

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG

NGUYỄN THỊ THỦY TRÚC

**PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ LOGISTICS
TẠI ĐẠI LÝ HÀNG HẢI ĐÀ NẴNG**

Chuyên ngành: Quản trị kinh doanh

Mã số: 60.34.05

TÓM TẮT
LUẬN VĂN THẠC SĨ QUẢN TRỊ KINH DOANH

Đà Nẵng – Năm 2014

Công trình được hoàn thành tại

ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG

Người hướng dẫn khoa học: **TS. NGUYỄN THỊ THU HƯƠNG**

Phản biện 1: TS. Nguyễn Xuân Lãn

Phản biện 2: TS. Nguyễn Thanh Liêm

Luận văn đã được bảo vệ trước Hội đồng chấm Luận văn tốt nghiệp thạc sĩ Quản trị kinh doanh họp tại Đại học Đà Nẵng vào ngày 04 tháng 10 năm 2014

Có thể tìm hiểu luận văn tại:

- Trung tâm thông tin học liệu, Đại học Đà Nẵng
- Thư viện trường Đại học kinh tế, Đại học Đà Nẵng

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Logistics là một ngành được đánh giá là đầy tiềm năng đối với Việt Nam. Hiện các doanh nghiệp Logistics của Việt Nam đang hoạt động khá hiệu quả nhưng trên thực tế mới chỉ đáp ứng được 25% nhu cầu thị trường và chỉ dừng lại ở mức độ cung cấp các dịch vụ đơn lẻ, một số công đoạn của chuỗi dịch vụ quan trọng này.

Trong bối cảnh khi mà hoạt động xuất nhập khẩu của Việt Nam được dự đoán sẽ phát triển, nhu cầu dịch vụ Logistics đang gia tăng thì đây là vấn đề cần phải đặc biệt quan tâm, khắc phục để hạn chế thua thiệt ngay trên “sân nhà” đối với lĩnh vực được coi là ngành dịch vụ “cơ sở hạ tầng” của nền kinh tế. Hơn nữa, theo như cam kết mở cửa thị trường dịch vụ Logistics của Việt Nam khi gia nhập WTO thì kể từ ngày **11/01/2014** các nhà đầu tư nước ngoài có thể lập liên doanh với đối tác Việt Nam mà không bị hạn chế vốn của phía nước ngoài trong liên doanh. Thời kỳ mở cửa 2014 chắc chắn sẽ rất gay gắt, khi mà cơ hội và thách thức đan xen thì việc tìm ra một giải pháp khôn ngoan nhất cần phải tính toán.

Trong bối cảnh chung đó, Đại Lý Hàng Hải Đà Nẵng (VOSA Đà Nẵng) cũng vấp phải những khó khăn tương tự. Mặc dù ảnh hưởng của suy thoái kinh tế, tình hình kinh doanh dịch vụ Logistics không mấy sáng sủa nhưng Đại Lý vẫn trụ vững và hoàn thành các chỉ tiêu kế hoạch đề ra. Chắc chắn thời điểm 2014 sẽ vừa là cơ hội vừa là thách thức lớn đối với Đại lý. Vì vậy, em lựa chọn đề tài: “Phát triển dịch vụ Logistics tại Đại Lý Hàng Hải Đà Nẵng” nhằm giúp công ty có thể đón lấy cơ hội để phát triển cũng như gia tăng năng lực cạnh tranh trong ngành dịch vụ đầy tiềm năng này.

2. Mục tiêu nghiên cứu

- Hệ thống hóa các nghiên cứu về lý luận và thực tiễn về dịch vụ Logistics và phát triển dịch vụ Logistics làm cơ sở để phân tích thực trạng và đề xuất các giải pháp phát triển dịch vụ này tại đơn vị nghiên cứu.

- Đánh giá khách quan thực trạng phát triển dịch vụ Logistics tại đơn vị, đồng thời vạch rõ được những thành công cũng như hạn chế thực sự và nguyên nhân dẫn đến những hạn chế này.

- Đề xuất các giải pháp nhằm phát triển hơn nữa dịch vụ Logistics tại Đại Lý Hàng Hải Đà Nẵng.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

3.1. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu chính của đề tài là các dịch vụ Logistics tại Đại lý Hàng Hải Đà Nẵng, hoạt động kết quả kinh doanh, đặc biệt là các lĩnh vực công ty hoạt động được nghiên cứu sâu trong đề tài và chính sách phát triển của công ty trong lĩnh vực dịch vụ này.

3.2. Phạm vi nghiên cứu

- Phạm vi về nội dung: Đề tài chỉ tập trung nghiên cứu các vấn đề lý luận và thực tiễn về phát triển dịch vụ Logistics.

- Phạm vi về thời gian: Số liệu thống kê và sử dụng trong nghiên cứu đều được thu thập đến hết năm 2013. Tầm xa của các giải pháp cụ thể đến năm 2015, các giải pháp dài hạn đến năm 2025.

- Phạm vi về không gian: Nghiên cứu được tiến hành tại Đại Lý Hàng Hải Đà Nẵng và các bên liên quan. Phân tích giới hạn trong phạm vi ngành dịch vụ Logistics và trong nền kinh tế Việt Nam.

4. Phương pháp nghiên cứu

Luận văn sử dụng các phương pháp thống kê, tổng hợp, so sánh, phân tích, suy luận logic, mô hình hóa, điều tra khảo sát bằng bản câu hỏi, ...

5. Bố cục đề tài

Ngoài phần mở đầu và kết luận, danh mục tài liệu tham khảo và phụ lục, luận văn gồm ba chương:

CHƯƠNG 1: LÝ LUẬN CHUNG VỀ DỊCH VỤ LOGISTICS VÀ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ LOGISTICS :

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ LOGISTICS TẠI ĐẠI LÝ HÀNG HẢI ĐÀ NẴNG

CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ LOGISTICS TẠI ĐẠI LÝ HÀNG HẢI ĐÀ NẴNG

6. Tổng quan tài liệu nghiên cứu

Thực hiện nghiên cứu đề tài này, tác giả đã tham khảo phương pháp nghiên cứu của một số luận văn Thạc sĩ cũng như các luận văn tốt nghiệp đã thực hiện tại các trường đại học trong thời gian qua, cũng như các công trình nghiên cứu cấp Nhà Nước về dịch vụ Logistics , dựa trên nền tảng lý thuyết được tham khảo từ một số nguồn tài liệu, sách giáo trình, chuyên khảo được biên soạn mới về Logistics được giảng dạy và nghiên cứu tại các trường Đại học Ngoại thương, Đại học Kinh tế Hồ Chí Minh, Đại học Thương mại, ... từ đó tác giả chọn lọc làm cơ sở lý luận để nghiên cứu đề tài này.

CHƯƠNG 1

LÝ LUẬN CHUNG VỀ DỊCH VỤ LOGISTICS VÀ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ LOGISTICS

1.1 TỔNG QUAN VỀ LOGISTICS VÀ DỊCH VỤ LOGISTICS

1.1.1 Khái niệm và phân loại Logistics

a. Khái niệm Logistics

Hiện nay có rất nhiều khái niệm khác nhau về Logistics trên thế giới và được xây dựng căn cứ trên ngành nghề và mục đích nghiên cứu về dịch vụ Logistics, tuy nhiên, có thể nêu một số khái niệm phổ biến sau:

1. Liên Hợp Quốc: Logistics là hoạt động quản lý quá trình lưu chuyển nguyên vật liệu qua các khâu lưu kho, sản xuất ra sản phẩm cho tới tay người tiêu dùng theo yêu cầu của khách hàng

2. Ủy ban Quản lý Logistics của Hoa Kỳ: Logistics là quá trình lập kế hoạch, chọn phương án tối ưu để thực hiện việc quản lý, kiểm soát việc di chuyển và bảo quản có hiệu quả về chi phí và ngắn nhất về thời gian đối với nguyên vật liệu, bán thành phẩm và thành phẩm, cũng như các thông tin tương ứng từ giai đoạn tiền sản xuất cho đến khi hàng hóa đến tay người tiêu dùng cuối cùng để đáp ứng yêu cầu của khách hàng.

3. Hội đồng quản trị Logistics Hoa Kỳ-1988: Logistics là quá trình lên kế hoạch, thực hiện và kiểm soát hiệu quả, tiết kiệm chi phí của dòng lưu chuyển và lưu trữ nguyên vật liệu.

4. Trong lĩnh vực quân sự: Logistics được định nghĩa là khoa học của việc lập kế hoạch và tiến hành di chuyển và tập trung các lực

lượng, ... các mặt trong chiến dịch quân sự liên quan tới việc thiết kế và phát triển, mua lại, lưu kho, di chuyển, phân phối,...

b. Phân loại Logistics

- ❖ Phân loại theo lĩnh vực hoạt động
- ❖ Phân loại theo phương thức khai thác hoạt động Logistics :
- ❖ Phân loại theo quá trình:
- ❖ Phân loại theo đối tượng hàng hóa:

1.1.2 Dịch vụ Logistics và điều kiện kinh doanh dịch vụ Logistics

a. Khái niệm dịch vụ Logistics

Trong Luật Thương Mại 2005, theo quy định tại điều 233 “Dịch vụ Logistics là hoạt động thương mại, theo đó thương nhân tổ chức thực hiện một hoặc nhiều công việc bao gồm nhận hàng, vận chuyển, lưu kho, lưu bãi, làm thủ tục hải quan, các thủ tục giấy tờ khác, tư vấn khách hàng, đóng gói bao bì, ghi ký mã hiệu, giao hàng hoặc các dịch vụ khác có liên quan đến hàng hóa theo thỏa thuận của khách hàng để hưởng thù lao”.

b. Điều kiện kinh doanh dịch vụ Logistics

Để kinh doanh dịch vụ Logistics , điều kiện tiên quyết mà pháp luật đặt ra chính là: “*Thương nhân kinh doanh dịch vụ Logistics là doanh nghiệp có đủ điều kiện kinh doanh dịch vụ Logistics theo quy định của pháp luật*” (khoản 1 Điều 234 Luật Thương mại 2005). Do đó, dịch vụ Logistics là một ngành nghề kinh doanh có điều kiện.

1.1.3 Các loại dịch vụ Logistics

Dịch vụ Logistics theo quy định tại Điều 233 Luật Thương

Mại gồm có:

- Các dịch vụ Logistics chủ yếu
- Các dịch vụ Logistics liên quan đến vận tải
- Các dịch vụ Logistics liên quan khác

1.1.4 Đặc điểm, vai trò và tác dụng của dịch vụ Logistics

a. Đặc điểm của dịch vụ Logistics

❖ Logistics là tổng hợp các hoạt động của doanh nghiệp trên 3 khía cạnh chính, đó là Logistics sinh tồn, Logistics hoạt động và Logistics hệ thống.

❖ Dịch vụ Logistics hỗ trợ hoạt động của các doanh nghiệp

❖ Dịch vụ Logistics là sự phát triển cao, hoàn chỉnh của dịch vụ vận tải giao nhận, vận tải giao nhận gắn liền và nằm trong Logistics .

❖ Dịch vụ Logistics là sự phát triển hoàn thiện dịch vụ vận tải đa phương thức.

b. Vai trò của dịch vụ Logistics

❖ Là công cụ liên kết các hoạt động trong chuỗi giá trị toàn cầu (GVC-Global Value Chain) như cung cấp, sản xuất, lưu thông phân phối, mở rộng thị trường cho các hoạt động kinh tế.

❖ Đóng vai trò quan trọng trong việc tối ưu hóa chu trình lưu chuyển của sản xuất kinh doanh từ khâu đầu vào nguyên vật liệu, phụ kiện,... tới sản phẩm cuối cùng đến tay khách hàng sử dụng.

❖ Hỗ trợ nhà quản lý ra quyết định chính xác trong hoạt động sản xuất kinh doanh.

❖ Đóng vai trò quan trọng trong việc đảm bảo yếu tố đúng thời gian-địa điểm (Just in time).

c. Tác dụng của dịch vụ Logistics

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

❖ Dịch vụ Logistics có tác dụng tiết kiệm và giảm chi phí trong hoạt động lưu thông phân phối.

Dịch vụ Logistics góp phần gia tăng giá trị kinh doanh của các doanh nghiệp vận tải giao nhận.

❖ Dịch vụ Logistics phát triển góp phần mở rộng thị trường trong buôn bán quốc tế.

❖ Dịch vụ Logistics phát triển góp phần giảm chi phí, hoàn thiện và tiêu chuẩn hóa chứng từ trong kinh doanh quốc tế.

1.2 PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ LOGISTICS

1.2.1 Bản chất của phát triển dịch vụ

Phát triển dịch vụ được hiểu là việc gia tăng các loại hình dịch vụ, đồng thời mở rộng thị phần, đối tượng khách hàng kết hợp nâng cao chất lượng các loại hình dịch vụ để đáp ứng tốt nhất nhu cầu của khách hàng.

1.2.2 Phát triển dịch vụ Logistics

“Phát triển dịch vụ Logistics là quá trình gia tăng các dịch vụ cung cấp cho khách hàng, nâng cao chất lượng phục vụ, gia tăng về qui mô cung cấp dịch vụ Logistics ra thị trường, đa dạng hóa các loại hình dịch vụ nhằm hoàn thiện và triển khai các dịch vụ liên quan

trong chuỗi dây chuyền dịch vụ Logistics cung cấp cho khách hàng để thỏa mãn nhu cầu ngày càng cao của khách hàng”

Nội dung phát triển dịch vụ Logistics:

❖ **Phát triển chủng loại sản phẩm dịch vụ:**

Nói chung một doanh nghiệp thường có một số sản phẩm dịch vụ nhất định, tạo thành danh mục sản phẩm dịch vụ của doanh nghiệp. Sự biến đổi danh mục dịch vụ của doanh nghiệp gắn liền với sự phát triển dịch vụ theo nhiều hướng khác nhau:

Hoàn thiện sản phẩm dịch vụ hiện có: Sự hoàn thiện sản phẩm dịch vụ này nhằm đáp ứng một cách tốt hơn đòi hỏi người tiêu dùng, khả năng cạnh tranh trên thị trường. Sự hoàn thiện sản phẩm dịch vụ hiện có lại được thực hiện với những mức độ khác nhau:

- Hoàn thiện sản phẩm dịch vụ hiện có về hình thức
- Hoàn thiện sản phẩm dịch vụ về nội dung
- Hoàn thiện sản phẩm dịch vụ cả về hình thức lẫn nội dung

Phát triển sản phẩm dịch vụ hoàn toàn mới: Là gia tăng số lượng dịch vụ mới so với dịch vụ hiện có để từng bước hoàn thiện chuỗi dịch vụ cung ứng, gồm có:

- Phát triển dịch vụ mới tương đối
- Phát triển dịch vụ mới tuyệt đối và loại bỏ các dịch vụ không sinh lời

Phát triển danh mục dịch vụ theo chiều sâu và theo chiều rộng là hướng phát triển khá phổ biến. Sự phát triển dịch vụ theo chiều sâu nhằm đáp ứng thị hiếu đa dạng các nhóm khách hàng khác nhau. Sự phát triển dịch vụ theo chiều rộng thể hiện ở việc có thêm một số loại dịch vụ nhằm đáp ứng đồng bộ một loạt nhu cầu của khách hàng.

❖ **Phát triển về chất lượng dịch vụ:**

Chất lượng sản phẩm dịch vụ là một phạm trù hết sức phức tạp và có nhiều cách hiểu khác nhau.

Để đánh giá chất lượng dịch vụ Berry và Brasuraman đã đưa 5 tiêu chí liệt kê theo thứ tự tầm quan trọng giảm dần đối với khách hàng, đó là: Sự tin cậy, tinh thần trách nhiệm, sự đảm bảo, sự đồng cảm và tính hữu hình.

Đối với ngành Logistics, chất lượng dịch vụ Logistics được đánh giá dựa trên các tiêu chí về thời gian, mức độ sẵn sàng, thông tin, sự đảm bảo an toàn hàng hóa, thái độ của người phục vụ ..v.v. đáp ứng được mong muốn chính đáng của khách hàng.

❖ **Phát triển quy mô cung ứng dịch vụ:**

Phát triển quy mô cung ứng dịch vụ gồm 2 yếu tố:

Quy mô kết quả: là sự gia tăng về sản lượng của từng dịch vụ cụ thể bằng cách thu hút thêm khách hàng, mở rộng thị trường tiêu thụ ...

Quy mô nguồn lực: Gia tăng quy mô cung ứng dịch vụ Logistics thực chất là tăng các yếu tố nguồn lực thông qua việc gia tăng qui mô tổ chức hoạt động, vốn đầu tư, cơ sở vật chất kỹ thuật và các điều kiện về khoa học, công nghệ của doanh nghiệp. Các yếu tố nguồn lực của doanh nghiệp để phát triển dịch vụ gồm:

- Nguồn lực cơ sở vật chất
- Nguồn nhân lực
- Nguồn tài chính
- Nguồn lực về khoa học công nghệ

1.3 CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ LOGISTICS

1.3.1 Nhóm các nhân tố bên ngoài

- a. Yếu tố chính trị, pháp luật*
- b. Yếu tố kinh tế*
- c. Yếu tố công nghệ*
- d. Yếu tố cơ sở hạ tầng và điều kiện tự nhiên*
- e. Sự cạnh tranh trong ngành dịch vụ Logistics*

1.3.2 Nhóm các nhân tố bên trong doanh nghiệp

- a. Tiềm lực doanh nghiệp*
- b. Hệ thống thông tin*
- c. Nghiên cứu và phát triển*

CHƯƠNG 2

THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ LOGISTICS TẠI ĐẠI LÝ HÀNG HẢI ĐÀ NẴNG

2.1 KHÁI QUÁT CHUNG VỀ ĐẠI LÝ HÀNG HẢI ĐÀ NẴNG

2.1.1 Quá trình hình thành và phát triển

a. Giới thiệu khái quát về tổng công ty

b. Lịch sử hình thành và phát triển của Đại Lý Hàng Hải Đà Nẵng

Năm 1976, đại lý tàu biển Đà Nẵng chính thức được thành lập và đây cũng chính là tiền thân của đại lý hàng hải Đà Nẵng sau này. Uy tín của Đại lý không ngừng được nâng cao, Đại lý hàng hải Đà Nẵng đã là một địa chỉ đáng tin cậy cho các doanh nghiệp, hãng tàu trong và ngoài nước.

2.1.2 Chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn của công ty

Theo quy chế tổ chức và hoạt động được tổng công ty Hàng hải Việt Nam phê chuẩn ngày 29/3/1997.

2.1.3 Tổ chức quản lý của công ty

2.1.4 Tình hình sử dụng các nguồn lực kinh doanh của công ty

a. Nguồn nhân lực

b. Tình hình sử dụng cơ sở vật chất

c. Tình hình tài chính của công ty

2.1.5 Kết quả hoạt động kinh doanh của công ty qua các năm

Nếu nhìn vào các chỉ số một cách trực quan công ty đã không đạt được hiệu quả kinh tế khi lợi nhuận qua các năm càng lúc càng giảm. Tuy nhiên nếu xem xét với các đối thủ cạnh tranh và thực

trạng ngành nói riêng, tình hình kinh tế nói chung, có thể thấy công ty đã nỗ lực hết mình để vượt qua tình hình khó khăn và giữ vững hoạt động kinh doanh.

2.2 THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ LOGISTICS TẠI ĐẠI LÝ HÀNG HẢI ĐÀ NẴNG

2.2.1 Thực trạng phát triển sản phẩm dịch vụ Logistics

Trong những năm qua, VOSA Đà Nẵng đã phát triển thành nhà cung cấp uy tín trong lĩnh vực dịch vụ Logistics. Công ty không ngừng phát triển các sản phẩm dịch vụ của mình nhằm đáp ứng tốt hơn những nhu cầu của khách hàng. Tuy nhiên, việc phát triển sản phẩm dịch vụ Logistics tại công ty chỉ dừng lại ở việc hoàn thiện những dịch vụ hiện có, còn những dịch vụ mới, mang tính đột phá vẫn chưa được chú trọng đầu tư nhiều. Các loại dịch vụ Logistics chính tại công ty chủ yếu gồm: dịch vụ kho bãi, dịch vụ bốc xếp, dịch vụ kiểm kiện - cân hàng, dịch vụ đại lý vận tải và dịch vụ khai hải quan.

Ngoài ra, công ty còn cung cấp các dịch vụ nhỏ lẻ đi kèm với các dịch vụ chính nêu trên như: kiểm tra (giám định) chất lượng, ký mã hiệu, hun trùng, ..v.v.. tạo thành một chuỗi các dịch vụ giúp đáp ứng nhu cầu sử dụng dịch vụ Logistics cho khách hàng. Tuy nhiên, các khâu này còn hạn chế vì công ty vẫn chưa đầu tư phát triển, chủ yếu vẫn thuê lại dịch vụ bên ngoài.

Tóm lại, các dịch vụ Logistics tại công ty còn nhỏ lẻ, rời rạc, thiếu đồng bộ và chưa gắn kết chặt chẽ, không đủ sức cạnh tranh với nước ngoài, chỉ đảm nhận một phần công đoạn trong chuỗi dịch vụ Logistics như xếp dỡ, lưu kho bãi, kiểm đếm, làm thủ tục vận chuyển, giao nhận hàng hóa,....

2.2.2 Thực trạng phát triển về chất lượng dịch vụ Logistics

Đo lường chất lượng dịch vụ Logistics nhằm nắm bắt được

thực trạng phát triển chất lượng dịch vụ, tác giả tiến hành khảo sát bằng bản câu hỏi dựa trên 9 tiêu chí cơ bản: sự nhanh chóng trong phản hồi và xử lý công việc, thông tin liên lạc, chất lượng chứng từ, tính an toàn trong thực hiện lô hàng, tính chính xác về thời gian – địa điểm, tính đúng hẹn trong việc lập hóa đơn và chứng từ, việc lưu tâm đến các chỉ thị, tính chuyên nghiệp của nhân viên và cuối cùng là trang bị cơ sở vật chất.

Phần lớn khách hàng đều cảm thấy các dịch vụ Logistics tại VOSA Đà Nẵng ở mức bình thường và hài lòng, số ít còn lại cảm thấy không hài lòng. Công ty cần nâng cao chất lượng dịch vụ của mình, cải thiện hoạt động và phục vụ khách hàng tốt hơn, đặc biệt cần lưu ý các tiêu chí không được đánh giá cao thông qua khảo sát.

2.2.3 Thực trạng phát triển về quy mô cung cấp dịch vụ Logistics

Quy mô cung cấp dịch vụ Logistics của công ty còn hạn chế, chưa phát triển nhiều. Phần lớn khách hàng sử dụng dịch vụ Logistics của công ty tập trung ở thành phố Đà Nẵng, một số tỉnh thành lân cận như Quảng Nam, Huế, quốc gia Lào và số rất ít thuộc các tỉnh thành khác còn lại.

Những năm gần đây, quy mô cung cấp dịch vụ Logistics của công ty không phát triển nhiều. Nguyên nhân là do công ty ít đầu tư để phát triển các nguồn lực như nguồn lực cơ sở vật chất, nguồn lực tài chính, nguồn nhân lực và cả nguồn công nghệ.

Công ty cần cố gắng duy trì và phát triển lượng hàng của mình hơn nữa, đặc biệt cần đầu tư thêm các nguồn lực để tăng quy mô cung ứng dịch vụ Logistics tại đơn vị và khai thác tốt nhu cầu của khách hàng.

2.3 CHÍNH SÁCH PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ LOGISTICS TẠI ĐẠI LÝ HÀNG HẢI ĐÀ NẴNG

Để phát triển dịch vụ Logistics, ban lãnh đạo công ty từ lâu đã đề xuất chính sách để phát triển. Sau đây là một số chính sách được công ty áp dụng:

Đa dạng hóa dịch vụ:

Đa dạng hóa trong cung ứng các dịch vụ Logistics cho khách hàng là chính sách đầu tiên được ban lãnh đạo công ty nghĩ đến. VOSA Đà Nẵng đã phát triển thêm các dịch vụ nhỏ lẻ, đi kèm với các dịch vụ Logistics chính mặc dù doanh thu từ các dịch vụ nhỏ lẻ này không nhiều.

Hoàn thiện quy trình cung ứng dịch vụ theo hướng giảm chi phí:

So với một số đối thủ cạnh tranh, công ty thật sự bị yếu thế về cơ sở vật chất kỹ thuật cũng như các phương tiện hỗ trợ để cung cấp dịch vụ Logistics. Chính vì vậy, ban lãnh đạo luôn đề cao việc giảm thiểu chi phí trong quy trình cung ứng dịch vụ Logistics đến mức có thể.

Mở rộng quy mô hoạt động:

Để cung cấp dịch vụ Logistics hiệu quả đòi hỏi doanh nghiệp phải có quy mô hoạt động lớn, mạng lưới đại lý rộng khắp, có thể tính toán kết hợp nhiều phương án .v.v.. Công ty tiến hành tạo mối quan hệ hợp tác, nhận làm đại lý cho nhiều hãng giao nhận cả trong nước và nước ngoài; đồng thời xúc tiến khai thác thị trường ở các tỉnh thành lân cận.

Đào tạo nguồn nhân lực Logistics:

Một mặt nhằm đáp ứng nhanh nhu cầu nhân lực đã qua đào tạo cho đại lý, mặt khác để phát triển dịch vụ Logistics tại đơn vị, công ty nhận rõ cần phải có các chương trình đào tạo cơ bản và chuyên

sâu cho nhân viên. Công ty khuyến khích nhân viên tham gia các khóa học nghiệp vụ để nâng cao tay nghề, bồi dưỡng kỹ năng nghề nghiệp. Ngoài ra, công ty cũng tuyển dụng đội ngũ nhân viên Logistics có trình độ chuyên môn, giỏi ngoại ngữ và có thể đáp ứng nhu cầu làm việc trong môi trường Logistics toàn cầu.

2.4 ĐÁNH GIÁ CHUNG

2.4.1 Những thành công và hạn chế của sự phát triển dịch vụ Logistics tại công ty

a. Thành công

- Công ty đã thiết lập các mối quan hệ đại lý với nhiều công ty giao nhận tại nước ngoài. Để cung cấp dịch vụ Logistics trong khi chưa có chi nhánh VOSA tại nước ngoài.

- Công ty đã tạo dựng được uy tín đối với khách hàng. Với những nỗ lực cung cấp dịch vụ Logistics, công ty đã đáp ứng được những yêu cầu của khách hàng.

- Cung cấp dịch vụ Logistics với chất lượng tương đối tốt. Thông qua khảo sát chất lượng dịch vụ Logistics, chỉ có một lượng ít khách hàng không hài lòng, phần lớn đều đánh giá bình thường và hài lòng.

b. Hạn chế

- **Yếu tố con người:** Trình độ nhân sự là điều đáng lo ngại trong ngành dịch vụ Logistics ở nước ta nói chung và ở VOSA nói riêng, ... còn có những bất cập nhất định.

- **Về khách hàng:** lượng khách hàng đối với dịch vụ Logistics tại VOSA Đà Nẵng so với tình hình chung của thị trường Việt Nam còn khá khiêm tốn.

- **Hệ thống kho bãi:** Hiện nay, đại lý vẫn chủ yếu thuê lại kho từ cảng Đà Nẵng. Việc chưa xây dựng một hệ thống kho bãi hiện đại

cũng bỏ qua một tiềm năng to lớn của một trung tâm phân phối.

- **Công nghệ thông tin:** Đại lý vẫn chưa xây dựng được hệ thống tích hợp thông tin giữa đại lý với khách hàng cũng như chưa có hệ thống phần mềm kiểm soát kho bãi nhằm quản lý tốt hơn thời gian tập kết, lưu giữ, quản lý thời gian hàng tồn, phân phối hàng hóa ... tại bãi.

- **Hệ thống đại lý:** Tầm phủ của đại lý chỉ trong phạm vi nội địa hoặc một số nước khu vực Châu Á, Châu Âu, Mỹ.

- **Tính chuyên môn hóa chưa cao:** Công ty chưa thành lập riêng phòng Sales và Marketing để đảm nhận việc tìm hiểu nhu cầu của khách hàng, thực hiện các hoạt động quảng bá hình ảnh của công ty. Các công việc này nhân viên phòng đại lý vận tải phải làm luôn cả Sales và Marketing.

- **Giá thành dịch vụ chưa cạnh tranh:** So với các đối thủ, giá thành dịch vụ Logistics của công ty vẫn chưa cạnh tranh.

2.4.2 Nguyên nhân hạn chế sự phát triển dịch vụ Logistics

- Tiềm lực về tài chính của công ty còn yếu, chưa thể trang bị cho mình một hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật đầy đủ để kinh doanh Logistics.

- Công ty chưa có nhiều kinh nghiệm tại thị trường nước ngoài
- Công ty phải thuê ngoài một số hoạt động:
- Nhân lực của công ty chưa đủ kiến thức hay kinh nghiệm tốt để tổ chức dịch vụ Logistics

CHƯƠNG 3

GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ LOGISTICS TẠI ĐẠI LÝ HÀNG HẢI ĐÀ NẴNG

3.1 CÁC CĂN CỨ LÀM CƠ SỞ ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP

3.1.1 Xu hướng phát triển dịch vụ Logistics

a. Xu hướng phát triển dịch vụ Logistics trên thế giới

b. Xu hướng phát triển dịch vụ Logistics tại Việt Nam

3.1.2 Tình hình thị trường dịch vụ Logistics

Cho đến nay, thị trường Logistics Việt Nam vẫn ở giai đoạn đầu của quá trình phát triển. Thị trường được đánh giá có quy mô không lớn nhưng đầy tiềm năng và hấp dẫn.

Hiện tại thị trường Logistics của Việt Nam có khoảng 1.200 doanh nghiệp trong nước và có 25 trên tổng số 30 tập đoàn giao nhận hàng đầu thế giới. Tuy số lượng đông nhưng hoạt động dịch vụ Logistics của các doanh nghiệp Việt Nam còn manh mún, thiếu kinh nghiệm và tính chuyên nghiệp, chỉ cung cấp dịch vụ cơ bản, cạnh tranh về giá là chủ yếu, ít giá trị gia tăng nên chỉ gia công lại cho các công ty 3PL, 4PL nước ngoài.

3.1.3 Mục tiêu phát triển dịch vụ Logistics tại công ty

Xây dựng công ty thành công ty uy tín, phát triển nhanh và bền vững trên nền tảng kinh doanh cốt lõi là dịch vụ đại lý vận tải, trở thành nhà cung ứng dịch vụ Logistics bên thứ 3 hàng đầu tại khu vực miền Trung.

Tối đa hóa lợi nhuận của Đại lý trên cơ sở đẩy mạnh cung cấp dịch vụ, giảm chi phí thông qua ứng dụng công nghệ thông tin; đẩy mạnh cung cấp dịch vụ thông qua cung cấp đa dạng các gói dịch vụ;

mở rộng dịch vụ vận tải quốc tế sang các vùng mới như Úc, Canada, ...; phát triển dịch vụ Logistics hướng đến dịch vụ trọn gói 3PL.

Phấn đấu giữ vững tốc độ tăng trưởng trung bình thị trường dịch vụ Logistics, không ngừng mở rộng và phát triển thị trường mới, nâng cao chất lượng và sức cạnh tranh các dịch vụ Logistics cùng với sự nâng cao trình độ nguồn nhân lực.

Mở rộng mạng lưới và các hoạt động sản xuất kinh doanh ra thị trường thế giới, đảm bảo mức tăng trưởng bền vững và nâng cao vị thế của VOSA trên thị trường, đặc biệt là về lĩnh vực dịch vụ Logistics.

3.1.4 Điều kiện phát triển dịch vụ Logistics tại Đà Nẵng

3.2 CÁC GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ LOGISTICS TẠI ĐẠI LÝ HÀNG HẢI ĐÀ NẴNG

3.2.1 Đa dạng hóa dịch vụ

a. Đa dạng hóa các gói dịch vụ

Là giải pháp hết sức cần thiết đối với các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ Logistics của Việt Nam hiện nay. Để phát triển dịch vụ Logistics, công ty cần đa dạng hóa các dịch vụ trong chuỗi dịch vụ Logistics nhằm từng bước hoàn thiện, tiến tới việc cung cấp dịch vụ Logistics hoàn hảo cho khách hàng.

Công ty cần mở rộng các hoạt động Logistics theo nhiều lĩnh vực khác nhau như cung cấp dịch vụ đại lý làm thủ tục hải quan, môi giới vận tải, dịch vụ phân phối, dịch vụ đóng gói vận chuyển, lưu cước tàu chợ, thuê tàu chuyển, cho thuê phương tiện vận tải,

Đặc biệt, đa dạng hóa các sản phẩm dịch vụ Logistics của công ty cần tập trung vào 3 khâu chính là: Đảm nhận việc đóng gói, phân loại hàng hóa cho các doanh nghiệp xuất nhập khẩu, đồng thời cung cấp dịch vụ kiểm kê, phân phối hàng hóa đến đúng địa chỉ tiếp

nhận; cuối cùng, đầu tư, xây dựng hợp lý, có hiệu quả hệ thống kho bãi của doanh nghiệp...

b. Cung cấp dịch vụ trọn gói

Song song với việc đa dạng hóa các gói dịch vụ, công ty có thể phát triển dịch vụ Logistics trọn gói để đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng cũng như làm phong phú thêm các dịch vụ Logistics cung cấp tại đơn vị.

Thực tế, VOSA Đà Nẵng chưa đủ năng lực và điều kiện cung ứng đầy đủ, trọn gói đây chuyên dịch vụ Logistics cho khách hàng nên với dịch vụ này, công ty cần phải liên minh, liên kết với các công ty, các tập đoàn Logistics cả trong và ngoài nước.

Để tiến tới việc hình thành dịch vụ này, công ty cần lựa chọn các đối tác “đủ tầm” – năng lực, uy tín, kinh nghiệm, ưu tiên các công ty nước ngoài nổi tiếng. Qua hợp tác, liên kết dưới nhiều hình thức sẽ giúp VOSA Đà Nẵng nhanh chóng tiếp thu, học hỏi công nghệ hiện đại, phương thức quản lý tiên tiến, kinh nghiệm và thị trường nước ngoài tạo điều kiện có thể phát triển Logistics một cách hoàn toàn độc lập, đồng thời cũng tạo nên loại hình dịch vụ mới đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

3.2.2 Nâng cao chất lượng dịch vụ

Để nâng cao chất lượng dịch vụ Logistics công ty cần tập trung cải thiện và đầu tư phát triển các mặt sau:

- **Cơ sở vật chất kỹ thuật:**

Để nâng cao chất lượng dịch vụ Logistics cung cấp cho khách hàng, công ty cần tiếp tục đầu tư nâng cấp cơ sở hạ tầng đã có, hiện đại hóa các trang thiết bị phục vụ, mua sắm các trang thiết bị mới, ... để tạo điều kiện thuận lợi cho việc triển khai các dịch vụ Logistics .

- Nguồn nhân lực:

Công ty cũng nên cử nhân viên, cán bộ của mình tham gia các khóa học do Hiệp hội Doanh nghiệp Logistics Việt Nam (VLA) tổ chức nhằm nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ.

Công ty cần phải chú trọng phát triển trình độ về Logistics bộ phận cho các bộ phận Logistics như bộ phận kho bãi cần được đào tạo bài bản về các quy trình của kho, các quy định và yêu cầu đối với nhân viên trong kho ..., bộ phận vận tải cần đào tạo để nắm rõ quy trình vận chuyển hàng hóa, sắp xếp, phân công và vận chuyển đối với từng loại hàng hóa, từng khách hàng.

- Công nghệ thông tin:

Công nghệ thông tin sẽ giúp công ty nâng cao năng lực cung ứng cho hệ thống dịch vụ của công ty, đặc biệt khi hệ thống thông tin được thiết lập sẽ giúp nâng cao chất lượng dịch vụ Logistics. Cụ thể, hệ thống sẽ giúp giảm thời gian, chi phí, rủi ro cũng như sai sót, giúp thực hiện chuỗi dịch vụ Logistics hiệu quả và nhanh chóng hơn. Đồng thời, điều này cũng giúp công ty tăng cường tương tác với khách hàng, khách hàng cũng cảm thấy tiện lợi và hài lòng, an tâm khi có thể kiểm tra được tình trạng hàng hóa của mình ở bất cứ đâu thông qua hệ thống thông tin của công ty.

- Hoạt động cung cấp dịch vụ:

Bộ phận điều hành cần linh hoạt hơn trong xử lý các tình huống và xử lý nghiệp vụ, lưu ý và để tâm đến các chỉ thị của khách hàng để thực hiện đúng yêu cầu đề ra, cũng như chỉ đạo phối hợp giữa bộ phận hiện trường và bộ phận làm chứng từ, thủ tục, tiến hành giao hàng đúng hạn và thông báo những sự cố bất khả kháng kịp thời cho khách hàng, đảm bảo tiêu chí đúng thời gian và địa điểm cũng như sự nhanh chóng trong phản hồi và xử lý công việc.

Cần kiểm soát và kiểm tra việc lập các chứng từ quan trọng, tránh sai sót, gây rắc rối cho công việc cũng như ảnh hưởng đến uy tín công ty. Đi đôi với việc khắc phục sai sót, công ty cũng cần khắc phục những chậm trễ trong việc lưu chuyển các chứng từ. Việc lưu chuyển chứng từ cần được thực hiện nhanh và đảm bảo, tránh trường hợp thất lạc.

- Chăm sóc khách hàng:

VOSA Đà Nẵng cần có chính sách chăm sóc khách hàng: làm tốt khâu chăm sóc, phục vụ khách hàng, tham khảo, lắng ý kiến của bộ phận nhân viên trực tiếp làm hàng, trực tiếp giao dịch với khách hàng để biết được những điều khách hàng chưa hài lòng hoặc những thay đổi trong yêu cầu của họ, giải quyết tốt các khiếu nại phản ánh của khách hàng ..v.v.

3.2.3 Gia tăng quy mô cung cấp dịch vụ

Để phát triển dịch vụ Logistics , công ty cần gia tăng quy mô cung cấp dịch vụ cả về quy mô kết quả (khách hàng, sản lượng) và quy mô nguồn lực. Cụ thể công ty cần tăng cường thu hút thêm khách hàng và đầu tư phát triển các nguồn lực tại đơn vị.

a. Tăng cường thu hút khách hàng

Để gia tăng quy mô cung cấp dịch vụ Logistics , công ty cần triển khai các hoạt động Marketing cũng như có các chính sách để tăng cường thu hút khách hàng. Công ty có thể áp dụng các biện pháp sau:

Quảng bá hình ảnh của VOSA Đà Nẵng, xây dựng chính sách quảng cáo phù hợp.

Thiết lập và mở rộng hơn nữa mối quan hệ với các văn phòng đại diện và các tổ chức kinh tế nước ngoài tại Việt Nam, các tổ chức và hiệp hội vận tải, Logistics không chỉ trong nước mà còn với nước ngoài

Thường xuyên giữ liên hệ tốt với các cơ quan thương vụ và các tổ chức quốc tế của nước ngoài tại Việt Nam cũng như của Việt Nam tại nước ngoài

Cùng cố và mở rộng thêm các đại lý tại nước ngoài, đặc biệt là các thị trường trọng điểm mà các doanh nghiệp Việt Nam có hoạt động thương mại lớn như: Châu Á, Nga, EU, Bắc Mỹ, Bắc Phi, ...

Xây dựng chính sách riêng dành cho từng đối tượng khách hàng:

- Đối với các khách hàng truyền thống:
- Đối với các khách hàng tiềm năng:

b. Đầu tư phát triển các nguồn lực

Công ty cần đầu tư phát triển các nguồn lực tại đơn vị.

- Nguồn lực cơ sở vật chất:

Công ty cần tính toán đầu tư xây dựng một số cơ sở hạ tầng như nhà kho để chứa hàng gấn các khu vực thuận lợi như bến đò, bến cảng, sân bay,... thuận tiện cho việc vận chuyển hàng hóa như xây kho ở khu vực bãi VOSA Đà Nẵng ở Khu công nghiệp An Đồn.

Ngoài ra, công ty cũng cần trang bị, mua thêm một số phương tiện vận chuyển chuyên dụng chẳng hạn như các xe Container, xe thùng kín, phương tiện xếp dỡ, ..v.v..

- Nguồn lực tài chính:

Để gia tăng quy mô cung cấp dịch vụ Logistics , VOSA Đà Nẵng cần phải có kế hoạch và tìm kiếm nguồn vốn để đầu tư trang bị thêm cơ sở vật chất cho mình.

- Nguồn nhân lực:

Để gia tăng quy mô cung cấp dịch vụ Logistics , đi đôi với phát triển nguồn cơ sở vật chất, công ty cần phải trang bị nguồn nhân lực để cung ứng dịch vụ. Công ty cần chú trọng ngay từ khâu tuyển dụng lao

động mới. Lao động mới cần tốt nghiệp các chuyên ngành liên quan và có kinh nghiệm trong lĩnh vực Logistics . Đối với lực lượng lao động hiện tại, không những phải được đào tạo lại chuyên môn và bài bản về Logistics mà còn phải tổ chức lại cho phù hợp với từng vị trí.

- Nguồn công nghệ:

Công ty cần nhanh chóng thúc đẩy và áp dụng công nghệ thông tin vào quá trình hoạt động kinh doanh của mình, trao đổi thông tin và các dữ liệu điện tử trong thương mại, khai quan điện tử để tận dụng ưu thế của công nghệ thông tin nhằm mang lại năng suất lao động cao, tiết kiệm chi phí, thời gian, giảm thiểu sai sót.

3.3 CÁC KIẾN NGHỊ

3.3.1 Kiến nghị với Hiệp hội

3.3.2 Kiến nghị với Nhà Nước

a. Tăng cường thúc đẩy và định hướng phát triển Logistics

b. Xây dựng và hoàn thiện môi trường pháp lý và hoạt động quản lý nhằm phát triển dịch vụ Logistics

c. Phát triển kết cấu hạ tầng phục vụ phát triển dịch vụ Logistics

d. Xây dựng chiến lược phát triển tổng thể hoạt động Logistics

e. Nhà Nước cần có chính sách ưu tiên, khuyến khích phát triển các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ Logistics

f. Hỗ trợ đào tạo nguồn nhân lực

KẾT LUẬN

Dịch vụ Logistics là một trong 12 ngành dịch vụ mà Việt Nam mở cửa khi hội nhập kinh tế khu vực và thế giới. Dịch vụ Logistics không phải là dịch vụ đơn lẻ mà là một chuỗi các dịch vụ hỗ trợ cho hoạt động sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp từ giai đoạn tiền sản xuất, trong quá trình sản xuất cho tới khi hàng hóa tới tay người tiêu dùng..

VOSA Đà Nẵng là một chi nhánh của tổng công ty Hàng Hải Việt Nam, có lịch sử gần 40 năm, trải qua những thăng trầm cùng quá trình đổi mới của đất nước. Đại lý hàng hải Đà Nẵng đang nỗ lực hoàn thiện, phát triển dịch vụ Logistics của mình để có thể đáp ứng tốt nhất yêu cầu của khách hàng và đem lại lợi ích cao nhất cho công ty. Tuy nhiên, để đạt được những mục tiêu chiến lược của mình, VOSA Đà Nẵng cần phải giải quyết những hạn chế tồn tại lâu nay.

Luận văn được xây dựng với mong muốn chia sẻ kiến thức về Logistics và góp phần phát triển dịch vụ Logistics tại VOSA Đà Nẵng. Tuy nhiên, bài viết còn có những hạn chế nhất định về đối tượng nghiên cứu và phạm vi nghiên cứu như đối tượng nghiên cứu là Đại lý Hàng Hải Đà Nẵng, phạm vi nghiên cứu chỉ gói gọn trong các hoạt động Logistics tại công ty mà chưa tìm hiểu nhiều ở các công ty khác tại Việt Nam. Dù vậy, với những giải pháp đề xuất tác giả hy vọng có thể giúp phát triển dịch vụ Logistics tại công ty hơn nữa giúp đón đầu những cơ hội và thách thức mới.