
THÔNG TIN - BÌNH LUẬN

Dịch vụ hậu cần (Logistic) Việt Nam: Thực trạng và triển vọng sau khủng hoảng kinh tế toàn cầu

PGS.TS. Hà Văn Hội*

*Khoa Kinh tế Quốc tế, Trường Đại học Kinh tế,
Đại học Quốc gia Hà Nội, 144 Xuân Thủy, Cầu Giấy, Hà Nội, Việt Nam*

Nhận ngày 18 tháng 5 năm 2009

Tóm tắt. Cuộc khủng hoảng tài chính - kinh tế toàn cầu xuất phát từ nước Mỹ đã lan rộng và ảnh hưởng tới các ngành kinh tế Việt Nam. Dù không có quan hệ trực tiếp với tâm bão khủng hoảng kinh tế Mỹ nhưng ngành logistic Việt Nam vẫn chịu ảnh hưởng nặng nề của cơn bão đó. Tuy nhiên, sau hơn một năm đầy biến động, bước vào năm 2010, kinh tế thế giới đã có dấu hiệu tăng trưởng lạc quan hơn, hình thành những cơ hội mới cho các ngành kinh tế Việt Nam, trong ấy có dịch vụ logistic. Trong bối cảnh đó, nhà nước và nhất là các doanh nghiệp logistic Việt Nam cần nhanh chóng nắm bắt những cơ hội đó, khẩn trương thực hiện các biện pháp cấp bách như: xúc tiến hình thành những tổng công ty, công ty mạnh, đủ thế và lực hoạt động trong lĩnh vực logistic toàn cầu, tăng cường liên kết giữa các doanh nghiệp trong nước nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh, xây dựng và củng cố đội ngũ nhân lực chuyên nghiệp... Thực hiện tốt một số giải pháp có tính định hướng nêu trên sẽ góp phần giúp ngành dịch vụ logistic Việt Nam vượt qua những khó khăn hiện tại để có thể vững bước đi lên bằng chính đôi chân của mình.

1. Đặt vấn đề

Khởi nguồn từ Mỹ, cuộc khủng hoảng tài chính với mức độ toàn cầu hoá của nó không chỉ tác động ở các nước phát triển mà còn nhanh chóng lan tới các nước đang phát triển. Xét từ các phương diện cho thấy, kinh tế thế

giới năm 2009 rơi vào suy thoái kinh tế được coi là tồi tệ nhất kể từ sau Chiến tranh thế giới thứ hai. Việt Nam cũng không nằm ngoài vòng xoáy đó và cho dù không có quan hệ trực tiếp với tâm bão khủng hoảng kinh tế Mỹ nhưng ngành logistic Việt Nam vẫn chịu ảnh hưởng nặng nề của cơn bão đó. Trước ngưỡng cửa năm 2010, một loạt tổ chức quốc tế, các chuyên gia kinh tế đã nhận định về triển vọng kinh tế toàn cầu năm tới và cho rằng, kinh tế thế giới sẽ

* ĐT: 84-913559235
E-mail: hoihv@vnu.edu.vn

tăng trưởng khả quan trong năm 2010. Đây chính là cơ hội vươn lên của logistic Việt Nam sau khủng hoảng.

2. Ảnh hưởng của khủng hoảng và suy thoái kinh tế toàn cầu tới logistic Việt Nam

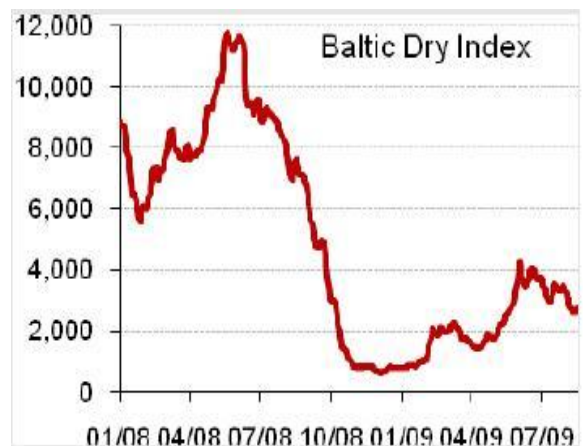
Từ giữa năm 2008, cuộc khủng hoảng kinh tế bắt đầu lan rộng ra nền kinh tế thế giới, trong đó có Việt Nam, gây ảnh hưởng trực tiếp đến xuất khẩu Việt Nam sang thị trường Mỹ, Nhật Bản và châu Âu. Đây là những thị trường xuất khẩu quan trọng của Việt Nam. Sự sụt giảm mạnh trong lĩnh vực xuất khẩu của Việt Nam những tháng đầu năm 2009 là minh chứng rõ ràng nhất cho những ảnh hưởng của khủng hoảng nêu trên. Trong 10 tháng đầu năm 2009, xuất khẩu Việt Nam giảm 13,8% so với cùng kỳ 2008. Mặc dù mức độ sụt giảm này thấp hơn hầu hết các nước đang phát triển khác, nhưng nó cũng khiến 2009 trở thành năm đầu tiên xuất khẩu giảm kể từ khi Việt Nam tiến hành công cuộc cải cách kinh tế. Xuất khẩu, nhập khẩu đều giảm, tất nhiên ngành logistic cũng suy giảm.

Cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu buộc người tiêu dùng phải thắt chặt chi tiêu là một trong những nguyên nhân chính khiến lượng hàng xuất khẩu của nước ta giảm mạnh. Do dịch vụ giao nhận, vận tải hàng hóa xuất nhập khẩu lại có liên quan rất chặt chẽ tới hoạt động xuất - nhập khẩu hàng hóa, dẫn đến sự sụt giảm mạnh của xuất khẩu đã kéo theo sự tụt dốc của dịch vụ giao nhận, vận tải hàng hóa xuất nhập khẩu, một nội dung quan trọng nhất trong hoạt động logistic Việt Nam.

Khủng hoảng kinh tế làm cho hoạt động vận tải biển gặp khó khăn do khách hàng và giá cước vận tải đều giảm mạnh. Từ đầu tháng 7/2008 đến cuối năm 2009, với mức giảm trung bình ước tính khoảng 70%. Từ mức kỷ lục, 11.709 điểm vào ngày 20/5/2008, chỉ số giá cước vận tải hàng khô BDI (Baltic Dry Index) cũng quay đầu đi xuống, đạt mức thấp nhất trong vòng một thập niên vào ngày

12/12/2008, ở 684 điểm, giảm 94% [1]. Cụ thể là cước vận tải biển chở hàng xuất khẩu từ Việt Nam sang một số thị trường khu vực Nam Mỹ, châu Âu hiện giảm rất mạnh, ước giảm 60% - 80% so với thời điểm cuối quý 2/2008 do lượng hàng xuất khẩu giảm. Cước tàu hàng rời từ Việt Nam đi khu vực Nam Mỹ chỉ còn trung bình 10 USD/tấn, giảm khoảng 90 USD/tấn so với tháng 4/2008, tàu chở công-ten-nơ đi châu Âu còn khoảng 300 USD/TEU thay vì giữ mức bình quân 1.300USD/TEU như thời kỳ cuối 2007 đầu 2008.

Chỉ số vận tải biển tháng 5/2009



(Nguồn: SSI Research)

Những tháng đầu năm 2009, cũng là thời kỳ Tổng công ty Hàng hải Việt Nam phải chịu đựng những khó khăn chồng chất với mặt bằng giá cước nằm sâu dưới mức hòa vốn và lượng hàng hóa vận chuyển giảm mạnh. Thực tế cho thấy, đây là giai đoạn khó khăn nhất của các doanh nghiệp vận tải biển. Cước vận tải duy trì mức thấp dưới giá thành trong một thời gian dài, hàng hóa khan hiếm, doanh nghiệp vận tải biển trong nước nhiều nơi “bó máy”, phải chấp nhận chạy rỗng một chiều, nếu không muốn để tàu nằm bờ. Kịch bản lỗ lớn đã được không ít chủ tàu tính đến. Nhưng từ giữa tháng 4/2009, chỉ số BDI bắt đầu tăng mạnh và đạt đỉnh tiếp theo ở 4.070 điểm vào tháng 6/2009, báo hiệu sự phục hồi mạnh mẽ. Lĩnh vực cảng biển ít nhiều có lợi thế về thị phần và năng lực đã giúp Vinalines không tụt quá xa so với kết quả đạt

được của năm trước đó. Sản lượng hàng thông qua các cảng của Vinalines trong 6 tháng đầu năm 2009 tăng khá cao so với cùng kỳ năm 2008. Cụ thể, cảng Sài Gòn đạt 8.7 triệu tấn (tăng 26%); cảng Đoạn Xá đạt 2.2 triệu tấn (tăng 50%); cảng Đà Nẵng đạt 1.5 triệu tấn (tăng 14%); cảng Cái Cui đạt 2.6 triệu tấn (tăng 482% do được đầu tư nâng cao năng lực); cảng Cần Thơ đạt trên 4 triệu tấn (tăng 312%).

Tuy nhiên, sự sụt giảm nhu cầu về quặng sắt và than đá trên thị trường thế giới đã kéo chỉ số BDI giảm liên tục trong cả quý 3/2009, xuống đáy 2.175 điểm vào ngày 23/9, mất gần nửa số điểm so với đỉnh đạt được trước đó. Ngay sau đó trong quý 4/2009, dấu hiệu phục hồi của nhiều nền kinh tế lớn trên thế giới, cùng với nhu cầu vận tải tăng lên nhanh chóng đã kéo chỉ số BDI dốc ngược lên mức 4.643 điểm vào ngày 18/11, trước khi điều chỉnh về mức trên 3.000 điểm vào cuối năm 2009.

Chỉ số Baltic dry index 2009



Nguồn: Wikinvest.com

Nhìn chung, chỉ số BDI đã được cải thiện khá nhiều trong năm 2009, nhưng vẫn ở mức thấp, giảm trung bình khoảng 50% điểm số so với năm trước đó. Trong phần lớn thời gian, chỉ số này nằm dưới ngưỡng 4.000 điểm, được cho là giới hạn kinh doanh có lãi của các chủ tàu hàng khô.

Một điều dễ nhận thấy rằng các nhà xuất nhập khẩu quốc tế đang phải khá chật vật để tồn tại bằng cách quản lý chặt chi phí gom hàng, và thay đổi các phương thức vận chuyển. Điều này

dẫn đến nhu cầu thuê ngoài và nhiều cơ hội cho các nhà cung cấp dịch vụ logistics. Tuy nhiên cùng với cơ hội đó, các công ty này phải làm việc cật lực. Theo Phó chủ tịch Quản lý dịch vụ Logistic Quốc tế của APL Logistic, ông Tony Zasimovich, “Năm 2009 sẽ là năm đầy thách thức nhất tôi từng trải qua”. Ông cũng cho biết thêm APL Logistic đang nhận những yêu cầu từ khách hàng về các giải pháp cắt giảm chi phí và quy mô hoạt động. Đặc biệt trong lĩnh vực bán lẻ khi khách hàng yêu cầu các công ty 3PL tìm ra giải pháp cắt giảm lượng hàng tồn kho vốn không bán được do ảnh hưởng của khủng hoảng kinh tế.

3. Triển vọng của logistic Việt Nam

Theo phân tích tình hình thực tế hiện nay, cuộc khủng hoảng tài chính quốc tế đã cơ bản vượt qua thời kỳ xấu nhất, kinh tế thế giới bắt đầu đi lên từ đáy, nhân tố chủ yếu chính là chỉ số khủng hoảng (tỉ lệ bất ổn) đã giảm xuống dưới 30%. Dự báo năm 2010, tỉ lệ tăng trưởng kinh tế thế giới chỉ là 2.4%. Tăng trưởng âm của năm 2009 chuyển thành tăng trưởng thực sự vào năm 2010 là một chuyển biến tích cực quan trọng. Tuy nhiên, các nền kinh tế vẫn đối mặt với nhiều khó khăn do thâm hụt ngân sách, tỷ lệ thất nghiệp cao [2]... Trong bối cảnh kinh tế thế giới như vậy, cũng theo dự báo, năm 2010, các nước đang phát triển được coi là một chính thể sẽ tăng tốc là 5.1%, trong đó tỉ lệ tăng trưởng kinh tế của nhóm kinh tế mới nổi là 6%, còn các nước phát triển chỉ khoảng 1.75% (dự báo của Quỹ Tiền tệ quốc tế là 1.3%).

Triển vọng phục hồi kinh tế thế giới từ 2010 sẽ giúp xuất khẩu của Việt Nam tăng hơn so với 2009. Dự báo kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sẽ đạt khoảng 60 tỷ USD, tăng 6% so với năm 2009. Năm bất cơ hội này, logistic Việt Nam - ngành “dịch vụ hậu cần” của nền kinh tế, ta tạm gọi là như thế, sẽ có nhiều cơ hội để phát triển. Với những gói kích cầu quy mô lớn của các chính phủ sẽ là nguồn động lực tăng trưởng cho toàn bộ nền kinh tế thế giới không loại trừ Việt Nam. Bên cạnh đó, dự báo triển vọng kinh tế thế giới phục hồi đã làm yên lòng các nhà

đầu tư, liên tiếp từ tháng 10/2009 đến cuối năm, hàng loạt các đoàn đầu tư nước ngoài đã và sẽ đến Việt Nam tìm kiếm cơ hội đầu tư. Tập đoàn VinaCapital - nhà quản lý quỹ lớn nhất trên thị trường Việt Nam - đã quyết định tổ chức hội nghị các nhà đầu tư năm 2009 với chủ đề điểm lại những bước phát triển của Việt Nam và thảo luận về định hướng đầu tư tương lai. Một trong những kế hoạch được bàn đến tại hội nghị lần này là dự định tiếp tục thành lập những quỹ đầu tư mới trong năm tới.

Những diễn biến trên chính là cơ hội mới cho các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ logistic tại Việt Nam có thể vươn lên sau khủng hoảng. Trong đó phân khúc 3PL (Three Party Logistic - Logistic bên thứ ba) nội địa cũng sẽ tiếp tục tăng trưởng bởi lẽ các doanh nghiệp đang cảm thấy áp lực phải thuê ngoài (Outsourcing) dịch vụ 3PL ngày càng lớn. Outsourcing cũng chính là một trong những cơ hội giúp ngành logistic Việt Nam phát triển. Chưa bao giờ thị trường dịch vụ logistic lại sinh sôi nở mạnh mẽ như hiện nay bởi một yếu tố vô cùng quan trọng là xu hướng outsourcing [3]. Thực tế hiện nay, phần lớn các tập đoàn lớn trên thế giới đều đã outsource các hoạt động logistic hoặc chuỗi cung ứng ra bên ngoài cho một nhà cung cấp dịch vụ thứ ba hoặc thứ tư. Những cái tên mà chúng ta có thể kể đến là: Dell, Walmart, Nortel, GAP, Nike... Chính xu hướng ấy đã giúp thị trường logistic thế giới tăng trưởng ở mức hai con số. Điều này cũng đã rất phổ biến tại Việt Nam do sự hiện diện của nhiều tập đoàn đa quốc gia. Song nếu quan sát kỹ thì toàn bộ hoạt động thuê ngoài của các tập đoàn đa quốc gia ở Việt Nam đều do các nhà cung cấp dịch vụ logistic thứ ba của nước ngoài đảm nhận. Nike sử dụng APL Logistic và Maersk Logistic, Adidas sử dụng Maersk Logistic, Kmart sử dụng APL Logistic, Nortel sử dụng Kuehne - Nagel.

4. Giải pháp phát triển Logistic Việt Nam hậu khủng hoảng

Cơ hội cho ngành Logistic Việt Nam đã thấy rõ. Tuy nhiên, các doanh nghiệp Logistic không thể ngồi chờ để cơ hội ấy tự đến mà phải nhanh chóng nắm bắt cơ hội ấy. Để nhanh

chóng khắc phục những ảnh hưởng của khủng hoảng và tiếp tục phát triển, Nhà nước và các doanh nghiệp logistic Việt Nam cần thực hiện tốt một số biện pháp sau:

Thứ nhất, nhanh chóng triển khai đồng bộ Quy hoạch phát triển vận tải biển Việt Nam đến năm 2020 và định hướng đến năm 2030 vừa được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt. Trong Quy hoạch này, dịch vụ logistic cũng được nhấn mạnh đặc biệt cùng với dịch vụ vận tải đa phương thức với chất lượng cao, hướng đến dịch vụ trọn gói và mở rộng ra nước ngoài đáp ứng yêu cầu hội nhập. Quy hoạch này cũng đưa ra hàng loạt các giải pháp, chính sách để phát triển dịch vụ logistic, trong đó trước mắt sửa đổi, bổ sung các văn bản quy phạm pháp luật về vận tải đa phương thức, dịch vụ logistic, quản lý đầu tư và khai thác cơ sở hạ tầng cảng biển phù hợp với tình hình và xu hướng phát triển của Việt Nam, đồng thời luật hóa các cam kết của Việt Nam trong khuôn khổ WTO. Quy hoạch còn đề cập đến giải pháp đẩy mạnh cải cách hành chính trong lĩnh vực vận tải biển, đặc biệt là công tác cải cách thủ tục hành chính tại các cảng biển Việt Nam và thủ tục đăng ký tàu biển; nhanh chóng triển khai ứng dụng công nghệ thông tin, triển khai cảng vụ điện tử, hải quan điện tử, thực hiện chính sách một cửa để tạo điều kiện thuận lợi cho tàu, thuyền ra vào cảng biển; đồng thời xây dựng cơ chế, chính sách phát triển để khuyến khích đầu tư và quản lý có hiệu quả các trung tâm phân phối hàng hóa, cảng nội địa để hỗ trợ phát triển dịch vụ logistic; nghiên cứu cơ chế, chính sách phù hợp để xây dựng, thu hút đầu tư cho dịch vụ logistic Việt Nam... Hướng đi đã có, nhưng việc triển khai nhanh, đồng bộ và bài bản mới có thể giúp được chúng ta trong việc lấy lại thị phần và mở rộng dịch vụ này ra nước ngoài. Đặc biệt là khi các cảng quốc tế lớn trong nước đã và đang triển khai đi vào hoạt động.

Thứ hai, xúc tiến hình thành những tổng công ty, công ty mạnh, đủ thế và lực hoạt động trong lĩnh vực logistic toàn cầu. Muốn thực hiện Logistic một cách đầy đủ theo phương thức 3PL, trở thành các đối tác tin cậy của các

tập đoàn thương mại trong và ngoài nước khi họ đẩy mạnh thuê ngoài (outsourcing), thì logistic phải áp dụng nhiều công nghệ hiện đại như trang bị hệ thống máy móc cơ giới hóa, tin học hóa quá trình quản lý, xây dựng mạng thông tin toàn cầu để kiểm soát quá trình thực hiện. Tại khu vực châu Á, Việt Nam và Trung Quốc có nhịp độ phát triển kinh tế cao hơn, nên tỉ lệ tăng trưởng thị trường thuê ngoài logistic (đối tượng của 3PL) nằm trong khoảng 10 - 15%/năm. Rõ ràng, con đường phát triển cung ứng dịch vụ 3PL là con đường “đại dương xanh”, một thị trường mới mà các doanh nghiệp giao nhận, vận tải, logistic phải vươn tới, nếu không sẽ quá muộn. Tuy nhiên, khó khăn nhất hiện nay là quy mô và tiềm lực tài chính của các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ logistic của Việt Nam còn yếu. Chính vì vậy, việc đầu tư có chọn lọc các nguồn lực vào những tổng công ty lớn hình thành các doanh nghiệp đầu tàu, có đủ năng lực cạnh tranh trên thị trường trong nước và quốc tế, kéo toàn bộ ngành công nghiệp logistic của Việt Nam hiện nay phát triển là một trong những hướng đi của logistic Việt Nam. Điều đó sẽ giúp thị trường logistic Việt Nam có sự tham gia của các công ty Việt Nam trên hầu hết các phân đoạn. Tiềm năng dịch vụ 3PL tại Việt Nam rất lớn, đồng hành với các dự án đầu tư phát triển đất nước.

Thứ ba, nhanh chóng thực hiện tiêu chuẩn hoá hoạt động logistic, tạo nền tảng cho sự phát triển bền vững. Thiếu một quy chuẩn thống nhất là điều đang tồn tại rất rõ trong ngành dịch vụ logistic Việt Nam. Cho đến nay bản thân khái niệm logistic mới chỉ được đề cập đến trong Bộ luật Thương mại như là một văn bản chính thức thừa nhận sự hiện diện của ngành này. Song ở cấp độ quản lý và điều hành thì lại chưa hề có một quy chuẩn cụ thể cho ngành dịch vụ này. Bản thân điều này cũng đòi hỏi một quá trình dài bởi logistic chỉ mới xuất hiện ở Việt Nam mấy năm gần đây thôi. Nói thế không có nghĩa chúng ta không xây dựng được bộ tiêu chuẩn cho ngành logistic giúp nâng cao sự minh bạch, cạnh tranh lành mạnh, và đặc biệt khuyến khích cho sự phát triển của cả

ngành. Chúng ta có thể học hỏi kinh nghiệm của nhiều nước đã đi trước để xây dựng một hệ tiêu chuẩn hướng dẫn cho doanh nghiệp mà ở đây vai trò của nhà nước và hiệp hội, cụ thể là hiệp hội logistic là cực kỳ cần thiết.

Thứ tư, tăng cường liên kết giữa các doanh nghiệp trong nước nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh. Đồng thời, cần tạo ra một cầu giữa nhà sử dụng dịch vụ và nhà cung cấp dịch vụ logistic mà không thể thiếu vai trò của nhà nước và hiệp hội. Đã đến lúc các doanh nghiệp logistic cần ngồi lại và cùng nhau chia sẻ những gánh nặng trong hoạt động logistic thông qua việc hợp tác chiến lược. Khi lượng hàng hóa xuất nhập khẩu của Việt Nam ngày càng tăng. Đồng nghĩa với dịch vụ logistic càng trở thành dịch vụ mang lại lợi nhuận không nhỏ cho các doanh nghiệp nói riêng và cho nền kinh tế nói chung. Dự báo tới năm 2015, nếu kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam đạt 200 tỉ USD thì giá trị của logistic cũng khoảng 40 tỉ USD (chiếm khoảng 20% - 22%). Đây thực sự là một con số khổng lồ. Vấn đề đặt ra là làm thế nào để các doanh nghiệp Việt Nam giành lại được miếng bánh hấp dẫn này. Thực tế thời gian qua cho thấy, trong lĩnh vực logistic ta thấy có mặt Kuehne-Nagel, Schenker, DHL Global Forwarding, Agility... trong đó 3PL là do các đại gia như DHL/Exel Logistic, Kuehne-Nagel, Schenker, Agility, Toll, Linfox thao túng. Hơn nữa, trong khi các đại gia này không ngừng gia tăng áp lực nhằm chiếm lĩnh miếng bánh logistic thì cũng là lúc Việt Nam đang chuẩn bị phải mở cửa thị trường logistic theo cam kết với WTO vào những năm tới. Điều đó đồng nghĩa đối thủ nước ngoài của chúng ta đang ngày càng có nhiều lợi thế hơn.

Vì vậy, muốn cạnh tranh các doanh nghiệp trong nước phải tính đến chuyện liên kết với nhau để trở thành một tổ chức mạnh. Có đủ tiềm lực tài chính, nhân lực, kỹ thuật... trong cuộc chiến giành lại thị phần với các doanh nghiệp nước ngoài. Bên cạnh đó, phải có trung tâm đào tạo chính cho ngành này, bởi logistic vận động và phát triển không ngừng. Các trung tâm này phải liên kết với các trường đào tạo

logistic nổi tiếng trên thế giới để cập nhật kiến thức, kinh nghiệm liên tục.

Năm 2010 vẫn sẽ là năm mà các doanh nghiệp logistic cần tái định vị và tìm kiếm không ngừng sự khác biệt với chính mình trước đây và đối thủ cạnh tranh. Điều ấy đang cần một chiến lược dài hạn hơn là những chiến thuật ngắn hạn.

Thứ năm, xây dựng và củng cố đội ngũ nhân lực chuyên nghiệp. Đó là nhiệm vụ không chỉ của trường đại học hay của những trung tâm đào tạo mà bản thân mỗi doanh nghiệp logistic Việt Nam phải chủ động tổ chức đào tạo và phát triển nguồn nhân lực cho chính doanh nghiệp mình. Logistic Việt Nam vừa thiếu về số lượng vừa yếu về chất lượng. Việc tổ chức đào tạo và phát triển nguồn nhân lực logistic cần theo hướng xây dựng mô hình liên kết đào tạo đi đôi với thực tế. Logistic là một lĩnh vực với đặc thù là sự vận động liên tục và phát triển nhanh. Chính vì vậy quá trình đào tạo cũng cần được cập nhật liên tục những kiến thức mới. Nếu các trường đào tạo có thể liên kết và mời những cán bộ có kinh nghiệm ở các doanh nghiệp đang hoạt động trong lĩnh vực cung cấp dịch vụ logistic có uy tín trên thị trường tham gia giảng dạy ở một số phần mang tính chất thực tế thì chất lượng giáo dục có thể được cải thiện rất nhiều. Hơn nữa, qua việc được tiếp xúc trực tiếp với sinh viên, các doanh nghiệp này cũng có cơ hội để giới thiệu về doanh nghiệp mình đồng thời tìm kiếm những ứng viên có khả năng, có trình độ, sự đam mê để tuyển dụng trong tương lai. Hình thức này hiện nay đã bắt đầu được thực hiện ở những trường đào tạo trong lĩnh vực kỹ thuật và công nghệ nhưng trong khối kinh tế, dịch vụ hầu như vẫn chưa được áp dụng.

Thứ sáu, đẩy nhanh việc ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động logistic. Mặc dù công nghệ thông tin không phải là yếu tố quyết định nhưng nó vẫn là yếu tố rất quan trọng trong việc nâng cao hiệu quả của hoạt động logistic. Chỉ có công nghệ thông tin, liên lạc hiện đại làm nền tảng cho dịch vụ logistic 3PL, các doanh nghiệp Việt Nam mới có thể cạnh

tranh được với các công ty 3PL sừng sỏ trên thế giới đã có mặt tại Việt Nam. Một trong những mặt yếu của kinh doanh logistic ở Việt Nam là chưa có công nghệ thông tin mạnh, hiện đại. Vấn đề này cần được giải quyết càng sớm càng tốt. Có công nghệ thông tin hiện đại, người kinh doanh logistic mới nắm chắc hành trình của hàng hóa, nguyên phụ liệu ra - vào để kịp thời thông báo cho người sản xuất, phân phối, người xuất nhập khẩu. Hiện nay, có nhiều giải pháp đầu tư công nghệ thông tin hiệu quả với chi phí thấp, các doanh nghiệp vừa và nhỏ cần nắm bắt cơ hội này để trang bị cho mình. Phải thừa nhận là ý thức về vai trò của CNTT trong dịch vụ logistic của chúng ta đã có, nhưng chưa đủ để biến thành hành động thực tế. Một phần xuất phát từ năng lực, trình độ và tầm nhìn của nhà quản lý nhưng phía bên kia chính là tâm lý ngại rủi ro lớn. Bởi đầu tư cho CNTT không phải là chuyện ngày một ngày hai mà nó là quá trình đôi khi rủi ro cao bởi vốn đầu tư dành cho nó, nhưng có lẽ rủi ro lớn chính là chúng ta không tận dụng hết nó [4].

5. Kết luận

Kinh tế toàn cầu đã và đang trải qua thời kỳ biến động. Tuy nhiên, những tia hy vọng kinh tế sẽ phục hồi đang dần hiện rõ. Đối với nhà kinh doanh, biết phòng ngừa rủi ro, đưa ra những quyết định đúng lúc và lựa chọn giải pháp phù hợp là yếu tố quyết định sự thành công đón đầu khi kinh tế thế giới hồi phục. Thực hiện tốt các giải pháp có tính định hướng nói trên sẽ góp phần giúp ngành dịch vụ logistic ở nước ta phát triển và khẳng định mình trên thị trường logistics toàn cầu, vượt qua những khó khăn hiện tại để có thể vững bước đi lên bằng chính đôi chân của mình, lạc quan và thắng lợi.

Tài liệu tham khảo

- [1] Báo điện tử - Thời báo Kinh tế Việt Nam (vneconomy.vn) ngày 14.01.2010.
- [2] Báo cáo "Tình hình và triển vọng kinh tế thế giới năm 2010" của Liên Hợp Quốc.

[3] (Theo Robert J Bowmantap, tạp chí Global Logistic and Supply Chain Strategies)

[4] Nguyễn Anh, Logistic Việt Nam: Chống chọi thế nào trong khủng hoảng kinh tế? <http://vlr.vn/>

Logistics of Vietnam: The status and prospects under impacts of the global economic crisis

Assoc.Prof. Dr. Ha Van Hoi

*Faculty of International Economics, University of Economics and Business,
Vietnam National University, Hanoi, 144 Xuan Thuy, Cau Giay, Hanoi, Vietnam*

Financial crisis - the global economy comes from the U.S. has spread and affect economic sectors in Vietnam. Although not related directly to the center of the storm of economic crisis the U.S. logistic industry but Vietnam is still heavily influenced by storm do. However, after more than a year full of fluctuations, step 2010, the economic about the signs of growing optimism over, forming new opportunities for Vietnam's economic sectors, including logistic services. In this context, the State and especially Vietnam logistic firms to quickly grasp the opportunities that urgently implement urgent measures such as promoting the formation of corporations, the company stronger, the full force and logistic operation in full strength cau.tang link between domestic enterprises to enhance competitiveness, develop and strengthen human resources professional team... well implement a solution orientation is calculated above will contribute to helping Vietnam logistic service industry, to overcome the current difficulties to be able to walk firmly on his feet in the main.