

cao su, chè, gạo, hạt điều, hạt tiêu, dệt may, giày dép, gỗ, bánh kẹo các loại...; các doanh nghiệp còn lại tham gia xuất khẩu nhưng kim ngạch chưa cao. Thêm vào đó, phần lớn các doanh nghiệp Việt Nam chưa được làm quen với thói quen tiêu dùng, thị hiếu về chất lượng, bao bì, mẫu mã sản phẩm của người dân các nước EAEU, chưa có điều kiện tìm hiểu nhiều về các yêu cầu về luật pháp, hệ thống tiêu chuẩn kỹ thuật, vệ sinh an toàn thực phẩm khá đặc thù của thị trường này. Hơn nữa, những thông tin, tài liệu về quy định của phía bạn chủ yếu bằng tiếng Nga, khiến việc tìm hiểu thị trường cũng gặp nhiều khó khăn. Vì vậy, để nắm bắt thời cơ, các doanh nghiệp Việt Nam cần lưu ý một số điểm như: Nghiên cứu kỹ nội dung Hiệp định liên quan tới mặt hàng, ngành hàng cụ thể mà doanh nghiệp kinh doanh, đặc biệt là các quy định về chứng nhận xuất xứ hàng hóa để được hưởng lợi trong việc cắt giảm thuế quan; Tăng cường tham gia các chương trình giao thương, xúc tiến thương mại, các hội chợ, triển lãm tại các nước EAEU để tìm kiếm đối tác, giới thiệu hàng hóa, sản phẩm của doanh nghiệp tới khách hàng; Có kế hoạch nâng cao khả năng cạnh tranh để phù hợp với lộ trình cắt giảm thuế quan đối với hàng hóa của doanh nghiệp; Khảo sát kỹ lưỡng các tuyến đường, phương tiện vận tải cũng như kho tàng, bến bãi để đảm bảo có chi phí cạnh tranh thấp nhất; Quan hệ chặt chẽ với các ngân hàng Việt Nam nhằm giải quyết khó khăn trong khâu thanh toán... Để khai thác thành công thị trường này, các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam phải đảm bảo trình độ kỹ thuật phù hợp, đầu tư nâng cao, ổn định chất lượng sản phẩm; đào tạo, sử dụng cán bộ biết tiếng Nga; quan tâm tới thiết kế, sử dụng bao bì, nhãn mác có tiếng Nga để phục vụ nhu cầu của thị trường. Điều này sẽ giúp các doanh nghiệp chủ động hơn khi tham gia giao thương với thị trường EAEU.

Hiệp định FTA Việt Nam - EAEU có hiệu lực đánh dấu một bước ngoặt lớn trong tiến trình hội nhập sâu rộng của Việt Nam với các nước lớn trên thế giới. Để tận dụng hiệu quả lợi ích mà Hiệp định mang lại, các doanh nghiệp không còn cách nào khác là phải nỗ lực vươn lên, định hình cho mình những chiến lược, giải pháp mới trong việc tạo ra các sản phẩm có giá trị cao, đủ sức cạnh tranh với các đối tác nước ngoài và trụ vững trên thị trường trong nước./.

LOGISTICS VIỆT NAM - CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC TRƯỚC THÊM TPP

Thu Hòa

Logistics là một mắt xích quan trọng của nền kinh tế, là hoạt động giúp hàng hóa tới tay người tiêu dùng và đảm bảo kịp thời nguồn nguyên liệu cho quá trình sản xuất. Hội nhập kinh tế cùng với việc tham gia TPP, ngành logistics nước ta được đánh giá có nhiều ưu thế để phát triển mạnh mẽ. Tuy nhiên, song hành cùng những cơ hội đó còn nhiều khó khăn và thách thức. Nâng cao chất lượng dịch vụ logistics đang là bài toán được đặt ra cần nhiều giải pháp đồng bộ và sự chung tay, phối hợp của các Bộ, ngành để phát triển.

Hội nhập và những cơ hội phát triển của logistics

Dự báo từ World Bank (Ngân hàng Thế giới) cho biết, kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam vào năm 2020 đạt khoảng 623 tỷ USD và Việt Nam đang là điểm đến của các nhà đầu tư. Với việc tham gia TPP, việc gỡ bỏ 18.000 dòng thuế về 0%, cùng những cam kết gỡ bỏ các rào cản phi thuế quan sẽ tạo ra những cơ hội lớn cho ngành logistics Việt Nam. Điều này thúc đẩy nhu cầu lưu thông hàng hóa nội địa và quốc tế, gia tăng nhu cầu thuê ngoài quản lý chuỗi cung ứng, mở rộng thị trường khai thác cảng và cung cấp các dịch vụ logistics liên kết với doanh nghiệp thuê ngoài (dịch vụ 3PL)...

Theo các chuyên gia, dù Việt Nam trở thành nước xuất khẩu hay "công xưởng gia công" hay là thị trường tiêu thụ, thì lượng hàng hoá xuất - nhập khẩu giữa Việt Nam với các nước TPP sẽ đều gia tăng. Việc thực hiện quy tắc xuất xứ theo phương thức "cộng dồn" sẽ xuất hiện nhiều luồng di chuyển về nguyên liệu, phụ liệu, bán thành phẩm từ các nước TPP và Việt Nam. Đây là điều kiện thuận lợi để logistics Việt Nam có cơ hội tiếp cận với thị trường logistics rộng lớn hơn.

Cùng với gia tăng thương mại là sự vận động mạnh mẽ của các luồng đầu tư sản xuất đến Việt Nam từ các nước TPP và các nhà đầu tư ngoại khối nhằm hưởng lợi từ TPP. Hoạt động này

cũng thúc đẩy di chuyển các nguồn lực sản xuất, trong đó có máy móc, thiết bị và nguyên liệu, mở thêm cơ hội lớn cho vận tải và logistics.

Với đà tăng trưởng của thị trường xuất nhập khẩu được dự báo khoảng từ 8 - 10%/năm, sẽ tạo ra nhiều nhu cầu về dịch vụ logistics ở tất cả các khâu đoạn. Cơ hội tham gia của doanh nghiệp Việt vào cấp độ 3PL (logistics theo hợp đồng thuê ngoài, được bên thứ ba cung cấp), cấp độ 4PL (dịch vụ logistics được cung cấp đầy đủ theo một "chuỗi") sẽ nhiều hơn, tạo ra khí thế và động lực cho doanh nghiệp nội địa đầu tư sâu, rộng hơn vào cung cấp các dịch vụ gia tăng trong logistics. Ngoài ra, thương mại điện tử phát triển cũng sẽ tạo tiền đề quan trọng để triển khai logistics ở cấp độ 5PL (E-logistics, Logistics trên nền thương mại điện tử) với sự vận hành hài hòa 3 hệ thống: Hệ thống quản lý đơn hàng (OMS), Hệ thống quản lý kho hàng (WMS) và Hệ thống quản lý vận tải (TMS).

Theo dự báo của VCCI - TP Hồ Chí Minh, năm 2015, ngành logistic có tốc độ tăng trưởng ở mức 20% và sẽ duy trì được trong 5 - 10 năm tới, do đó sẽ có làn sóng đầu tư nước ngoài đổ vào lĩnh vực logistics. Các doanh nghiệp trong nước có cơ hội kêu gọi thêm nguồn đầu tư từ nước ngoài hoặc triển khai hợp tác với các doanh nghiệp nước ngoài. Với xu hướng M&A (mua bán và sáp nhập) hiện nay, các nhà đầu tư nước ngoài thường có xu hướng mua lại một doanh nghiệp trong nước, nắm giữ cổ phần chi phối rồi tái cấu trúc lại hoạt động của doanh nghiệp để tránh các thủ tục đầu tư hoặc rào cản về sở hữu nước ngoài. Đồng thời, sự tham gia của các doanh nghiệp logistics quốc tế sẽ giúp nâng cao chất lượng nguồn nhân lực cũng như cải thiện chỉ số năng lực quốc gia về logistics (LPI).

Trước sức ép cạnh tranh từ các doanh nghiệp FDI - những "đối thủ" thường mạnh về năng lực tài chính,

công nghệ, nhân lực, năng lực quản lý và mạng lưới toàn cầu, thì các doanh nghiệp Việt Nam sẽ buộc phải tự đổi mới, liên kết để nâng cao năng lực cạnh tranh, cải tiến về công nghệ, chất lượng phục vụ... qua đó sẽ ngày càng nâng cao hiệu quả hoạt động cho ngành logistics.

Song hành cùng thách thức

TPP mở ra nhiều cơ hội lớn cho phát triển kinh tế Việt Nam nói chung và ngành logistics nói riêng, tuy nhiên để tận dụng được các cơ hội, thu nhận các lợi ích từ TPP, ngành logistic nước ta phải đối diện và tìm cách vượt qua rất nhiều khó khăn và thách thức.

Thách thức về tự do cạnh tranh: Tự do thương mại trong TPP và các FTA mang đến cơ hội tiếp cận thị trường mới, nhưng đồng thời với đó là mở cửa thị trường nội địa. Do vậy, các doanh nghiệp nội chịu sức ép cạnh tranh từ những doanh nghiệp nước ngoài, đặc biệt là các hãng logistics toàn cầu (hơn hẳn về năng lực tài chính, công nghệ, chất lượng dịch vụ so với doanh nghiệp trong nước). Năng lực tài chính yếu khiến cho các doanh nghiệp Việt khó có thể tạo cho mình một hạ tầng logistics tốt, không xây dựng được mạng lưới hoạt động ở nước ngoài. Các doanh nghiệp này chỉ có thể cung cấp các dịch vụ cơ bản, ít giá trị gia tăng, chủ yếu vẫn dừng lại ở việc

cung cấp dịch vụ logistics 2PL (cung cấp dịch vụ logistic bên thứ hai) mà cụ thể là dịch vụ vận tải hàng hóa.

Mặt khác, trong vận tải quốc tế, doanh nghiệp Việt Nam chỉ mới tham gia các tuyến ngắn và trong khu vực lân cận, chưa đủ khả năng mở rộng như các tập đoàn logistics quốc tế nên hầu hết chỉ làm đại lý cấp 2, cấp 3, thậm chí cấp 4 cho các công ty toàn cầu.

Khi so sánh chỉ phí kho vận (logistics)/GDP của các nước thì ở Mỹ chiếm khoảng 9%, châu Âu khoảng 13%, Mexico là 14% và mức trung bình của thế giới là 15%. Tuy nhiên của Việt Nam chiếm tới 25%, đây là con số rất cao khiến cho doanh nghiệp Việt Nam khó khăn trong hội nhập và nâng sức cạnh tranh. Trong khi đó, các doanh nghiệp FDI tại Việt Nam thường tìm kiếm các gói dịch vụ logistics tích hợp (phổ biến là 3PL) vốn không đơn thuần là vận chuyển hàng hóa mà còn đi kèm với nhiều dịch vụ giá trị gia tăng khác (thủ tục hải quan, lưu kho, đóng gói và phân phối sản phẩm). Ngoài ra, các doanh nghiệp sản xuất FDI thường lựa chọn sử dụng dịch vụ vận tải và logistics từ các công ty dịch vụ có vốn từ nước của họ. Do vậy, mức độ cạnh tranh để giành những hợp đồng lớn càng trở nên gay gắt hơn.

Thực tế cho thấy, năng lực cạnh tranh cũng như hiệu quả kinh doanh



của các doanh nghiệp logistics Việt Nam dưới tác động từ cả yếu tố bên trong và bên ngoài, hiện nay không cao. Theo thống kê của Hiệp hội doanh nghiệp logistics Việt Nam (VLA), cả nước hiện có khoảng trên 1.300 doanh nghiệp logistics đang hoạt động, bao gồm cả doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài. Trong đó, các công ty điều phối logistics nước ngoài chỉ có khoảng 25 doanh nghiệp hoạt động nhưng lại chiếm 80% thị phần. Hơn 1.200 doanh nghiệp logistics nội địa của Việt Nam chỉ chiếm khoảng 20% thị phần.

Thách thức về chất lượng dịch vụ: Các doanh nghiệp logistics Việt Nam chưa cung cấp được dịch vụ logistics hoàn chỉnh theo đúng nghĩa. Đa phần chỉ đảm nhận vai trò vệ tinh cho các công ty logistics nước ngoài, thực hiện các nghiệp vụ đơn lẻ khai báo hải quan, cho thuê phương tiện vận tải nội địa, kho bãi, mua bán cước phí... Những dịch vụ mang lại giá trị gia tăng cao như đóng gói, quản lý đơn hàng, thay mặt chủ hàng thực hiện các nghĩa vụ với bên thứ ba... đặc biệt là dịch vụ logistics trọn gói "door to door" chưa được quan tâm. Hoạt động logistics chưa tạo thành một chuỗi liên tục trong chuỗi cung ứng.

Thách thức về ứng dụng công nghệ thông tin và thương mại điện tử: Trong hoạt động giao nhận vận tải, việc sử dụng các ứng dụng công nghệ thông tin trong giao dịch và quản trị là một yếu tố quan trọng, đánh giá độ tin cậy và năng lực của doanh nghiệp logistics. Các doanh nghiệp Việt Nam thường quản lý thủ công, mức độ ứng dụng công nghệ thông tin còn thấp. Các nhà cung cấp dịch vụ logistics hàng đầu thế giới đang hoạt động ở Việt Nam như APLL, Maesk Logistics sử dụng những ứng dụng chuyên dụng để quản lý và cung cấp cho khách hàng khả năng nhìn thấy và kiểm soát đơn hàng (visibility) ở bất kỳ thời điểm nào. Mức độ ứng dụng thương mại điện tử (bao gồm

cả trao đổi EDI và vận đơn điện tử, chứng từ điện tử...) của các doanh nghiệp Việt Nam yếu và thua kém so với các doanh nghiệp logistics nước ngoài, chưa có khả năng liên kết với các mạng lưới dịch vụ logistics khác.

Bên cạnh đó, các doanh nghiệp logistics còn phải đối mặt với thách thức về nguồn nhân lực. Tại Việt Nam, hiện chưa có cơ sở đào tạo chuyên nghiệp về logistics. Nguồn nhân lực của doanh nghiệp logistics Việt Nam chủ yếu là tự đào tạo theo kinh nghiệm thực tế, mức độ chuyên nghiệp còn kém. Khi thị trường bùng nổ, các doanh nghiệp logistics sẽ phải đối diện thêm với xu hướng thiếu hụt nhân lực giỏi do sức hút của các doanh nghiệp ngoại hoặc tự tách ra thành lập công ty riêng.

Cơ chế chính sách quản lý và hạ tầng logistics ở nước ta còn chưa thống nhất và chồng chéo... cũng trở thành trở ngại lớn đối với việc phát triển của các doanh nghiệp logistic hiện nay.

Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ logistics

Để tận dụng tốt những cơ hội và vượt qua những thách thức nêu trên từ TPP, các cơ quan quản lý Nhà nước và các doanh nghiệp logistics Việt Nam cần phát huy tính chủ động, đổi mới tư duy và tăng cường năng lực cạnh tranh. Theo đó, cần hoàn thiện công tác quản lý Nhà nước đối với hoạt động logistics. Xây dựng khung pháp lý thống nhất quản lý lĩnh vực này, tránh chồng chéo, gây khó khăn cho hoạt động của doanh nghiệp. Thành lập cơ quan quản lý và điều hành logistics quốc gia để thống nhất điều phối hoạt động logistics của Việt Nam.

Bên cạnh đó, các doanh nghiệp logistics Việt Nam cần đánh giá và nhận thức đúng thực trạng của doanh nghiệp mình. Từ đó khắc phục những điểm yếu, phát huy điểm mạnh để nâng cao năng lực cạnh tranh, chất lượng dịch vụ, thông qua việc thu hút đầu tư trong và ngoài nước phát triển logistics;

đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý, vận hành, đào tạo chuỗi cung ứng logistics; tích hợp sâu các dịch vụ logistics với các ngành sản xuất, xuất nhập khẩu, lưu thông hàng hóa trong nước. Các doanh nghiệp logistics cần chủ động liên kết với các doanh nghiệp cùng ngành, tạo ra những liên kết đủ lớn tham gia vào thị trường, hỗ trợ, bổ sung cho nhau, đủ sức để thực hiện chuỗi dịch vụ logistics hoàn chỉnh. Đẩy mạnh hợp tác với các doanh nghiệp xuất nhập khẩu để hình thành chuỗi cung ứng, nâng cao chất lượng dịch vụ và hiệu suất hoạt động.

Doanh nghiệp logistics cũng cần xác định chính xác phân khúc thị trường của mình. Cần sẵn sàng và chủ động tham gia làm đại lý hoặc nhà cung cấp dịch vụ vệ tinh, "gia công" dịch vụ cho các công ty logistics toàn cầu để thực hiện các công đoạn nội địa. Đây là con đường ngắn nhất để từng bước tham gia thị trường, học hỏi kinh nghiệm, cách làm việc, công nghệ của các công ty nước ngoài. Trong việc tiếp cận các doanh nghiệp FDI, cần tìm thị trường ngách, các doanh nghiệp FDI vừa và nhỏ để cung ứng dịch vụ với mức chi phí phù hợp với họ.

Phát triển thị trường, xây dựng thương hiệu, tuyên truyền cho các chủ hàng sử dụng logistics theo hướng chuyên môn hóa, thay đổi tập quán xuất nhập khẩu mua CIF - bán FOB để tránh phụ thuộc vào đối tác nước ngoài trong thuê vận tải, tạo điều kiện cho doanh nghiệp logistics tham gia vào nhiều công đoạn cung ứng dịch vụ có hàm lượng giá trị gia tăng cao.

Đẩy mạnh đào tạo, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, xây dựng và chuẩn hóa chương trình đào tạo logistics ở các cấp đại học, cao đẳng, trung cấp nghề; hình thành đội ngũ cán bộ quản lý và lao động logistics có trình độ cao; nâng cao hiệu quả đào tạo, bồi dưỡng nhân lực tại các doanh nghiệp.../.