trong thời gian tới nên chăng VINATRANCO nên tiến hành cổ phần hoá doanh nghiệp. Việc cổ phần hoá sẽ giúp giảm chi phí quản lý tối đa, gắn liền quyền lợi của người lao động với công việc, tăng tinh thần trách nhiệm của họ với Công ty. Điều này sẽ tạo nên sự thống nhất trong toàn bộ Công ty, nâng cao hiệu quả hoạt động phát huy được tiềm lực vốn có của VINATRANCO - một doanh nghiệp lớn trong lĩnh vực giao nhận vận tải.

#### ***b. Xây dựng chiến lược Marketing và sử dụng công nghệ Marketing.***

Đối với dịch vụ giao nhận hàng không, do đặc thù riêng của nó, Công ty cần phải có chiến lược Marketing, tiếp cận tới các khu vực, các ngành nghề có sản phẩm cần thiết phải vận chuyển bằng đường hàng không như các xí nghiệp Thủy hải sản, chế tạo máy móc chính xác, hàng dệt may, thủ công mỹ nghệ...

Để làm được điều đó, Công ty cần phải có một bộ phận chuyên trách Marketing cho hoạt động kinh doanh dịch vụ hàng không cũng như cho hoạt động kinh doanh của toàn doanh nghiệp. Và các cán bộ trong phòng Marketing cũng phải là những người năng động, có hiểu biết, có chuyên môn cao trong lĩnh vực này.

#### ***c. Nâng cao trình độ nghiệp vụ và tinh thần trách nhiệm cho cán bộ công nhân viên.***

Trong quá trình thực hiện công việc, thường có những sai sót xảy ra đối với cán bộ công nhân viên. Đó là do sự hạn chế về trình độ nghiệp vụ nên không đủ khả năng hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao và do tư tưởng nhận thức chưa tốt nên còn thiếu trách nhiệm trong khi làm việc... Một số cán bộ ở Công ty VINATRANCO cũng đã không ít lần gây sai sót ảnh hưởng đến quyền lợi của khách hàng và uy tín của Công ty. Do vậy cả công tác nâng cao trình độ lẫn giáo dục ý thức tư tưởng cho cán bộ công nhân viên trong Công ty đều phải được quan tâm đúng mức.

+ Hoạt động giao nhận hàng hoá bằng đường hàng không tuy cũng chỉ là một nghiệp vụ ngoại thương nhưng ẩn trong nó là hàng loạt các hoạt động khác nhau liên quan đến nhiều lĩnh vực như : hải quan, luật pháp, thương mại, bảo hiểm... do đó chỉ với một sai sót và sơ suất nhỏ cũng sẽ gây ra hậu quả khó lường. Hàng hoá giao nhận bằng đường hàng không thường là hàng có giá trị cao, hàng tươi sống, hàng đặc biệt... do đó trước khi một chủ hàng quyết định trao hàng hoá vào tay người giao nhận, anh ta phải có cơ sở tin chắc chắn rằng hàng hoá của mình sẽ được người giao nhận thay mặt mình trông nom, chăm sóc một cách chu đáo. Nếu không tạo được niềm tin này từ phía khách hàng thì khách hàng sẽ tự mình đứng ra tổ chức công tác giao nhận thậm chí kể cả khi họ phải chịu chi phí tốn kém hơn nhiều lần.

Vì thế Công ty cần có biện pháp giáo dục cán bộ nhân viên làm công tác giao nhận nói chung và giao nhận hàng không nói riêng phải có tinh thần trách nhiệm cao đối với hàng hoá, phải coi đó là hàng hoá của mình. Trong mọi trường hợp, người giao nhận phải làm tốt mọi nhiệm vụ thuộc phạm vi trách nhiệm của mình. Ngay cả khi không thuộc trách nhiệm của mình thì cũng phải có biện pháp ngăn chặn kịp thời và thông báo cho khách hàng biết khi hàng hoá bị tổn thất hoặc có nguy cơ bị tổn thất. Có làm như vậy mới tạo được niềm tin cho khách hàng vào doanh nghiệp.

Con người bao giờ cũng là yếu tố quan trọng và là yếu tố quyết định sự thành bại của công việc kinh doanh. Có được một đội ngũ cán bộ tinh thông



nghiệp vụ, có tinh thần trách nhiệm cao đối với công việc là mục tiêu mà không chỉ VINATRANCO mong muốn. Và để đạt được mong muốn đó VINATRANCO cần phải :

- Xây dựng một chính sách thưởng phạt rõ ràng, cụ thể về tinh thần trách nhiệm để mọi người cùng tuân thủ nhằm khuyến khích cán bộ công nhân viên nâng cao tinh thần trách nhiệm.

- Mời các chuyên gia có kinh nghiệm trong nước và quốc tế đến giảng dạy, trao đổi kinh nghiệm thực tế để các khoá đào tạo đạt chất lượng tốt.

- Có chính sách thích hợp về sử dụng cán bộ sau khi đào tạo.

+ Nếu như một người có tinh thần trách nhiệm cao nhưng lại thiếu đi sự tinh thông về nghiệp vụ giao nhận thì đó cũng kể như là mối lo ngại của Công ty. Như trên đã nói, nghiệp vụ giao nhận nói chung hay giao nhận hàng không nói riêng, đòi hỏi cán bộ giao nhận không chỉ hiểu biết về lĩnh vực vận tải đơn thuần mà ngoài ra cán bộ giao nhận phải có hiểu biết rộng rãi về những vấn đề xung quanh có liên quan, như thủ tục hải quan, luật lệ, tập quán quốc tế... và chắc chắn phải biết ít nhất một ngoại ngữ (Tiếng Anh). Vì thế do đòi hỏi của công việc VINATRANCO phải thường xuyên nâng cao nghiệp vụ cho nhân viên trong Công ty bằng cách :

- Tổ chức thường xuyên các khóa học về nghiệp vụ, ngoại ngữ, vi tính, pháp luật cho cán bộ kinh doanh.

- Hàng năm, tổ chức cuộc thi sát hạch để loại bỏ bớt những cán bộ thiếu trách nhiệm, làm ăn thiếu hiệu quả. Trên cơ sở đó, Công ty sẽ nắm bắt được trình độ nghiệp vụ chung của cán bộ trong Công ty, đưa ra những biện pháp của cán bộ trong Công ty, đưa ra những biện pháp khắc phục kịp thời.

- Và còn rất nhiều những biện pháp cụ thể khác như gửi cán bộ đi học ở nước ngoài, tham gia đầy đủ các cuộc họp của IATA, FIATA...

Những biện pháp trên đây là những biện pháp xuất phát từ bản thân VINATRANCO. Các biện pháp này có mối quan hệ mật thiết ảnh hưởng lẫn nhau, có tác dụng hỗ trợ nhau. Nếu các biện pháp trên được tiến hành đồng

thời thì sẽ tạo ra một tác động lớn đối với sự phát triển của Công ty. Nhưng để có thể thực hiện được những giải pháp trên, ngoài cố gắng nỗ lực của đội ngũ lãnh đạo cũng như toàn thể cán bộ công nhân viên trong Công ty, Công ty cũng vẫn phải cần đến sự hỗ trợ từ phía Nhà nước.

### **III. CÁC BIỆN PHÁP HỖ TRỢ TỪ PHÍA NHÀ NƯỚC.**

Ngoài những nỗ lực của bản thân VINATRANCO, Nhà nước ta cũng cần có những biện pháp tích cực nhằm hỗ trợ cho Công ty có thể phát triển và hoạt động một cách có hiệu quả hơn.

#### **1. Nhà nước cần có những thay đổi về mặt chính sách và thủ tục để giúp Công ty thoát khỏi cơ chế cứng như hiện nay.**

Một trong những khó khăn mà VINATRANCO gặp phải hiện nay là “cơ chế cứng”, đó là mâu thuẫn giữa việc thực hiện chế độ chính sách và tình hình hiện nay.

Là doanh nghiệp hoạt động dưới sự lãnh đạo trực tiếp của Bộ thương mại và thực hiện theo luật định các chế độ chính sách do Nhà nước và Bộ quy định, vì vậy khi Nhà nước đưa ra một số thay đổi nhỏ trong chính sách thì cũng đem lại một sự biến chuyển lớn trong việc hạch toán kinh doanh của Công ty.

Thí dụ như, theo nghị định 59/CP của Chính phủ những chi phí lớn hơn 50000 đồng đều phải có hoá đơn đỏ. VINATRANCO là có nhiều khâu tác nghiệp, phải qua nhiều cửa do đó những chi phí hải quan, công an, cầu cảng, kiểm hoá ... không thể có chứng từ (gọi là chi phí không chứng từ) thì cũng cần phải có định mức chi cho các nghiệp vụ. Đây là một vấn đề rất tế nhị mà VINATRANCO cũng như các Công ty giao nhận khác rất mong các cấp xem xét và giúp Công ty thuận lợi trong việc hạch toán hợp lý, hợp lệ, đảm bảo đúng pháp luật.

#### **2. Hỗ trợ về mặt tài chính.**

Hiện nay, VINATRANCO đang rất cần sự trợ giúp của Nhà nước về mặt tài chính như ưu đãi thuế, cho vay với lãi suất thấp để Công ty có điều kiện đầu tư trang bị cơ sở vật chất kỹ thuật và đào tạo đội ngũ cán bộ. Đây cũng là một điều kiện để VINATRANCO có thể nhanh chóng hội nhập vào sự phát triển chung của ngành giao nhận quốc tế và có thể cạnh tranh được với các Công ty giao nhận nước ngoài với tiềm lực kinh tế hùng hậu và một bề dày kinh nghiệm hàng trăm năm.

### **3. Nhà nước cần có chính sách hợp lý đầu tư xây dựng, nâng cấp và phát triển hệ thống cơ sở hạ tầng phục vụ cho công tác giao nhận hàng không.**

Đây là một biện pháp hỗ trợ mang tính chất căn bản ở tầm vĩ mô. Nó không chỉ giúp cho sự phát triển của dịch vụ giao nhận hàng không mà nó còn có tác dụng đối với toàn bộ nền kinh tế quốc dân nói chung.

Cụ thể là : Nhà nước cần đầu tư thích đáng để xây dựng cơ sở vật chất cho việc vận chuyển hàng hoá bằng đường hàng không như xây dựng và mở rộng sân bay, hiện đại hoá thiết bị xếp dỡ vận chuyển hàng hoá, các kho tàng ở sân bay...

Ngoài ra, Nhà nước cần đầu tư để mở rộng tuyến đường sắt sao cho đạt tiêu chuẩn quốc tế, nâng cấp tu sửa hệ thống đường bộ, cầu cống... để cùng với vận tải hàng không, người giao nhận có thể thực hiện vận tải hàng hoá đa phương thức một cách thuận tiện, dễ dàng đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng.

## KẾT LUẬN

Vận tải hàng hoá quốc tế bằng đường hàng không ngày càng tỏ rõ những ưu thế của nó so với các phương thức vận tải khác. Khi thương mại quốc tế ngày càng mở rộng và phát triển thì cũng là lúc ngành vận tải hàng không đi vào giai đoạn tăng trưởng mạnh. Nó giúp ta mở rộng quan hệ giao lưu với tất cả các lục địa trên thế giới, các trung tâm thương mại lớn một cách dễ dàng và nhanh chóng mà nó còn góp phần khẳng định tính đúng đắn về “lợi thế so sánh” của David Ricardo trong việc trao đổi hàng hoá.

Để tiến trình đó được diễn ra trôi chảy và phát huy hiệu quả tốt nhất, nhất thiết phải cần tới sự tham gia tích cực của những đại lý hàng không và người kinh doanh giao nhận hàng không.

VINATRANCO - một trong những Công ty lớn trong lĩnh vực giao nhận hàng hoá. Trong lĩnh vực giao nhận hàng hoá, Công ty đã tỏ rõ ưu thế của mình là “đàn anh” trong giao nhận hàng hoá nội địa. Mặc dù hoạt động giao nhận hàng hoá quốc tế mới được triển khai trong vài năm gần đây, song việc kinh doanh của VINATRANCO đã phần nào chứng minh được tiềm lực của mình bằng những thị trường hiện có, kết quả kinh doanh đạt được...

Với những kiến thức đã được trang bị ở trường Đại học cùng với một số kiến thức đã học hỏi được trong thời gian thực tập ở Công ty giao nhận kho vận ngoại thương VINATRANCO, em đã đi vào nghiên cứu thực trạng dịch vụ giao nhận hàng không ở Công ty và đưa ra một số kiến nghị với mong muốn góp phần đẩy mạnh hoạt động giao nhận hàng hoá XNK bằng đường hàng không ở Công ty. Trước mắt, Công ty còn rất nhiều việc phải làm đồng thời phải đối mặt với những khó khăn, thách thức mà thị trường sôi động mang lại. Nhưng với một đội ngũ lãnh đạo sáng suốt mà VINATRANCO có được, chắc chắn trong thời gian tới Công ty sẽ đứng vững và phát triển không ngừng đồng thời tìm ra những giải pháp thích hợp để VINATRANCO có thể đóng góp nhiều hơn nữa vào quá trình Công nghiệp hoá - Hiện đại hoá đất nước.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Luật thương mại
2. Giáo trình : Vận tải và bảo hiểm trong ngoại thương,  
*Đại học Ngoại thương, 1997.*
3. Giáo trình : Kinh tế thương mại - dịch vụ,  
*Đại học Kinh tế Quốc Dân, 1998.*
4. Giáo trình : Kinh doanh kho và bao bì hàng hoá,  
*Đại học Kinh tế Quốc Dân, 1994.*
5. Giáo trình : Nghiệp vụ giao nhận của VINATRANCO
6. Giáo trình : Quản trị Marketing dịch vụ, Lưu Văn Nghiêm,  
*NXB Lao, động 1997.*
7. Giáo trình : Đại cương nghiệp vụ hải quan, Đại học Ngoại thương
8. Điều lệ Hiệp hội giao nhận - kho vận Việt Nam, VIFFAS, 1994.
9. Các văn bản chọn lọc hướng nghiệp, VIFFAS, 1998.
10. Các báo cáo tổng kết của VINATRANCO từ 1996 - 2000.
11. Các bản tin nghiệp vụ của VINATRANCO
12. Báo cáo hoạt động kinh tế đối ngoại những năm đổi mới,  
*Bộ thương mại, 1994.*
13. Tạp chí thương mại (số 14/1997; các số 1, 5, 7, 16, 18, 20, 21,22,23/1998 ), số 3, 5/1999, số 12, 20/2000
14. Thời báo kinh tế Việt Nam (từ năm 1996 - 2000).
15. Tạp chí Châu Á Thái Bình Dương
16. Tạp chí kinh tế thế giới

# MỤC LỤC

	<i>Tran</i>
PHẦN NÓI ĐẦU	<i>1</i>
CHƯƠNG I : KHÁI QUÁT VỀ DỊCH VỤ GIAO NHẬN HÀNG HOÁ XUẤT NHẬP KHẨU CHUYÊN CHỖ BẰNG ĐƯỜNG KHÔNG.	<i>3</i>
<b>I. Khái quát chung về giao nhận</b>	<i>3</i>
1. Giao nhận và vai trò của giao nhận trong thương mại quốc tế	<i>3</i>
2. Người giao nhận	<i>4</i>
3. Phạm vi các dịch vụ giao nhận	<i>13</i>
4. Mối quan hệ của người giao nhận với các bên	<i>17</i>
<b>II. Giao nhận hàng hoá xuất nhập khẩu chuyên chở bằng đường hàng không.</b>	<i>19</i>
1. Các tổ chức quốc tế về giao nhận hàng hoá bằng đường không	<i>19</i>
2. Giao nhận hàng hoá xuất nhập khẩu chuyên chở bằng đường hàng không.	<i>21</i>
CHƯƠNG II : THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG DỊCH VỤ GIAO NHẬN HÀNG KHÔNG Ở VINATRANCO	<i>27</i>
<b>I. Giới thiệu khái quát về VINATRANCO</b>	<i>27</i>
1. Quá trình hình thành và phát triển của VINATRANCO	<i>27</i>
2. Chức năng và nhiệm vụ của Công ty	<i>30</i>
<b>II. Thực trạng hoạt động dịch vụ giao nhận hàng không ở VINATRANCO</b>	<i>32</i>
1. Tình hình (kết quả) kinh doanh của Công ty trong những năm gần đây	<i>32</i>
2. Thực trạng hoạt động dịch vụ giao nhận hàng không ở VINATRANCO	<i>33</i>
3. Quy trình giao nhận hàng hoá xuất nhập khẩu bằng đường hàng không ở VINATRANCO	<i>37</i>
<b>III. Phân tích và đánh giá hoạt động giao nhận hàng hoá xuất nhập khẩu bằng đường hàng không ở VINATRANCO</b>	<i>50</i>
1. Phân tích về thị trường	<i>50</i>
2. Phân tích đối thủ cạnh tranh	<i>53</i>
3. Đánh giá chung về kết quả kinh doanh dịch vụ giao nhận hàng hàng hoá xuất nhập khẩu bằng đường hàng không tại VINATRANCO	<i>59</i>

CHƯƠNG III : MỘT SỐ BIỆN PHÁP NHẪM ĐẨY MẠNH HOẠT ĐỘNG GIAO NHẬN HÀNG HOÁ XUẤT NHẬP KHẨU BẰNG ĐƯỜNG HÀNG KHÔNG Ở VINATRANCO	<b>63</b>
<b>I. Mục tiêu và phương hướng phát triển của VINATRANCO trong thời gian tới.</b>	<b>63</b>
1. Triển vọng phát triển dịch vụ giao nhận quốc tế ở Việt Nam	<b>63</b>
2. Mục tiêu và phương hướng phát triển của VINATRANCO trong thời gian tới.	<b>66</b>
<b>II. Một số biện pháp nhằm đẩy mạnh hoạt động giao nhận hàng hoá xuất nhập khẩu bằng đường hàng không từ bản thân VINATRANCO</b>	<b>68</b>
1. Các biện pháp về thị trường	<b>68</b>
2. Các biện pháp về cơ sở vật chất kỹ thuật	<b>72</b>
3. Các biện pháp về tổ chức quản lý	<b>73</b>
<b>III. Các biện pháp hỗ trợ từ phía Nhà nước</b>	<b>77</b>
1. Nhà nước cần có những thay đổi về mặt chính sách và thủ tục để giúp Công ty thoát khỏi cơ chế cứng như hiện nay	<b>78</b>
2. Hỗ trợ về mặt tài chính	<b>78</b>
3. Nhà nước cần có chính sách hợp lý đầu tư xây dựng, nâng cấp và phát triển hệ thống cơ sở hạ tầng phục vụ cho công tác giao nhận hàng không.	<b>78</b>
<b>KẾT LUẬN</b>	<b>80</b>
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO</b>	

