

TRƯỜNG ĐẠI HỌC BÀ RỊA-VŨNG TÀU

KHOA: KINH TẾ BIỂN-LOGISTICS



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

**NÂNG CAO HOẠT ĐỘNG E-LOGISTIC TRONG VẬN CHUYỂN
HÀNG HÓA TẠI VIỆT NAM HIỆN NAY**

Trình độ đào tạo: Đại học

Ngành: Logistics và quản lý chuỗi cung ứng

Chuyên ngành: Logistics và quản lý chuỗi cung ứng

Giảng viên hướng dẫn: ThS Võ Thị Hồng Minh

Sinh viên thực hiện: Võ Thị Thùy Mai

MSSV: 21030065

Lớp: DH21LG1

Bà Rịa - Vũng Tàu, tháng 1 năm 2025

TRƯỜNG ĐẠI HỌC BÀ RỊA-VŨNG TÀU
KHOA LOGISTICS – QUẢN LÝ CHUỖI CUNG ỨNG

PHIẾU GIAO ĐỀ TÀI

ĐỒ ÁN/ KHOÁ LUẬN TỐT NGHIỆP

(Đính kèm Quy định về việc tổ chức, quản lý các hình thức tốt nghiệp ĐH, CĐ ban hành kèm theo Quyết định số 386/QĐ-ĐHBRVT ngày 04/11/2021 của Hiệu trưởng Trường Đại học BR-VT)

Họ và tên sinh viên: Võ Thị Thùy Mai Ngày sinh: 26/11/2003

MSSV : 21030065 **Lớp:** DH21LG1

Địa chỉ : A20 Lương Văn Nho, Phường 9, TP Vũng Tàu, BR-VT

E-mail : mai13vivo@gmail.com

Trình độ đào tạo: Đại học

Hệ đào tạo : Chính quy

Ngành : Logistics và quản lý chuỗi cung ứng

Chuyên ngành: Logistics và quản lý chuỗi cung ứng

1. Tên đề tài: Nâng cao hoạt động E-Logistics trong vận chuyển hàng hóa tại Việt Nam hiện nay

2. Giảng viên hướng dẫn: Thạc sĩ Võ Thị Hồng Minh

3. Ngày giao đề tài: 02/12/2024

4. Ngày hoàn thành đồ án/ khoá luận tốt nghiệp: 20/01/2025

Bà Rịa-Vũng Tàu, ngày 20 tháng 01 năm 2025

GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN

(Ký và ghi rõ họ tên)

SINH VIÊN THỰC HIỆN

(Ký và ghi rõ họ tên)

TRƯỞNG BỘ MÔN

(Ký và ghi rõ họ tên)

TRƯỞNG KHOA

(Ký và ghi rõ họ tên)

NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN

ĐỒ ÁN/ KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

I. Thông tin chung

- Họ và tên giảng viên hướng dẫn:

.....

Học hàm, học vị: Chuyên ngành:

.....

Đơn vị công
tác.....

- Họ và tên sinh viên: MSSV:

.....

Lớp:

Khoa:.....

Tên đề tài:

.....

.....

.....

.....

- Tổng quát về ĐA/KLTN:

+ Số trang:

Số chương:

+ Số bảng số liệu:

Số hình vẽ:

+ Số tài liệu tham khảo:

II. Nhận xét về ĐA/KLTN

2.1. Nhận xét về hình

thức:

.....

2.2. Tính cấp thiết của đề tài:

.....

2.3. Mục tiêu và nội dung:

.....

2.4. Tổng quan tài liệu:

.....

2.5. Phương pháp nghiên cứu:

.....

2.6. Các kết quả nghiên cứu đạt
được:

.....

2.7. Trích dẫn tài liệu:

.....

2.8. Kết luận và đề nghị:

.....

2.8. Tính sáng tạo và ứng dụng:

.....

2.9. Các vấn đề cần bổ sung, chỉnh sửa:

.....

III. Phần nhận xét tinh thần và thái độ làm việc của sinh viên

IV. Đánh giá

1. Đồ án/khóa luận tốt nghiệp đạt/chưa đạt yêu
cầu:

--	--

2. Đề nghị: Được bảo vệ:

Không được bảo vệ:

Điểm:/10 (làm tròn đến một chữ số thập phân)

....., ngày tháng năm 20.....

GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN

(Ký và ghi rõ họ tên)

NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN PHẢN BIỆN
ĐỒ ÁN/ KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

I. Thông tin chung

- Họ và tên giảng viên phản

biện:.....

Học hàm, học vị: Chuyên ngành:

.....

Đơn vị công tác:

.....

- Họ và tên sinh viên: MSSV:

.....

Lớp: Khoa:

.....

Tên đề

tài:.....

.....

.....

- Tổng quát về ĐA/KLTN:

+ Số trang:

Số chương:

+ Số bảng số liệu:

Số hình vẽ:

+ Số tài liệu tham khảo:

II. Nhận xét về ĐA/KLTN

2.1. Nhận xét về hình
thức:

.....

2.2. Tính cấp thiết của đề tài:

.....

2.3. Mục tiêu và nội dung:

.....

2.4. Tổng quan tài liệu:

.....

2.5. Phương pháp nghiên cứu:

.....

2.6. Các kết quả nghiên cứu đạt
được:

.....

2.7. Trích dẫn tài liệu:

.....

2.8. Kết luận và đề nghị:

.....

2.8. Tính sáng tạo và ứng
dụng:

.....

2.9. Các vấn đề cần bổ sung, chỉnh sửa:

.....

**III. Câu hỏi (Giảng viên phản biện có đặt từ 1 - 3 câu hỏi liên quan đến
nội dung của ĐA/KLTN để sinh viên trả lời tại Hội đồng bảo vệ ĐA/KLTN)**

IV. Đánh giá

1. Đồ án/khóa luận tốt nghiệp đạt/chưa đạt yêu

cầu:

☐ ☐

2. Đề nghị: Được bảo vệ:

Không được bảo vệ:

Điểm:/10 (làm tròn đến một chữ số thập phân)

....., ngày tháng năm 20.....

GIẢNG VIÊN PHẢN BIỆN

(Ký và ghi rõ họ tên)

LỜI CAM ĐOAN

Tôi tên Võ Thị Thùy Mai, sinh viên ngành Logistics & Quản lý chuỗi cung ứng, lớp DH21LG1 xin cam đoan rằng bản báo cáo khóa luận tốt nghiệp với đề tài " Nâng cao hoạt động E-Logistics trong vận chuyển hàng hóa tại Việt Nam hiện nay" là kết quả nghiên cứu độc lập của tôi dưới sự hướng dẫn của giảng viên Th.S Võ Thị Hồng Minh

Những số liệu, bảng biểu phục vụ cho việc phân tích và dẫn dắt đề tài này được thu thập từ các nguồn tài liệu khác nhau được ghi chú trong mục tài liệu tham khảo hoặc chú thích ngay bên dưới các bảng biểu. Ngoài ra, đối với các tài liệu diễn giải để làm rõ thêm các luận điểm đã phân tích và trích dẫn trong phần phụ lục cũng được chú thích nguồn gốc dữ liệu.

Tôi xin cam đoan tính trung thực của báo cáo và sẵn sàng chịu mọi trách nhiệm nếu phát hiện có hành vi vi phạm quy định của nhà trường.

SINH VIÊN THỰC HIỆN

(Ký và ghi rõ họ tên)

LỜI CẢM ƠN

Trước tiên, em muốn bày tỏ lòng biết ơn vô cùng sâu sắc với sự hướng dẫn, cung cấp kiến thức, động viên không ngừng từ Ths. Võ Thị Hồng Minh và các thầy cô trong khoa trong quá trình thực hiện viết bài khóa luận này.

Các thầy cô đã dành thời gian và công sức để đồng hành cùng em trong suốt quá trình nghiên cứu và viết báo cáo. Sự tận tâm và sự chỉ dẫn từ các thầy cô đã giúp em hiểu rõ hơn về quy trình nghiên cứu, xử lý dữ liệu và phân tích kết quả.

Em cảm kích sự kiên nhẫn và sự đồng hành của các thầy cô trong việc giải đáp các câu hỏi và khúc mắc mà em gặp phải. Nhờ có sự hướng dẫn tận tâm, em đã có cơ hội nâng cao kỹ năng nghiên cứu, phân tích và hoàn thiện bài viết của mình.

Cuối cùng, em xin gửi lời cảm ơn chân thành đến cô Võ Thị Hồng Minh vì sự cống hiến và tận tụy trong công việc giảng dạy. Nhờ có Cô, em đã học được nhiều kiến thức mới và phát triển hơn.

Kính chúc Cô và Các thầy cô trong Khoa Kinh tế biển - Logistics sức khỏe dồi dào và thành công trong sự nghiệp giảng dạy.

SINH VIÊN THỰC HIỆN

(Ký và ghi rõ họ tên)

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN	XII
---------------------	------------

LỜI CẢM ƠN	XIII
-------------------	-------------

CHƯƠNG 1 TỔNG QUAN VỀ LOGISTICS VÀ VẬN CHUYỂN HÀNG HÓA	6
---	----------

1.1 Tổng quan về Logistics và E- Logistics	6
1.1.1 Logistics	6
1.1.1.1 Khái niệm và lịch sử hình thành phát triển	6
1.1.1.2 Nguyên nhân ra đời và sự phát triển của Logistics trong doanh nghiệp	11
1.1.1.3 Đặc điểm, vai trò và tác dụng của Logistics	12
1.1.1.4 Các yếu tố cơ bản của Logistics	20
1.1.1.5 Phân loại logistics	26
1.1.2 E- Logistics	28
1.1.2.1 Nguồn gốc ra đời của E- Logistics	28
1.1.2.3 Mối quan hệ giữa logistics và thương mại điện tử	32
1.1.2.4 Vai trò của E-Logistics	33
1.1.2.5 Đặc điểm của E-logistics	34
1.1.2.6 Lợi ích của E- Logistics	35
1.1.2.7 Phân loại E-Logistics	35
1.2 Tổng quan về vận chuyển hàng hóa	41
1.2.1 Khái niệm về vận chuyển hàng hóa	41
1.2.2 Vai trò của vận chuyển hàng hóa	41
1.2.3 Các phương thức vận chuyển hàng hóa	42
1.2.3.1 Các phương thức vận tải phổ biến hiện nay	42
1.2.3.2 Phương thức vận tải đa phương thức	45
1.2.4 Các yếu tố ảnh hưởng đến vận chuyển hàng hóa	48
1.3 Vai trò của E-Logistics trong vận chuyển hàng hóa	49

TÓM TẮT CHƯƠNG 1	51
-------------------------	-----------

CHƯƠNG 2. THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG E-LOGISTICS TRONG VẬN CHUYỂN HÀNG HÓA TẠI VIỆT NAM HIỆN NAY	52
---	-----------

2.1 Xu hướng phát triển E-Logistics trên thế giới	52
2.2 Tình hình hoạt động E-Logistics trong vận chuyển hàng hóa ở Việt Nam hiện nay	56
2.3 Thành công và hạn chế phát triển E-Logistics tại Việt Nam	59
2.3.1 Thành công	59
2.3.2 Hạn chế	61

TÓM TẮT CHƯƠNG 2	68
 CHƯƠNG 3. MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO HOẠT ĐỘNG E-LOGISTICS TẠI VIỆT NAM	 69
3.1 Tối ưu hoá hiệu quả hoạt động logistics trong thương mại điện tử	69
3.1.1 Xử lý đơn hàng:	69
3.1.2 Điểm bán hàng:	69
3.1.3 Hoàn thiện đơn hàng:	70
3.1.4 Quản lý tồn kho:	71
 3.2 Ứng dụng công nghệ thông tin hiện đại	 73
 3.3 Phát triển nguồn nhân lực	 75
 3.4 Hoàn thiện môi trường pháp lý	 76
 3.5 Phát triển các trung tâm logistics hay tổ hợp dịch vụ hàng hóa hàng không	 77
 3.6 Quy hoạch riêng hệ thống các trung tâm thực hiện đơn hàng TMĐT cho các đô thị lớn như Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh	 78
 3.7 Chính phủ và các Bộ, ngành	 79
 TÓM TẮT CHƯƠNG 3	 80
 KẾT LUẬN	 81
 TÀI LIỆU THAM KHẢO	 83

DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 1. 1 Chuỗi Logistics	8
Hình 1. 2 Mối liên hệ giữa marketing 7P và dịch vụ vận tải, Logistics	20
Hình 1. 3 Giao dịch mua bán điện tử	31
Hình 1. 4 Hệ thống IoT trong Logistics	50
Hình 2. 1 Cross-docking trong vận hành kho hàng	52
Hình 2. 2 Áp dụng CNTT của các doanh nghiệp thành viên	55
Hình 2. 3 Quy mô thị trường e-logistics và e-commerce ước tính(triệu EUR)	56
Hình 2. 4 Mô phỏng mô hình dropshipping	58
Hình 2. 5 Doanh thu TMĐT B2C Việt Nam năm 2018-2023 (tỷ USD)	59
Hình 2. 6 Ước tính số lượng người tiêu dùng mua sắm qua internet của Việt Nam qua các năm	60
Hình 2. 7 Chi phí Logistics so với GDP một số nước trên thế giới	62
Hình 2. 8 Các phần mềm được các doanh nghiệp dịch vụ logistics tại Việt Nam sử dụng hiện nay.	63
Hình 2. 9 Phương thức vận chuyển hàng hóa mà DN sử dụng trong TMĐT	65
Hình 2. 10 Kết quả khảo sát về hạn chế nguồn nhân lực logistics Việt Nam	67
Hình 3. 1 Bán hàng qua livestream	70
Hình 3. 2 Phần mềm quản lý kho hàng(WMS)	72
Hình 3. 3 Các loại hình đào tạo nhân lực Logistics phổ biến tại doanh nghiệp Việt Nam	76
Hình 3. 4 Kế hoạch phát triển ngành logistics trên địa bàn TP.HCM từ nay đến năm 2025...	78

DANH MỤC BẢNG

Bảng 1. 1 Các phương thức vận chuyển hàng hóa phổ biến ở Việt Nam.....	45
Bảng 1. 2 Các mô hình vận tải của vận tải đa phương thức	48
Bảng 3. 1 Các công cụ và phần mềm E-Logistics phổ biến	75

LỜI MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Trong bối cảnh công nghệ thông tin và thương mại điện tử đang thay đổi hành vi và thói quen mua sắm của con người, lĩnh vực logistics cũng cần phải đổi mới để bắt kịp xu thế hiện đại. Bởi vì logistics vốn được xem là mắt xích quan trọng kết nối các khâu sản xuất và tiêu dùng. Trong bối cảnh này, E-logistics đã ra đời và nhanh chóng phát triển trên toàn cầu.

Các hoạt động E-logistics bao gồm việc hỗ trợ di chuyển hàng hóa từ nơi cung ứng đến nơi tiêu dùng thông qua các giao dịch điện tử. Dịch vụ vận tải hàng hóa toàn cầu đang trải qua một giai đoạn chuyển biến mạnh mẽ với những cải tiến liên tục để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao và phức tạp của thị trường quốc tế.

E-Logistics đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao hiệu quả và tính cạnh tranh của các doanh nghiệp trong lĩnh vực vận chuyển. Bằng việc ứng dụng công nghệ, E-Logistics giúp tối ưu hóa quá trình vận chuyển, giảm chi phí, tăng cường sự hài lòng của khách hàng và tạo ra lợi thế cạnh tranh cho các doanh nghiệp.

Theo báo cáo của Bộ Công Thương, số lượng doanh nghiệp cung cấp dịch vụ E-logistics tại Việt Nam đã tăng trưởng mạnh mẽ từ chỉ 50 doanh nghiệp vào năm 2017, con số này đã lên đến hơn 3.000 doanh nghiệp đăng ký hoạt động trong ngành logistics tính đến hiện nay. Báo cáo toàn cảnh kinh doanh thương mại điện tử của Metric.vn cũng chỉ ra rằng Việt Nam đang là thị trường thương mại điện tử lớn thứ 2 Đông Nam Á, chỉ sau Indonesia, và được dự đoán sẽ tiếp tục phát triển mạnh mẽ trong tương lai.

Nhận thức được tầm quan trọng cũng như những kiến thức được tích lũy trong quá trình học tập trường Đại học Bà Rịa Vũng Tàu và các thông tin tìm hiểu được em quyết định chọn đề tài: “Nâng cao hoạt động E-Logistics trong vận chuyển hàng hóa tại Việt Nam hiện nay” làm khóa luận tốt nghiệp.

2. Tình hình nghiên cứu

Về mặt lý luận, lý thuyết về E-Logistics đã có nền móng vững chắc ở các quốc gia phát triển từ những năm 1990, khi công nghệ thông tin và viễn thông phát triển mạnh mẽ

và ảnh hưởng sâu rộng tới các hoạt động vận chuyển và đang được phổ biến rộng rãi ở khắp nơi trên thế giới. Nhưng đi vào nghiên cứu chi tiết cụ thể về lĩnh vực này thì mới xuất hiện các bài nghiên cứu từ năm 2007.

Điển hình có thể kể đến bài nghiên cứu "A critical review of e-logistics research in the context of global supply chains" của Qinghua Zhu và Zheyang Wu(2007). Nghiên cứu tổng hợp và phân tích các nghiên cứu về e-logistics trong bối cảnh chuỗi cung ứng toàn cầu, tập trung phân tích các ảnh hưởng của các công nghệ mới, chẳng hạn như Bluetooth và RFID, đối với e-logistics và chuỗi cung ứng toàn cầu từ đó đánh giá ưu điểm và hạn chế của e-logistics ở thời điểm 2007 và đề xuất các hướng phát triển về các tiêu chuẩn hoá dữ liệu, mô hình phân tích các dữ liệu cũng như tính bảo mật trong e-logistics cho chuỗi cung ứng toàn cầu.

"E-commerce logistics in emerging markets" của Alam, S. S., & Bakar, A. A. A. (2017). Nghiên cứu này tập trung vào thực trạng dịch vụ E-Logistics tại các thị trường mới nổi, đặc biệt là ở các nước đang phát triển như Malaysia, Thái Lan và Indonesia, và đưa ra các khuyến nghị để cải thiện chất lượng dịch vụ e-logistics. Nghiên cứu đã chỉ ra được các yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến sự đồng ý áp dụng e-logistics của các doanh nghiệp bán lẻ trực tuyến là độ tin cậy của dịch vụ, chi phí đầu tư, chất lượng sản phẩm và kinh nghiệm khách hàng.

Bên cạnh những nghiên cứu khá tiêu biểu ở nước ngoài về dịch vụ E-Logistics thì trong thời gian qua trong nước cũng có những bài nghiên cứu về lĩnh vực này. Điển hình có thể kể đến nghiên cứu “Khảo sát về tình trạng và giải pháp hoàn thiện e-logistics cho doanh nghiệp thương mại điện tử tại Việt Nam” (2018) của Phạm Tuấn Tùng được đăng trên Tạp chí Kinh tế và Kinh doanh thuộc trường Đại học Kinh tế Quốc dân Hà Nội. Bài nghiên cứu đã phân tích tình hình vận chuyển hàng hóa trong lĩnh vực thương mại điện tử tại Việt Nam cùng những hạn chế và khó khăn hiện tại, đề xuất các giải pháp hoàn thiện hệ thống e-logistics để cải thiện hiệu quả hoạt động vận chuyển hàng hóa cho doanh nghiệp thương mại điện tử tại Việt Nam. Cùng năm 2019, bài "Nghiên cứu về một số giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ logistics cho các doanh nghiệp bán hàng trực tuyến tại Việt Nam" của Thạc sĩ Nguyễn Quang Trí, Đại học Huế đã đưa ra phân tích tình hình thương mại điện tử tại Việt Nam và đánh giá chất lượng dịch vụ logistics hiện tại của các

doanh nghiệp bán hàng trực tuyến tại Việt Nam. Nghiên cứu đề xuất một số giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ logistics nhằm giúp các doanh nghiệp bán hàng trực tuyến tại Việt Nam tối ưu hóa hoạt động của mình, từ đó cải thiện nguồn lực, tăng sự cạnh tranh và nâng cao khả năng phát triển của các doanh nghiệp bán hàng trực tuyến tại Việt Nam.

3. Mục đích nghiên cứu

Đánh giá tình hình hoạt động E-Logistics trong vận chuyển hàng hóa ở Việt Nam từ đó rút ra những thành công và hạn chế. Đề xuất những giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả và tối ưu hóa hoạt động E-logistics tại Việt Nam.

4. Nhiệm vụ nghiên cứu

- Trình bày các cơ sở lý luận về E-Logistics, Logistics, vận chuyển hàng hóa
- Nêu rõ tình hình hoạt động E-Logistics trong vận chuyển hàng hóa tại Việt Nam hiện nay
- Đưa ra các giải pháp nhằm tối ưu hóa hoạt động e-logistics tại Việt Nam

5. Phương pháp nghiên cứu

- Phương pháp thu thập dữ liệu: Thu thập các nguồn dữ liệu như sách, báo và các nguồn thông tin trên internet.
- Phương pháp phân tích, tổng hợp số liệu: Phân tích, đánh giá số liệu tìm được.

6. Các kết quả đạt được của đề tài

Kết quả đạt được từ đề tài “Nâng cao hoạt động E-Logistics trong vận chuyển hàng hóa tại Việt Nam hiện nay” bao gồm việc xác định các thành công và hạn chế của hoạt động E-Logistics trong vận chuyển hàng hóa hiện nay. Đưa ra được các giải pháp nâng cao hoạt động E-Logistics như: Tối ưu hoá hiệu quả hoạt động logistics trong thương mại điện tử, ứng dụng công nghệ thông tin hiện đại, phát triển nguồn nhân lực, hoàn thiện môi trường pháp lý, chính phủ và các Bộ, ngành. Những giải pháp này dự kiến giúp nâng cao hiệu quả và phát triển hoạt động E-Logistics tại Việt Nam

7. Cấu trúc của ĐA/KLTN

Ngoài phần mở đầu và kết luận, nội dung của bài báo cáo gồm 3 chương chính:

- Chương 1: Tổng quan về logistics và vận chuyển hàng hóa
- Chương 2: Thực trạng hoạt động E-Logistics trong vận chuyển hàng hóa tại Việt Nam hiện nay
- Chương 3: Một số giải pháp nâng cao hoạt động E-Logistics tại Việt Nam

CHƯƠNG 1 TỔNG QUAN VỀ LOGISTICS VÀ VẬN CHUYỂN HÀNG HÓA

1.1 Tổng quan về Logistics và E- Logistics

1.1.1 Logistics

1.1.1.1 Khái niệm và lịch sử hình thành phát triển

★ Khái niệm logistics

Bước vào thế kỷ XX, sản xuất vật chất của xã hội đã đạt được năng suất lao động cao nhờ áp dụng kỹ thuật sản xuất tiên tiến và đặc biệt là những thành tựu mới trong công nghệ thông tin song muốn tối ưu hóa quá trình sản xuất, giảm giá thành sản phẩm, nâng cao sức cạnh tranh của hàng hoá trên thị trường cần phải hoàn thiện hệ thống quản lý phân phối vật chất để giảm tới mức thấp nhất thiệt hại do tồn kho, ứ đọng nguyên vật liệu, bán thành phẩm trong quá trình sản xuất và lưu thông. Hệ thống phân phối vật chất này còn gọi là "Logistics".

Vậy Logistics là gì? Về mặt lịch sử, thuật ngữ "Logistics" là một thuật ngữ quân sự đã có từ mấy trăm năm nay, thuật ngữ này đầu tiên được sử dụng trong quân đội và mang nghĩa là "hậu cần" hoặc "tiếp vận". Tướng Chauncey B.Baker, tác giả cuốn "Transportation of Troop and Merterial" nhà xuất bản Hudson thành phố Kansas có viết: "Một nhánh trong nghệ thuật chiến đấu có liên quan đến việc di chuyển và cung cấp lương thực phẩm, trang thiết bị cho quân đội được gọi là "Logistics". Trong suốt chiến tranh thế giới thứ hai, các lực lượng quân đội của các nước tham gia đều sử dụng phương thức Logistics rất hiệu quả, đảm bảo hậu cần đúng nơi đúng lúc cho lực lượng chiến đấu. Thuật ngữ này đến nay vẫn được tiếp tục sử dụng rộng rãi trong quân đội và các ứng dụng dạng quân đội.

Sau đây là một số khái niệm về Logistics:

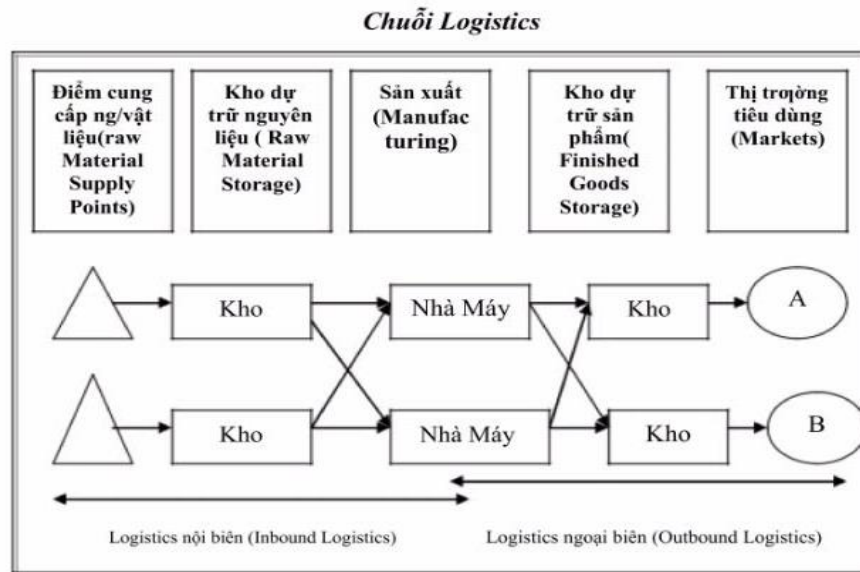
✓ Theo hội đồng quản trị Logistics Mỹ - 1988: Logistics là quá trình lên kế hoạch, thực hiện và kiểm soát hiệu quả, tiết kiệm chi phí của dòng lưu chuyển và lưu trữ nguyên vật liệu, hàng tồn kho, thành phẩm và các thông tin liên quan từ điểm xuất xứ đến điểm tiêu thụ, nhằm mục đích thoả mãn những yêu cầu của khách hàng.

✓ Logistics được Ủy Ban Quản Lý Logistics của Mỹ định nghĩa như sau: 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, cũng như các thông tin tương ứng từ giai đoạn tiền sản xuất cho đến khi hàng hoá đến tay người tiêu dùng cuối cùng để đáp ứng yêu cầu của khách hàng.

Luật Thương Mại Việt Nam năm 2005 không đưa ra khái niệm "Logistics" mà đưa ra khái niệm "dịch vụ Logistics" như sau: Dịch vụ Logistics là hoạt động thương mại, theo đó thương nhân tổ chức thực hiện một hoặc nhiều công đoạn 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 ki mã hiệu, giao hàng và các dịch vụ khác có liên quan đến hàng hóa theo thỏa thuận với khách hàng để hưởng thù lao. (Điều 233 - Luật Thương Mại Việt Nam 2005)

Qua các khái niệm trên đây, chúng ta có thể thấy cho dù có sự diễn đạt khác nhau về từ ngữ diễn đạt, các trình bày nhưng trong nội dung tất cả các tác giả đều cho rằng Logistics là hoạt động quản lý dòng lưu chuyển của nguyên vật liệu từ khâu mua sắm qua quá trình lưu kho, sản xuất ra sản phẩm và phân phối tới tay người tiêu dùng. Mục đích giảm tối đa chi phí phát sinh hoặc sẽ phát sinh với thời gian ngắn nhất trong quá trình vận chuyển của nguyên vật liệu phục vụ quá trình sản xuất cũng như phân phối hàng hóa một cách kịp thời (Just In Time).

➤ Tóm lại chúng ta có thể hiểu Logistics như sau: Logistics là nghệ thuật tổ chức sự vận động của hàng hóa, nguyên vật liệu từ khi mua sắm, qua các quá trình lưu kho, sản xuất, phân phối cho đến khi đưa đến tay người tiêu dùng.



Hình 1. 1 Chuỗi Logistics

(Nguồn: diginet.com.vn)

Inbound Movement of Freight hay còn gọi là "Inbound Logistics" là các hoạt động vận chuyển trong phạm vi công ty. Inbound Logistics là một khái niệm phát triển nhằm tìm kiếm cách thức củng cố mối quan hệ với nhà cung cấp, tăng chất lượng nguồn lực, giảm chi phí và thời gian vận tải, thúc đẩy việc quản lý nguyên vật liệu, và đáp ứng các mục tiêu sản xuất mới là sản phẩm chất lượng cao với giá bán cạnh tranh.

Outbound Movement of Freight chính là "Outbound Logistics" là vận chuyển ngoài công ty. Outbound Logistics là một chuỗi các hoạt động có mối liên hệ chặt chẽ với nhau trong đó bao gồm các hoạt động vận tải nhằm đảm bảo việc giao hàng thành phẩm một cách hiệu quả cho khách hàng. Những hoạt động này bao gồm: Vận tải, phân phối bảo quản hàng hoá, quản lý tồn kho, đóng gói bao bì, phân loại, dân nhân, hay còn gọi là phân phối vật chất.

Việc kết hợp quản lý cả hai hoạt động "Inbound Logistics" và "Outbound Logistics" chính là giai đoạn mới của Logistics. Phương pháp này đã giúp kiểm soát tốt chi phí vận tải, tăng hiệu quả sử dụng của các phương tiện vận tải, đồng thời dẫn đến sự ra đời của việc lập kế hoạch về nhu cầu nguyên vật liệu và sự phổ biến của hệ thống kanban và JIT trong quản lý lưu kho và dự trữ.

★ Lịch sử hình thành và phát triển Logistics

Thuật ngữ Logistics dịch ra tiếng Việt là “Hậu cần”, “Ngành hậu cần” hay “Tiếp vận” hoặc là “Tổ chức dịch vụ cung ứng” hay “Hệ thống phân phối vật chất”. Như đã nói trên, thuật ngữ này là một thuật ngữ quân sự, dùng trong quân đội. Logistics được coi là một nhánh trong nghệ thuật chiến đấu, đó chính là việc vận chuyển và cung cấp lương thực thực phẩm, trang thiết bị... đúng lúc đúng chỗ khi cần thiết cho lực lượng chiến đấu.

Ngày nay thuật ngữ “Logistics” đã được phát triển, mở rộng với nghĩa là quản lý “Management”. Trong khi nghiên cứu lĩnh vực này, tùy theo góc độ tiếp cận các học giả có thể sử dụng các thuật ngữ như: Logistics kinh doanh; Logistics In Bound - Logistics Out Bound; phân phối vật chất; quản lý nguyên vật liệu, kỹ thuật phân phối hay quản lý Logistics thì đây đều là các thuật ngữ diễn tả cùng một chủ đề, đó chính là cái mà chúng ta gọi là Logistics. Logistics diễn tả toàn bộ quá trình vận động của nguyên vật liệu và sản phẩm đi vào - qua và đi ra khỏi doanh nghiệp tới khâu phân phối tới tay người tiêu dùng.

Từ những năm 50 của thế kỷ XX đến nay, công nghiệp và thương mại thế giới trải qua những biến đổi sâu sắc từ nền kinh tế dựa trên cơ sở sản xuất hàng loạt, đòi hỏi một lượng hàng lớn đồng nhất sang nền kinh tế mà tính độc đáo và đa dạng của hàng hóa được nhấn mạnh. Trong buôn bán người bán không nhất thiết là người sản xuất, người mua cũng chưa chắc đã là người tiêu dùng cuối cùng. Quá trình hàng hóa từ tay người sản xuất đến tay người tiêu dùng có thể trải qua nhiều trung gian lần lượt đóng vai trò người bán hay người mua và là một bộ phận của toàn bộ quá trình lưu thông hàng hóa. Tính phong phú của hàng hóa cùng với sự vận động phức tạp của chúng đòi hỏi phải có một sự quản lý chặt chẽ, điều này đã đặt ra cho các nhà sản xuất kinh doanh một yêu cầu mới. Đồng thời để tránh đọng vốn, các nhà sản xuất phải luôn tìm cách duy trì lượng hàng tồn kho nhỏ nhất. Từ những lý do trên yêu cầu hoạt động vận tải nói riêng và lưu thông hàng hóa nói chung phải đảm bảo cho nguyên liệu hàng hóa được cung ứng kịp thời, đúng lúc (Just In Time); mặt khác phải tăng cường vận chuyển với mục tiêu không để hàng trong kho (Zero Stock) nhằm giảm tối đa chi phí phát sinh hoặc sẽ phát sinh trong sản xuất và lưu thông - Logistics trong doanh nghiệp đã ra đời.

Theo nghiên cứu của Ủy Ban Kinh Tế và Xã Hội Châu Á-Thái Bình Dương (Economic and Social Commission for Asia and Pacific ESCAP) của liên hiệp quốc về các giai đoạn phát triển của Logistics, người ta chia thành 3 giai đoạn như sau:

+ Giai đoạn 1: Phân phối vật chất (Physical Distribution)

Vào những năm 60 - 70 của thế kỷ XX, người ta quan tâm tới việc quản lý có hệ thống những hoạt động có liên quan với nhau để đảm bảo việc giao hàng, thành phẩm và bán thành phẩm...cho khách hàng. Những hoạt động đó là vận tải, phân phối, bảo quản, định mức hàng tồn kho, bao bì đóng gói, di chuyển nguyên liệu... Những hoạt động này gọi là phân phối vật chất hay Logistics đầu vào (In Bound Logistics).

+ Giai đoạn 2: Hệ thống Logistics (Logistics System)

Thời kì này khoảng những năm 80-90 của thế kỷ XX, các công ty kết hợp chặt chẽ sự quản lý giữa hai mặt đầu vào (In Bound Logistics) và đầu ra (Out Bound Logistics) để giảm tối đa chi phí. Như vậy sự kết hợp chặt chẽ giữa cung ứng nguyên liệu cho sản xuất với phân phối sản phẩm tới tay người tiêu dùng đã đảm bảo sự ổn định và tính liên tục của các luồng vận chuyển, sự kết hợp này được mô tả là hệ thống Logistics.

+ Giai đoạn 3: Quản lý dây chuyền cung cấp (Supply Chain Management)

Giai đoạn diễn ra từ những năm 90 của thế kỷ XX cho đến nay. Quản lý dây chuyền cung cấp - đây là khái niệm có tính chiến lược về quản lý dây nối tiếp các hoạt động từ người cung ứng - đến nhà sản xuất - đến khách hàng cùng với các dịch vụ làm tăng thêm giá trị sản phẩm như cung cấp chứng từ liên quan, theo dõi, kiểm tra... Khái niệm này coi trọng đối tác, phát triển đối tác, kết hợp giữa doanh nghiệp sản xuất kinh doanh với người cung ứng, khách hàng cũng như những người có liên quan tới hệ thống quản lý như công ty vận tải, lưu kho và những cung cấp công nghệ thông tin.

ESCAP cũng định nghĩa quản lý dây chuyền cung ứng (Supply Chain Management) và Logistics là “ khái niệm đồng bộ hóa những hoạt động của nhiều tổ chức trong dây chuyền Logistics và phản ánh trở lại những thông tin cần thiết dùng thời gian, bằng cách sử dụng mạng lưới công nghệ thông tin và truyền thông kỹ thuật số”.

➤ Như vậy Logistics được phát triển từ việc áp dụng các kỹ năng “Tiếp cận”, “Hậu cần” trong quân đội để giải quyết những vấn đề phát sinh trong thực tế sản xuất - kinh doanh và cho đến nay được hoàn thiện trở thành hệ thống quản lý mang hiệu quả kinh tế cao.

1.1.1.2 Nguyên nhân ra đời và sự phát triển của Logistics trong doanh nghiệp

Trong chiến tranh, đặc biệt là chiến tranh thế giới thứ II, rất nhiều kỹ năng về Logistics được biết đến nhưng lại bị lãng quên trong hoạt động kinh tế thời hậu chiến vì lúc này sự chú ý của các nhà quản trị Marketing đang hướng về việc đáp ứng những nhu cầu hàng hóa sau chiến tranh. Phải đến thời kỳ suy thoái kinh tế và những năm 50 của thế kỷ XX thì họ mới bắt đầu nghiên cứu mạng phân phối vật chất. Cuộc khủng hoảng kinh tế thế giới 1958 và việc thu hẹp lợi nhuận đã thúc đẩy các doanh nghiệp tìm kiếm các hệ thống để quản lý chi phí hiệu quả hơn. Và hầu như đồng thời rất nhiều doanh nghiệp nhận ra rằng "phân phối vật chất" và "Logistics" là những vấn đề chưa được nghiên cứu kỹ và thực sự kết hợp với nhau để kiểm soát và giảm tối đa chi phí. Qua nghiên cứu thực tế, các doanh nghiệp đều cho rằng:

– Thứ nhất, chi phí vận tải tăng nhanh. Các phương thức phân phối truyền thống ngày càng đắt đỏ hơn, kiểm soát chi phí vận tải càng cần thiết hơn do giá nhiên liệu tăng vọt. Vận tải lúc này không thể coi là một nhân tố ổn định trong kinh doanh của doanh nghiệp nữa. Như vậy thực tế đòi hỏi cần phải có nghệ thuật quản lý ở cấp độ cao hơn để can thiệp vào những lĩnh vực liên quan đến vận tải cả trong lĩnh vực chính sách cũng như quá trình thực hiện.

– Thứ hai, hiệu quả trong sản xuất đã đạt tới đỉnh cao, vì vậy khó có thể tìm thêm những biện pháp nhằm tiết kiệm hơn nữa những chi phí từ sản xuất, nói cách khác là chi phí trong sản xuất đã được gạn lọc một cách tối đa. Vì vậy muốn tối ưu hóa quá trình sản xuất vật chất các doanh nghiệp phải tìm kiếm một giải pháp khác - “phân phối vật chất” và “Logistics”, lĩnh vực hầu như chưa được khai phá.

– Thứ ba, trong nhận thức của doanh nghiệp của các doanh nghiệp đã có sự thay đổi cơ bản về nguyên lý trữ hàng. Có thời kỳ các nhà bán lẻ nắm giữ khoảng một nửa lượng hàng thành phẩm, nửa còn lại các nhà bán buôn và nhà sản xuất nắm giữ. Vào những năm 50 của thế kỷ XX, nhiều kỹ thuật kiểm soát hàng tồn kho đã

được áp dụng, đặc biệt trong kinh doanh hàng tạp hóa, đã làm giảm lượng hàng hóa trong kho, thay đổi tỷ lệ năm giữ hàng hóa của nhà bán lẻ xuống còn 10%, còn các nhà phân phối và sản xuất năm giữ 90%.

- Thứ tư, các ngành hàng sản xuất gia tăng nhanh chóng. Đây là kết quả trực tiếp nguyên lý cơ bản của Marketing "cung cấp cho khách hàng những sản phẩm cụ thể mà họ yêu cầu".

- Thứ năm, công nghệ thông tin đã tạo nên sự thay đổi lớn trong sản xuất - kinh doanh của doanh nghiệp. Việc quản lý cách thức thực hành Logistics đòi hỏi phải có một khối lượng lớn chi tiết và dữ liệu. Công nghệ thông tin mà cụ thể là máy vi tính đã giúp hiện thực hóa khái niệm "phân phối vật chất" và "Logistics".

- Thứ sáu, yếu tố này cũng liên quan đến sự gia tăng của việc sử dụng máy vi tính, bởi vì cho dù doanh nghiệp không dùng máy vi tính thì các nhà cung cấp và khách hàng của họ cũng vẫn sử dụng. Điều này tạo cho doanh nghiệp nhận thấy được một cách có hệ thống chất lượng của các dịch vụ mà họ nhận được từ các nhà cung cấp. Dựa trên sự phân tích này, nhiều doanh nghiệp đã xác định được nhà cung cấp nào thường xuyên cung cấp các dịch vụ có chất lượng dưới mức tiêu chuẩn. Nhiều doanh nghiệp nhận thấy sự cần thiết phải nâng cấp hệ thống phân phối của mình. Và khi các doanh nghiệp chuyên sang áp dụng hệ thống JIT (Just In Time) thì họ cũng đặt ra cho các nhà cung cấp một yêu cầu rất chính xác về vận chuyển nguyên vật liệu hoặc giao hàng.

1.1.1.3 Đặc điểm, vai trò và tác dụng của Logistics

★ Đặc điểm

Logistics là một quá trình chứ không phải là một hoạt động riêng lẻ. Để đưa hàng hoá và các yếu tố sản xuất từ nhà cung cấp đến người tiêu dùng cuối cùng một cách có hiệu quả các nhà cung cấp dịch vụ Logistics phải tổ chức thực hiện một chuỗi hoạt động liên tục có quan hệ hữu cơ với nhau: Từ nghiên cứu, lập kế hoạch, tổ chức, quản lý, kiểm tra, kiểm soát và hoàn thiện các mục tiêu, chính sách và các nghiệp vụ của mình. Mỗi khâu của quá trình Logistics có những đặc trưng cơ bản song các khâu có tác động qua lại, liên quan mật thiết với nhau, hiệu quả ở khâu này làm tiền đề cho việc triển khai hoạt động ở các khâu tiếp theo và ảnh hưởng chung của toàn hệ thống.

✓ Chủ thể tham gia vào quá trình Logistics là những người có nhu cầu lưu trữ và vận chuyển tài nguyên và hàng hoá phục vụ quá trình tiêu dùng cũng như kinh doanh sản xuất. Các chủ thể tham gia vào hệ thống Logistics chia làm hai bộ phận: Bộ phận những người sử dụng dịch vụ Logistics (Shipper Community) bao gồm: nhà cung ứng - nhà sản xuất - người bán buôn, bán lẻ - người tiêu dùng cuối cùng, và bộ phận những người cung cấp dịch vụ Logistics (Logistics Services Provide) là những tổ chức cung cấp dịch vụ vận tải, dịch vụ phân phối và các dịch vụ khác có liên quan.

✓ Đối tượng tác động của hệ thống Logistics là các yếu tố đầu vào của quá trình sản xuất và các sản phẩm đầu ra của quá trình sản xuất đó - gọi chung là nguồn tài nguyên. Các yếu tố đầu vào có thể là các yếu tố hữu hình như vật tư, hàng hoá, nguyên nhiên phụ liệu, bán thành phẩm... cũng có thể là các yếu tố vô hình như vốn, công nghệ, nguồn nhân lực, thông tin...

✓ Bản chất của quá trình Logistics chính là quá trình tối ưu hoá về vị trí (chọn và bố trí mạng lưới cơ sở hạ tầng) và hoạch định lưu chuyển hàng hoá, tài nguyên, nhằm đáp ứng nhu cầu của khách hàng một cách tối ưu trong tương quan với tiềm lực của doanh nghiệp. Logistics giải quyết các câu hỏi trong quá trình sản xuất kinh doanh như lấy các nguồn tài nguyên ở đâu? Đưa các tài nguyên đi đâu?

Đưa đi bằng cách nào ? Đặt các cơ sở sản xuất, các trạm trung chuyển, các trung tâm phân phối như thế nào? Thiết lập mạng lưới ra sao thì hiệu quả? Đó chính là những vấn đề các doanh nghiệp phải đối mặt thường xuyên, cũng là những vấn đề mang tính chiến lược quyết định đến sự thành bại của sản xuất kinh doanh.

✓ Mục đích của quá trình Logistics là đưa hàng hoá và dịch vụ từ điểm xuất phát tới đích đến một cách có hiệu quả và đáp ứng được nhu cầu của khách hàng. Quá trình Logistics bắt nguồn từ việc kết nối kết các nhà cung ứng với các nhà sản xuất và kéo dài ít nhất cho tới khi sản phẩm của nhà sản xuất tới tay người tiêu dùng cuối cùng thông qua mạng lưới cung ứng và mạng lưới phân phối nhiều dạng. Logistics hướng tới mục tiêu lưu chuyển hàng hoá an toàn, rút ngắn khoảng cách thời gian và không gian, tiết kiệm chi phí, gia tăng giá trị sản phẩm, nâng cao năng lực của doanh nghiệp và cải thiện tính hiệu quả của toàn bộ nền kinh tế. Như vậy có thể nói rằng “Logistics chính là một

lĩnh vực khoa học, đồng thời cũng là nghệ thuật kiểm soát và quản trị dòng lưu chuyển của hàng hoá, các nguồn tài nguyên và hệ thống thông tin".

Nhận thấy được tầm quan trọng của Logistics, ngày nay dịch vụ này thực sự đã trở thành một lĩnh vực phát triển với rất nhiều thành tựu. Được áp dụng mở rộng từ lĩnh vực quân sự, khi chuyển sang lĩnh vực Logistics thường được nghiên cứu cùng với một số khái niệm liên quan như Logistics với dây chuyền cung ứng, Logistics với giao nhận vận tải, Logistics với vận tải đa phương thức... đôi khi người ta rất khó phân biệt các khái niệm này. Dây chuyền cung ứng là một mạng lưới lưu chuyển vật tư, hàng hoá, thông tin và tiền tệ giữa các tổ chức. Khi nói đến dây chuyền cung ứng người ta đề cập đến những chủ thể tham gia vào quá trình vận chuyển hàng hoá và dịch vụ, đề cập đến mạng lưới cơ sở hạ tầng (như nhà xưởng, kho bãi, cảng, các trung tâm phân phối...), hệ thống phương tiện vận tải và hệ thống thông tin; còn Logistics chính là các dịch vụ được triển khai để kích hoạt hoạt động dây chuyền cung ứng đó, bao gồm: dịch vụ khách hàng, quản lý dự trữ, quản trị cung ứng, dịch vụ vận tải và lưu trữ hàng hóa. Logistics không đồng nhất với khái niệm giao nhận vận tải. Vận tải giao nhận nằm trong hệ thống Logistics (chiếm tới hơn 30% chi phí toàn bộ hoạt động Logistics). Trong chuỗi các hoạt động Logistics nêu trên, việc kết nối hàng hóa và các yếu tố sản xuất từ điểm này tới các điểm khác của dây chuyền cung ứng thuộc về chức năng của giao nhận vận tải. Hệ thống Logistics và kết cấu của dây chuyền cung ứng tương quan với yêu cầu sản xuất kinh doanh của từng doanh nghiệp. Ở Việt Nam hiện nay khi nói tới Logistics người ta chỉ chú tâm tới khâu vận chuyển và lưu trữ hàng hóa chứ chưa có một sự chú ý cần thiết đến toàn bộ quá trình cung ứng ngay từ giai đoạn cung cấp đầu vào cho quá trình sản xuất, vì vậy khái niệm Logistics dễ bị đồng nhất với các hoạt động diễn ra trong ngành giao nhận vận tải. Trên thực tế Logistics không chỉ bao gồm kho và vận mà là cả một hệ thống phức tạp gồm nhiều dịch vụ tổng hợp.

Một chuỗi dây chuyền cung ứng là một chu trình được liên kết với nhau: từ khi nguyên vật liệu, phụ tùng, máy móc và bán thành phẩm, dịch vụ, thông tin được chuyển qua các nhà máy sản xuất chế biến để tạo ra những sản phẩm, những sản phẩm này được đóng gói và đưa ra thị trường qua những trung tâm phân phối, mỗi sản phẩm đều được phân phối qua các nhà bán lẻ hoặc đến trực tiếp người tiêu dùng.

★ Vai trò

Những năm cuối của thế kỷ XX và bước vào thế kỷ XXI, kinh tế thế giới có nhiều biến đổi sâu sắc, đặc biệt là xu hướng toàn cầu hóa các hoạt động kinh tế quốc tế, vai trò của Logistics hết sức quan trọng. Vai trò của Logistics thể hiện như sau:

✓ Logistics là công cụ liên kết các hoạt động kinh tế quốc tế như cung cấp, sản xuất, lưu thông phân phối, mở rộng thị trường cho các hoạt động kinh tế.

Khi thị trường toàn cầu phát triển với các tiến bộ công nghệ, đặc biệt là việc mở cửa thị trường ở các nước đang và chậm phát triển, Logistics được các nhà quản lý coi như là công cụ, một phương tiện liên kết các lĩnh vực khác nhau của chiến lược doanh nghiệp. Logistics tạo ra sự hữu dụng về thời gian và địa điểm cho các hoạt động của doanh nghiệp. Logistics có 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.

Kể từ thập kỷ 70 của thế kỷ XX, liên tiếp các cuộc khủng hoảng năng lượng buộc các doanh nghiệp phải quan tâm tới chi phí, đặc biệt là chi phí vận chuyển. Các giai đoạn lãi suất ngân hàng cao cũng khiến các doanh nghiệp nhận thức sâu sắc hơn về vốn, vì vốn bị đọng lại do việc duy trì hàng tồn kho. Vì vậy muốn tối ưu hóa quá trình sản xuất phải cắt giảm tất cả các chi phí không chỉ trong hoạt động sản xuất mà cả trong các lĩnh vực khác như vận tải, lưu kho phân phối hàng hóa. Làm thế nào để cắt giảm được những chi phí này trong chu trình lưu chuyển của sản xuất kinh doanh. Tất cả các hoạt động này chỉ có thể kiểm soát được bằng hệ thống Logistics tiên tiến có thể sử dụng công nghệ thông tin hiện đại.

✓ Logistics đóng vai trò hỗ trợ nhà quản lý ra quyết định chính xác trong hoạt động sản xuất kinh doanh.

Mục đích sản xuất kinh doanh là lợi nhuận. Muốn đạt được lợi nhuận như mong muốn phải đưa ra được phương án sản xuất kinh doanh tối ưu. Nhưng quá trình thực hiện, người sản xuất kinh doanh còn phải đối mặt với nhiều yếu tố khách quan cũng như chủ quan, để giải quyết được phải có cơ sở để đưa ra những quyết định chính xác. Nguồn nguyên liệu cung ứng ở đâu, thời gian nào, phương tiện vận tải nào sẽ được lựa chọn để

vận chuyển, địa điểm kho chứa nguyên liệu, hàng hóa... tất cả những vấn đề này muốn giải quyết có hiệu quả không thể thiếu được vai trò của Logistics. Logistics cho phép người quản lý kiểm soát và ra quyết định chính xác những vấn đề như vật liệu cung ứng, phương thức vận chuyển... để giảm tối đa chi phí phát sinh đảm bảo hiệu quả trong sản xuất kinh doanh.

✓ Logistics đóng vai trò quan trọng trong việc thay đổi và hoàn thiện dịch vụ vận tải giao nhận, đảm bảo yếu tố đúng thời hạn - địa điểm (Just In Time - JIT)

Quá trình toàn cầu hóa kinh tế đã làm cho hàng hóa và sự vận động của chúng phong phú và phức tạp hơn, đòi hỏi sự quản lý chặt chẽ, đặt ra yêu cầu mới đối với dịch vụ vận tải giao nhận. Đồng thời để tránh đọng vốn, các doanh nghiệp tìm cách duy trì một lượng hàng trong kho nhỏ nhất. Kết quả là hoạt động vận tải giao nhận duy trì một lượng hàng trong kho nhỏ nhất. Kết quả là hoạt động vận tải giao nhận nói riêng và lưu thông phân phối nói chung, một mặt phải đảm bảo yêu cầu giao hàng kịp thời đúng lúc (JIT), mặt khác phải tăng cường vận chuyển thực hiện mục tiêu không để hàng tồn kho. Để đáp ứng yêu cầu này, giao nhận vận tải phải nhanh, thông tin kịp thời chính xác và sự ăn khớp giữa các quá trình trong vận chuyển giao nhận. Mặt khác, sự phát triển mạnh mẽ của tin học, cho phép kết hợp chặt chẽ các quá trình cung ứng, sản xuất, lưu kho hàng hóa, tiêu thụ với hoạt động vận tải giao nhận có hiệu quả hơn, nhanh chóng hơn và đồng thời phức tạp hơn. Nó cho phép người giao nhận vận tải nâng cao chất lượng dịch vụ đối với khách hàng. Phát triển các dịch vụ truyền thống càng cao bao nhiêu, người vận tải giao nhận càng có khả năng đáp ứng yêu cầu thị trường và mở rộng thị trường bấy nhiêu.

Logistics cho phép các nhà kinh doanh vận tải giao nhận cung cấp các dịch vụ đa dạng, phong phú hơn ngoài dịch vụ giao nhận vận tải đơn thuần.

Logistics là sự phối hợp, gắn kết các hoạt động, các khâu trong dòng lưu chuyển của hàng hóa qua các giai đoạn cung ứng - sản xuất - lưu thông phân phối. Vì vậy lúc này người kinh doanh dịch vụ giao nhận vận tải không chỉ đơn thuần là người giao nhận vận chuyển nữa mà thực tế họ đã tham gia cùng với người sản xuất đảm nhận thêm các khâu liên quan đến quá trình sản xuất và lưu thông hàng hóa như: lắp ráp, đóng gói, gom hàng, xếp hàng, cung cấp hàng hóa, lưu trữ hàng hóa, xử lý thông tin... thậm chí cả

những hoạt động khác trong quá trình sản xuất như cung cấp thông tin hay tạo ra những sản phẩm phù hợp cho các thị trường cụ thể hay quốc gia...

Hoạt động vận tải giao nhận thuần túy đã dần dần chuyển sang hoạt động tổ chức toàn bộ dây chuyền phân phối vật chất và trở thành một bộ phận khăng khít của chuỗi mắt xích “cung - cầu”. Xu hướng đó không những đòi hỏi phải phối hợp liên hoàn tất cả các phương thức vận tải (dịch vụ vận tải đa phương thức) mà còn phải kiểm soát được các lượng thông tin, luồng hàng hóa... Chỉ khi tối ưu được quá trình này mới giải quyết được vấn đề đặt ra là vừa tăng lợi nhuận cho các doanh nghiệp sản xuất hàng hóa vừa làm tăng lợi nhuận cho các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận tải giao nhận, đảm bảo được lợi ích chung.

❖ Một ví dụ về vai trò của Logistics trong hoạt động kinh doanh của Công ty Shinhan Vina

Công ty chuyên sản xuất, gia công các mặt hàng may mặc xuất khẩu vào Mỹ và EU, công ty nhập khẩu vải và nguyên phụ liệu từ Trung Quốc, Hồng Kông, Đài Loan... và Xuất khẩu hàng thành phẩm sang Mỹ, Đức, Italia... Do quy mô công ty tương đối lớn, đơn hàng may mặc của công ty dài từ năm này qua năm khác, số lượng hàng hoá xuất nhập khẩu lớn nên chi phí xuất nhập khẩu chiếm một phần đáng kể. Vì thế giảm thiểu chi phí xuất nhập khẩu là nhiệm vụ đặt ra đầu tiên. Có thể đưa ra hai trường hợp điển hình là: Khi công ty sử dụng dịch vụ Logistics và không sử dụng dịch vụ Logistics

– Các chi phí phát sinh trong một lô hàng nhập khẩu:

+1X20'DC nhập khẩu từ Shanghai về Hải Phòng bằng đường biển, thời gian vận chuyển thường là 7 ngày, các chi phí phát sinh như: Làm thủ tục khai báo Hải quan: 80.000VND; Phí DO: 200000VND; phí THC : 975120VND; phí vệ sinh Container: 16500VND; phí nâng hạ: 325000VND; phí hạ Container: 105000VND; Phí Hải quan kiểm hóa: 250000VND; Phí vận chuyển 1 Container 20'DC từ Hải Phòng về kho công ty: 3200000VND, Phí bốc xếp xuống kho: 3500000VND, Tổng : 5.501.125VND (chưa tính chi phí vận hành văn phòng và thiết bị ở Hải Phòng)

+Ngoài ra công ty còn phải thành lập văn phòng ở Hải Phòng, có bộ máy cán bộ nhân viên để làm các thủ tục xuất nhập khẩu nên phát sinh nhưng chi phí

thuê văn phòng, trả thêm lương cho nhân viên. Công ty còn phải đầu tư các phương tiện chuyên chở, thiết bị, kho bãi... dẫn đến chi phí phát sinh rất lớn.

➤ Điều này có thể giải quyết khi công ty sử dụng dịch vụ của công ty Logistics. Công ty Logistics đảm nhiệm các hoạt động từ làm thủ tục Hải quan đến vận chuyển, bốc xếp đến kho công ty nên chi phí và thời gian giảm rất nhiều cụ thể đối với chi phí 1X20'DC với tổng chi phí trọn gói là : 4125000VND vậy công ty tiết kiệm được 1376125VND, mỗi tháng công ty nhập khẩu trung bình 200 lô hàng nhập thì có thể lợi ích từ khi công ty sử dụng dịch vụ này, ngoài ra công ty còn được sử dụng dịch vụ từ một công ty chuyên nghiệp, rút ngắn thời gian chủ động trong quá trình sản xuất. Công ty còn sử dụng dịch vụ cho hàng hoá xuất khẩu, từ vận chuyển nguyên vật liệu, đóng gói, dán nhãn, lưu kho, vận chuyển thành phẩm, bốc xếp, làm thủ tục hàng xuất, nâng hạ, vận chuyển bằng đường không và đường biển và các dịch vụ gia tăng của công ty Logistics.

★ Tác dụng

Trong xã hội, mục đích sản xuất là để phục vụ tiêu dùng. Nhưng ở thời đại ngày nay với sự phát triển của khoa học kỹ thuật đặc biệt là công nghệ thông tin đã làm cho quá trình toàn cầu hóa, quốc tế hóa diễn ra mạnh mẽ, sâu sắc hơn. Khoảng cách về không gian giữa sản xuất và tiêu dùng ngày càng xa dần và mở rộng, dịch vụ Logistics có tác dụng rất lớn đối với sản xuất, phân phối vật chất của xã hội Tác dụng của Logistics được thể hiện trên các mặt sau:

✓ Dịch vụ Logistics góp phần nâng cao hiệu quản lý, giảm thiểu chi phí trong sản xuất, tăng cường sức mạnh 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.

✓ Logistics phát triển góp phần mở rộng thị trường trong buôn bán quốc tế.

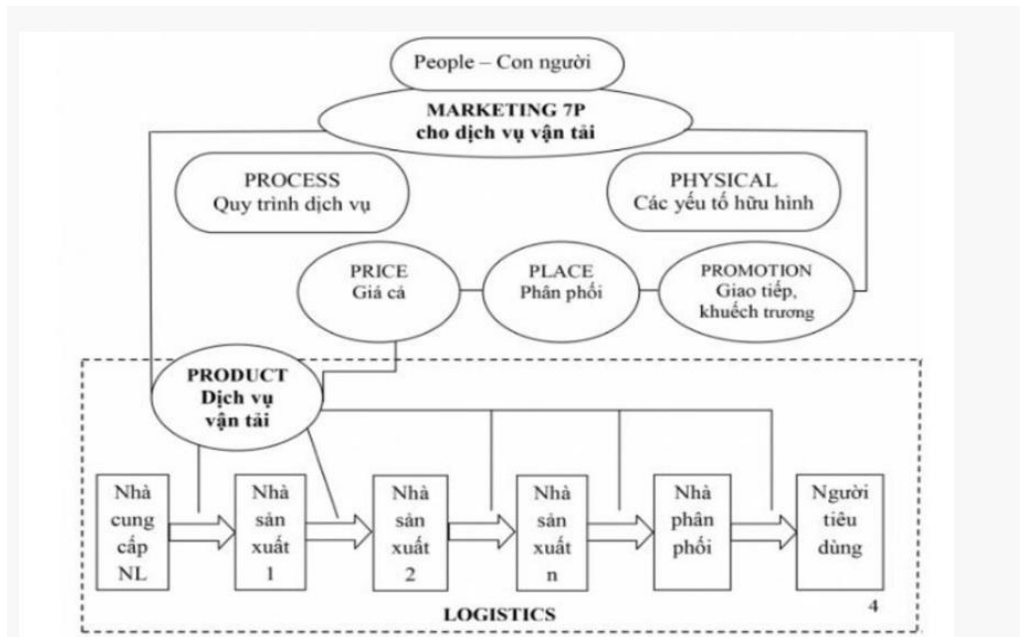
✓ Dịch vụ Logistics phát triển góp phần giảm chi phí, hoàn thiện và tiêu chuẩn hóa chứng từ trong kinh doanh đặc biệt trong buôn bán và vận tải quốc tế.

❖ Một ví dụ về tác dụng của Logistics trong hoạt động kinh doanh của Công ty Shinhan Vina

Công ty nhập khẩu chủ yếu Vải và nguyên phụ liệu từ Trung Quốc (Shanghai, QingDao), do các đơn hàng may mặc thường rất có nhiều mã hàng và thời gian giao hàng rất chặt nên việc nguyên phụ liệu và vải giao đúng tiến độ cung là vấn đề lớn, làm sao hàng nhập về thời gian nhanh nhất và chi phí thấp nhất. Nguyên phụ liệu và vải thường được sản xuất từ các nhà cung cấp khác nhau, giao hàng vào các thời điểm khác nhau nên việc nhận hàng đồng bộ và cùng thời điểm là rất khó, nên thường xảy ra tình trạng các nhà cung cấp thường chia các lô hàng để xuất nên phát sinh chi phí rất lớn, vì khi tách thành từng bộ chứng từ thì kéo theo các chi phí phát sinh của bộ chứng từ đó như DO, Handling, THC, Hải quan..., điều đó được giải quyết khi công ty thuê công ty Logistics tổ chức gom hàng thành những lô hàng chỉ sử dụng một bộ chứng từ, người nhận hàng hoá đồng bộ một thời điểm, giảm chi phí phát sinh, giảm được thời gian sản xuất:

Ví dụ: Ngày 20/02/07 công ty nhận được 6 bộ chứng từ nhập từ Qingdao, mặc dù hàng hoá kia cùng một đơn hàng, nhưng phía đối tác lại tách thành 6 bộ chứng từ làm phát sinh chi phí DO, Handling, THC... là 500USD, nếu có một công ty Logistics đứng ra gom hàng thì chỉ sử dụng một bộ chứng từ duy nhất, giảm thiểu chi phí thời gian và chi phí làm hàng đảm bảo tiến độ sản xuất cũng như giao hàng của doanh nghiệp.

1.1.1.4 Các yếu tố cơ bản của Logistics



Hình 1. 2 Mối liên hệ giữa marketing 7P và dịch vụ vận tải, Logistics

(Nguồn: Marketing với doanh nghiệp vận tải (Nguyễn Hữu Hà, 2008))

Hệ thống cung ứng, phân phối vật chất hay còn gọi là "Logistics" là nghệ thuật quản lý sự vận động của nguyên vật liệu và thành phẩm từ nơi sản xuất đến nơi tiêu thụ cuối cùng. Nói cách khác, Logistics là nghệ thuật quản lý dòng lưu chuyển nguyên vật liệu, hàng hóa kể từ khi mua sắm, qua các quá trình lưu kho, sản xuất, phân phối cho đến khi đưa đến tay người tiêu dùng. Từ quan niệm về trên cho thấy Logistics bao gồm rất nhiều yếu tố, các yếu tố này tạo thành chuỗi Logistics (Chain Logistics). Các yếu tố Logistics bao gồm các hoạt động hay các nguồn lực đại diện cho đầu vào của hệ thống Logistics. Các yếu tố này khi được liên kết trong một thể thống nhất và hài hòa thì sẽ hỗ trợ cho các mục tiêu mà doanh nghiệp đặt ra thành công. Doanh nghiệp tồn tại và hoạt động không thể độc lập bằng cách tự cung tự cấp mà phải chịu sự ràng buộc của nhiều mối quan hệ. Mô hình doanh nghiệp được định hình và điều tiết bởi luật lệ và quy định do hệ thống chính trị xây dựng nên. Còn sản phẩm, giá cả sản phẩm và thị trường của doanh nghiệp lại chịu ảnh hưởng của hệ thống công nghiệp sản xuất, lưu thông nơi doanh nghiệp hoạt động. Việc cung ứng nguyên vật liệu và phân phối thành sản phẩm lại chịu sự chi phối và kiểm soát của hệ thống giao nhận vận tải. Việc xây dựng nhà xưởng, kho tàng mới hay tăng vốn hoạt động của doanh nghiệp lại chịu sự tác động của

hệ thống tài chính... Như vậy nhà quản trị Logistics phải nhận thức và thấy rõ những mối quan hệ ràng buộc này và hành động sao cho những tác động thực tế cũng như tiềm năng của mỗi yếu tố Logistics trong chuỗi Logistics không bị phủ nhận lẫn nhau. Sau đây là những yếu tố cơ bản của Logistics:

★ Yếu tố vận tải

–Trong các yếu tố cấu thành chuỗi Logistics thì vận tải là khâu quan trọng nhất. Chi phí vận tải thường chiếm tới hơn 1/3 tổng chi phí của Logistics. Muốn giảm chi phí của Logistics phải giảm chi phí khâu giao nhận vận tải từ nơi sản xuất tới nơi tiêu thụ khác nhau trên thị trường.

–Việc vận tải phải đảm bảo cung ứng nguyên vật liệu cho sản xuất kịp thời, đúng lúc và phải đảm bảo thời gian giao hàng đúng thời hạn. Từ đó giảm đến mức thấp nhất chi phí, thiệt hại do lưu kho, tồn đọng sản phẩm (Inventory Costs) để làm giảm chi phí Logistics nói chung Vận tải là yếu tố rất cần và không thể thiếu được trong Logistics, yêu cầu này xuất phát từ xu hướng chuyên môn hóa trong hoạt động sản xuất kinh doanh của xã hội.

–Khi một doanh nghiệp thu hẹp phạm vi hoạt động của mình vào một hay một nhóm sản phẩm có liên quan thì doanh nghiệp đó ngày càng phụ thuộc vào môi trường bên ngoài. Mỗi thành viên của hệ thống công nghiệp, từ doanh nghiệp nhỏ nhất tới những tập đoàn hùng mạnh nhất, đều phải dựa vào các doanh nghiệp khác cung cấp nguyên vật liệu cần thiết cho hoạt động của mình. Vận tải là người cung cấp các phương tiện, dịch vụ nhằm di chuyển nguồn nguyên liệu đó từ nơi cung cấp tới nơi doanh nghiệp cần. Tại đó, nguyên vật liệu được sản xuất, chế biến thành sản phẩm và vận tải một lần nữa làm công việc cung cấp hệ thống phân phối vật chất cho sản phẩm.

→ Như vậy, vận tải đảm nhận việc di chuyển nguyên vật liệu vào trong doanh nghiệp sau đó phân phối sản phẩm từ doanh nghiệp ra thị trường đã tạo thành một vòng tuần hoàn trong hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Trong sản xuất kinh doanh, một doanh nghiệp khó có thể tự mình thoả mãn nhu cầu về vận tải giao nhận, trên thực tế, nhu cầu này phổ biến do người vận tải giao nhận đáp ứng. Người cung cấp dịch vụ vận tải giao nhận hoạt động hoàn toàn độc lập đáp ứng nhu cầu vận chuyển nguyên vật liệu vào doanh nghiệp hay thành phẩm ra khỏi doanh nghiệp. Người kinh doanh vận tải giao nhận hoạt động hoàn toàn độc lập cho nên

cũng độc lập trong việc thu lợi nhuận từ việc cung cấp các dịch vụ theo yêu cầu của các doanh nghiệp. Người kinh doanh dịch vụ vận tải giao nhận chuyên cung cấp các dịch vụ cho các doanh nghiệp được gọi là nhà trung gian chuyên nghiệp. Một kênh Logistics có thể được tạo bởi một số nhà trung gian chuyên nghiệp như người giao nhận (Freight Forwarders); Người kinh doanh vận tải công cộng không có tàu (Non Vessel Operating Common Carrier - NVOCC) ; Các công ty quản lý xuất khẩu (Export Management Companies - EMCs); Các công ty thương mại xuất khẩu hoặc môi giới hải quan... và sự thành bại của mỗi nhà trung gian chuyên nghiệp được quyết định bởi sự thành bại của toàn bộ kênh Logistics. Vận tải có thể ảnh hưởng lớn đến vị trí của doanh nghiệp trong phương án sản xuất kinh doanh. Ví dụ, sự thuận tiện trong vận chuyển đường sắt, đường bộ có thể cho phép doanh nghiệp lựa chọn xây dựng nhà máy ở nơi xa nguồn nguyên liệu hoặc hệ thống phân phối sản phẩm cũng có tác động tới việc lựa chọn vị trí của doanh nghiệp.

→ Nếu doanh nghiệp có một kênh phân phối với chi phí thấp nhất và các kênh Logistics hiệu quả thì lựa chọn vị trí của doanh nghiệp sẽ không bị ảnh hưởng nhiều bởi thị trường mà doanh nghiệp phục vụ. Qua phân tích trên đây chúng ta có thể nói vận tải giao nhận là yếu tố cơ bản của Logistics và là bộ phận có vai trò quan trọng trong hoạt động của chuỗi Logistics.

★ Yếu tố Marketing

– Marketing cũng là một yếu tố cơ bản của Logistics. Như đã đề cập ở phần trên: "Logistics là một phần của quá trình cung ứng hàng hóa, theo đó lên kế hoạch, thực hiện và kiểm soát một cách có hiệu quả luồng hàng và việc cất trữ hàng hóa và các thông tin có liên quan từ giai đoạn khởi đầu cho tới khi tiêu thụ nhằm đáp ứng yêu cầu của khách hàng". Như vậy điều quan trọng ở khái niệm này có thể thấy, tất cả các hoạt động cuối cùng đều tập trung vào khách hàng - khách hàng là "thượng đế".

– Vì vậy trong Logistics điểm được nhấn mạnh nằm ở dịch vụ hiệu quả dành cho khách hàng. Việc chuyển hướng sang nền kinh tế thị trường, nơi khách hàng là "thượng đế" là một cuộc cách mạng lớn trong sản xuất kinh doanh. Trước những năm 50 của thế kỷ XX, người ta áp dụng triết lý hướng về sản xuất, tức là tập trung chủ yếu vào khả năng sản xuất và bán sản phẩm của doanh nghiệp, khách hàng thời gian này chỉ được coi là nơi chứa hàng. Song tới giai đoạn thị trường có nhiều hàng hóa và cạnh

tranh gay gắt giữa những loại hàng hóa có thể thay thế cho nhau đã làm thay đổi tư duy về Marketing.

– Việc chuyển sang tư duy về Marketing là một triết lý mới trong kinh doanh, nó đòi hỏi doanh nghiệp phải điều tra về thị trường, nhu cầu thị trường cần gì ? bao nhiêu?... để có kế hoạch sản xuất và cung cấp sản phẩm đáp ứng nhu cầu thị trường. "Bán cho khách hàng cái mà họ cần" đã trở thành phương châm kinh doanh mới. Phương thức kinh doanh hướng tới thị trường đã tạo nên những thử thách mới đối với các nhà quản lý. Phương thức này đòi hỏi các nhà quản lý phải biết đâu là thị trường của doanh nghiệp; tạo ra tư duy về dịch vụ khách hàng hiệu quả ; giúp việc đưa đúng sản phẩm tới đúng nơi cần vào thời điểm thích hợp với mức giá phải chăng; thiết lập nhu cầu phải có kênh phân phối để tối đa hóa lượng hàng bán ra với mức giá hợp lý cũng như sự hỗ trợ đối với sản phẩm sau khi chuyển giao quyền sở hữu.

→ Từ đây ta có thể thấy vai trò của Marketing trong chuỗi dây chuyền Logistics. Doanh nghiệp hướng vào thị trường sẽ sử dụng các nghiên cứu về thị trường để đảm bảo sản phẩm nào đó có tiềm năng được khách hàng ưa thích. Logistics là một chức năng cơ bản trong doanh nghiệp, có vai trò quan trọng trong quá trình khách hàng tiếp cận, chấp nhận và tin tưởng sản phẩm của doanh nghiệp. Logistics lúc đầu được coi là yếu tố "địa điểm - Place" trong 4 chữ P của Marketing Mix - để đảm bảo rằng hàng hóa đến đúng địa điểm kịp thời và trong điều kiện tốt. Nhưng thực tế hiện nay Logistics còn có liên hệ mật thiết với 3P còn lại.

★ Yếu tố phân phối

– Phân phối là một yếu tố cơ bản không thể thiếu được trong chuỗi dây chuyền của Logistics. "Phân phối" là một khái niệm phản ánh sự di chuyển hàng hóa của một doanh nghiệp (người sản xuất, người kinh doanh hay bất kỳ một người có hàng hóa nào khác). Nó bao gồm sự di chuyển của hàng hóa giữa các phương tiện khác nhau, qua biên giới của một hay nhiều nước, qua nhiều địa điểm khác nhau, trong đó sự phối hợp các hoạt động và các chức năng khác nhau được nhân mạnh nhằm mục đích loại bỏ các gián đoạn trong hành trình liên tục của hàng hóa từ giai đoạn sản xuất đến khi hàng hóa đến tay người tiêu dùng cuối cùng.

– Logistics sẽ phối hợp toàn bộ quá trình cung ứng, sản xuất, phân phối thành một dòng chảy nhịp nhàng. Nhận thức ngày càng hoàn thiện hơn về Logistics là

một hoạt động liên kết đã kéo theo nhận thức ngày càng tăng về vai trò ý nghĩa của các cách bố trí kênh phân phối trong hệ thống Logistics. Nếu không bố trí kênh phân phối hợp lý và khoa học thì những chi phí Logistics không cần thiết hay dịch vụ khách hàng yếu kém có thể xảy ra cho một doanh nghiệp.

– Trước đây các kênh phân phối thường đề cao vai trò của vị trí nhà xưởng, nơi sản xuất hay kho hàng... Một doanh nghiệp nên chọn vị trí nơi gần nguồn nguyên liệu hoặc nơi có đường giao thông thuận lợi, xuyên suốt. Ngược lại khả năng sẵn sàng vận chuyển nguyên liệu tới doanh nghiệp cho phép doanh nghiệp có thể lựa chọn thay thế và xây dựng nhà xưởng, kho tàng gần thị trường tiêu thụ. Việc quá nhấn mạnh vào tầm quan trọng của địa điểm này đã làm xao nhãng vấn đề thời gian trong hệ thống Logistics.

→ Vì vậy cần có cách nhìn mới và toàn diện hơn về kênh phân phối trong hệ thống Logistics nhằm tối ưu hóa dòng lưu chuyển của hàng hóa. Không thể편편 diện ở vị trí hay địa điểm, mà kênh phân phối phải biết liên kết chặt chẽ giữa địa điểm với thời gian. Đây chính là thành tựu mới nhất trong hoạt động nghiên cứu về kênh phân phối, với cách tiếp cận này đã đưa ra một cái nhìn tổng quát hơn về Logistics trong sự kết hợp nhịp nhàng giữa các bộ phận, các yếu tố trong toàn bộ quá trình trung chuyển nguyên vật liệu, hàng hóa qua các kênh.

★ Yếu tố quản trị

Quản trị là các yếu tố cơ bản thứ 4 của Logistics. Trong hệ thống Logistics, quản trị có vai trò hết sức quan trọng. Hoạt động Logistics nếu không có yếu tố kiểm tra, giám sát sẽ không đạt được mục đích đặt ra. Vấn đề quản trị trong Logistics được thể hiện qua hoạt động của những nhà quản trị Logistics. Nhà quản trị Logistics có vai trò và trách nhiệm rất lớn. Họ là những người vừa có chuyên môn sâu, đồng thời phải có sự hiểu biết rộng. Ở khía cạnh thứ nhất, nhà quản trị Logistics phải hiểu biết về các loại hình vận tải, cước phí vận tải, tình hình cung ứng nguyên vật liệu phục vụ sản xuất, quá trình, tiến độ sản xuất sản phẩm đưa vào lưu thông, phân phối, các kênh phân phối và thị trường... Ở khía cạnh thứ hai, nhà quản trị Logistics, đồng thời phải liên kết, phối hợp hài hòa hoạt động của Logistics với các hoạt động khác trong doanh nghiệp cũng như với các doanh nghiệp khác và khách hàng. Điều quan trọng hơn là nhà quản trị Logistics phải biết nghĩ tới toàn bộ hệ thống kinh doanh của doanh nghiệp từ khi nhận nguyên

liệu từ nhà cung cấp cho tới khi sản phẩm được giao cho khách hàng kể cả những dịch vụ sau bán hàng. Tư duy đó phải bao gồm cả đối thủ cạnh tranh, thị trường tiềm năng...

→ Tóm lại nhà quản trị Logistics phải có tư duy lớn. Cho dù ở cùng cấp độ quản trị nào thì một nhà quản trị Logistics cũng phải quan tâm đến lợi nhuận. Logistics có thể làm tăng lợi nhuận doanh nghiệp bằng cách điều hành hoạt động doanh nghiệp có hiệu quả và như vậy sẽ giảm được chi phí. Thêm vào đó, bằng các dịch vụ cung cấp cho khách hàng, Logistics còn có thể làm tăng doanh thu, điều này đồng nghĩa với việc tăng lợi nhuận. Trên thực tế, lợi nhuận có nguồn gốc từ Logistics thực sự là một khoản rất lớn đã khẳng định vai trò của yếu tố quản trị trong hệ thống Logistics, mỗi quyết định của nhà quản trị Logistics có ảnh hưởng trực tiếp tới mọi hoạt động của doanh nghiệp từ vấn đề chi phí đến lợi nhuận, từ nhà cung cấp đến khách hàng. Quản trị Logistics là tâm điểm của mọi hoạt động Logistics, mục tiêu của quản trị logistics là thiết lập nên các nguồn lực Logistics trọn gói một cách hài hòa và thống nhất.

★ Các yếu tố khác

Ngoài 4 yếu tố cơ bản như trên, hệ thống Logistics còn có các yếu tố khác không kém phần quan trọng sau đây:

- Yếu tố kho bãi, nhà xưởng Kho bãi nhà xưởng và các hoạt động có liên quan, đại diện cho một yếu tố quan trọng của Logistics và là sự kết nối cơ bản trong kênh Logistics. Toàn bộ quá trình sản xuất, từ nguyên vật liệu nhập vào cho tới hàng thành phẩm đều cần phải có kho bãi, nhà xưởng. Sự cần thiết của kho bãi, nhà xưởng bắt nguồn từ nhu cầu lưu trữ nguyên vật liệu phải phục vụ cho sản xuất, thành phẩm trước khi đưa vào phân phối, kể cả phụ tùng thay thế hay sửa chữa phục vụ máy móc thiết bị trong quá trình sản xuất hay sản phẩm bị hư hỏng... Yêu cầu về lưu trữ là một nhân tố quan trọng khi quyết định loại và quy mô của kho bãi, nhà xưởng.

- Yếu tố phụ tùng thay thế hay sửa chữa. Phụ tùng thay thế và sửa chữa, với sự trợ giúp của kho bãi là một yếu tố quan trọng của Logistics hỗ trợ cho hoạt động phân phối sản phẩm như là một dịch vụ sau bán, ngoài ra nó còn có vai trò to lớn trong việc hỗ trợ các trang thiết bị của doanh nghiệp sản xuất.

- Tài liệu kỹ thuật. Tài liệu kỹ thuật rất cần thiết trong việc hỗ trợ cho sản phẩm có hiệu quả, tài liệu kỹ thuật sẽ cung cấp các thông tin cần thiết để lắp đặt và vận hành.

Ngoài ra còn có những tài liệu khác cung cấp những thông tin về bảo dưỡng, danh mục các bộ phận tháo rời và thay thế, cách sử dụng thiết bị hỗ trợ và kiểm tra. Tài liệu kỹ thuật phải tương thích (Liên kết với các yếu tố Logistics khác) và phải được so sánh với sản phẩm thực tế để đảm bảo độ chính xác và đầy đủ của tài liệu.

- Thiết bị kiểm tra và hỗ trợ. Máy móc, thiết bị... sản phẩm được doanh nghiệp phân phối đều đòi hỏi phải được sửa chữa, bảo dưỡng và chỉnh sửa định kỳ. Hoạt động này cần thiết phải sử dụng các thiết bị hỗ trợ kiểm tra. thiết bị kiểm tra, hỗ trợ rất cần sự hỗ trợ kiểm tra được thể hiện thông qua quyết định: cần cái gì, số lượng bao nhiêu, khi nào cần tới.

- Nhân lực và đào tạo nguồn nhân lực Đào tạo nhân lực được coi là yếu tố đòi hỏi chi phí lớn nhất trong Logistics. Doanh nghiệp sản xuất các sản phẩm phức tạp, hàm lượng khoa học công nghệ cao... đòi hỏi lực lượng lao động phải được đào tạo kỹ, đầy đủ kiến thức chuyên môn và tay nghề cao. Chương trình đào tạo phải được xây dựng và phát triển phù hợp với sản phẩm sản xuất ra, với tài liệu kỹ thuật được áp dụng trong sản xuất, bảo dưỡng sửa chữa các thiết bị hỗ trợ kiểm tra. Yêu cầu đào tạo phải đủ số lượng, đảm bảo chất lượng, đúng nơi, đúng lúc. Việc tuyển chọn cùng với đào tạo hiệu quả được thiết kế và liên kết với tổng thể hoạt động Logistics phục vụ mục tiêu của doanh nghiệp sẽ giúp giảm thiểu chi phí cho yếu tố Logistics này.

1.1.1.5 Phân loại logistics

★ Phân loại theo các hình thức Logistics

- Logistics bên thứ nhất (IPL - First Party Logistics) - người chủ sở hữu hàng hóa tự mình tổ chức thực hiện các hoạt động Logistics để đáp ứng nhu cầu bản thân. Theo hình thức này, chủ hàng phải đầu tư vào phương tiện vận tải, kho chứa hàng, hệ thống thông tin, nhân công để quản lý và vận hành hoạt động Logistics. First Party Logistics làm phình to quy mô của doanh nghiệp và làm giảm hiệu quả kinh doanh, vì vậy doanh nghiệp không có đủ quy mô cần thiết, kinh nghiệm và kỹ năng chuyên môn để quản lý và vận hành hoạt động Logistics.

- Logistics bên thứ hai (2PL - Second Party Logistics) - người cung cấp dịch vụ Logistics là người cung cấp dịch vụ cho một hoạt động đơn lẻ trong chuỗi các hoạt động Logistics (vận tải, kho bãi, thủ tục Hải Quan, thanh toán...) để đáp ứng nhu cầu của chủ

hàng, chưa tích hợp hoạt động Logistics. Loại hình này bao gồm: các hãng vận tải đường biển, đường bộ đường hàng không, các công ty kinh doanh kho bãi, khai thuê hải quan, trung gian thanh toán....

- Logistics bên thứ ba (3PL - Third Party Logistics) - là người thay mặt cho chủ hàng quản lý và thực hiện các dịch vụ Logistics cho từng bộ phận chức năng, ví dụ như: thay mặt cho người gửi hàng thực hiện thủ tục xuất khẩu và vận chuyển nội địa hoặc thay mặt cho người nhập khẩu làm thủ tục thông quan và vận chuyển hàng tới địa điểm đến quy định...Do đó 3PL bao gồm nhiều dịch vụ khác nhau, kết hợp chặt chẽ việc luân chuyển, tồn trữ hàng hóa, xử lý thông tin... và có tính tích hợp vào dây chuyền cung ứng của khách hàng.

- Logistics bên thứ tư (4PL - Fourth Party Logistics) - là người tích hợp (Integrator) - người hợp nhất, gắn kết các nguồn lực, tiềm năng và cơ sở vật chất khoa học kỹ thuật của mình với các tổ chức khác để thiết kế, xây dựng và vận hành các giải pháp chuỗi Logistics. 4PL chịu trách nhiệm quản lý dòng lưu chuyển Logistics, cung cấp giải pháp dây chuyền cung ứng, hoạch định, tư vấn Logistics, quản trị vận tải,...4PL hướng đến quản trị cả quá trình Logistics như nhận hàng từ nơi sản xuất, làm thủ tục xuất, nhập khẩu, đưa hàng đến nơi tiêu thụ cuối cùng.

★ Phân loại theo quá trình

- Logistics đầu vào (Inbound Logistics) là các hoạt động đảm bảo cung ứng tài nguyên đầu vào (nguyên liệu, thông tin, vốn...) một cách tối ưu cả về vị trí, thời gian và chi phí cho quá trình sản xuất.

- Logistics đầu ra (Outbound Logistics) là các hoạt động đảm bảo cung cấp thành phẩm đến tay người tiêu dùng một cách tối ưu cả về vị trí, thời gian và chi phí nhằm đem lại lợi nhuận tối đa cho doanh nghiệp.

- Logistics ngược (Reverse Logistics) là quá trình thu hồi các phụ phẩm, phế liệu, phế phẩm, các yếu tố ảnh hưởng đến môi trường phát sinh từ quá trình sản xuất, phân phối và tiêu dùng trở về để tái chế hoặc xử lý.

1.1.2 E- Logistics

1.1.2.1 Nguồn gốc ra đời của E- Logistics

Logistics ra đời và phát triển gắn liền với sự ra đời và phát triển của thương mại điện tử. Logistics phục vụ thương mại điện tử hay thường được gọi là e-logistics, nhằm đáp ứng nhu cầu đưa hàng trong thương mại điện tử (TMĐT), có những điểm khác biệt so với thương mại truyền thống. Một trong các đặc điểm đó là yếu tố thời gian và lượng hàng.

★ Khái niệm thương mại điện tử

Hiện nay có khá nhiều quan điểm khác nhau về khái niệm TMĐT. Thương mại điện tử (Electronic commerce hay E-commerce) là hình thức mua bán hàng hóa, dịch vụ thông qua các phương tiện điện tử và mạng viễn thông, các doanh nghiệp tiến tới ứng dụng công nghệ thông tin (CNTT) vào mọi hoạt động của mình, từ bán hàng, marketing, thanh toán đến mua sắm, sản xuất, phối hợp hoạt động với nhà cung cấp, đối tác, khách hàng.... Các định nghĩa về TMĐT được nhìn nhận theo nhiều góc độ khác nhau, nhưng khái quát lại, thuật ngữ “Thương mại điện tử” có thể được hiểu theo hai cách chủ yếu sau:

Theo nghĩa hẹp: TMĐT được hiểu là các giao dịch thương mại về hàng hóa và dịch vụ được thực hiện thông qua các phương tiện điện tử (Nguyễn Văn Hồng, 2011). Theo đó thì TMĐT là hoạt động mà các doanh nghiệp sử dụng các phương tiện điện tử và mạng Internet để mua bán hàng hóa và dịch vụ, các giao dịch có thể diễn ra giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp (B2B) hoặc giữa doanh nghiệp với khách hàng cá nhân (B2C), hoặc giữa các cá nhân với nhau (C2C).

Hiểu một cách đơn giản hơn, thương mại điện tử (e-commerce), là việc mua bán sản phẩm hay dịch vụ trên các hệ thống điện tử như Internet và các mạng máy tính.

Theo nghĩa rộng: Luật mẫu về Thương mại điện tử của Ủy ban Liên hiệp quốc về Luật thương mại quốc tế (UNCITRAL, 1996) định nghĩa: “Thương mại điện tử là việc trao đổi thông tin thương mại thông qua các phương tiện điện tử, không cần phải in ra giấy bất cứ công đoạn nào của toàn bộ quá trình giao dịch”.

“Thông tin” được hiểu là bất cứ thứ gì có thể truyền tải bằng kỹ thuật điện tử, bao gồm cả thư từ, các file văn bản, các cơ sở dữ liệu, các bản tính, các bản thiết kế, hình đồ họa, quảng cáo, hỏi hàng, đơn hàng, hoá đơn, bảng giá, hợp đồng, hình ảnh động, âm thanh....

“Thương mại” được hiểu theo nghĩa rộng, bao quát mọi vấn đề nảy sinh từ mọi mối quan hệ mang tính thương mại, dù có hay không có hợp đồng. Các mối quan hệ mang tính thương mại bao gồm, nhưng không giới hạn ở các giao dịch sau đây: bất cứ giao dịch nào về cung cấp hoặc trao đổi hàng hoá hoặc dịch vụ; đại diện hoặc đại lý thương mại; uỷ thác hoa hồng, cho thuê dài hạn; xây dựng các công trình; tư vấn; kỹ thuật công trình; đầu tư cấp vốn; ngân hàng, bảo hiểm; thoả thuận khai thác hoặc tô nhượng, liên doanh và các hình thức khác về hợp tác công nghiệp hoặc kinh doanh; chuyên chở hàng hoá hay hành khách bằng đường biển, đường không, đường sắt hoặc đường bộ".

Liên minh Châu Âu (EU, 2018) cho rằng TMĐT bao gồm các giao dịch thương mại thông qua các mạng viễn thông và sử dụng các phương tiện điện tử. Nó bao gồm TMĐT gián tiếp (trao đổi hàng hoá hữu hình) và TMĐT trực tiếp (trao đổi hàng hoá vô hình). Theo Ủy ban của Liên hợp quốc về Thương mại và Phát triển (UNCTAD, 2005) từ góc độ doanh nghiệp, TMĐT là việc thực hiện một phần hay toàn bộ hoạt động kinh doanh bao gồm marketing, bán hàng, phân phối và thanh toán thông qua các phương tiện điện tử. Như vậy, đối với doanh nghiệp, khi sử dụng các phương tiện điện tử và mạng vào trong các hoạt động kinh doanh cơ bản như marketing, bán hàng, phân phối, thanh toán thì được coi là tham gia thương mại điện tử.

→ Như vậy, có thể thấy rằng phạm vi của TMĐT rất rộng, bao quát hầu hết các lĩnh vực hoạt động kinh tế, việc mua bán hàng hóa và dịch vụ chỉ là một trong hàng ngàn lĩnh vực áp dụng của TMĐT. Dù là nghĩa hẹp hay nghĩa rộng thì TMĐT luôn được hiểu là hoạt động xảy ra trong môi trường kinh doanh mạng Internet và các phương tiện điện tử giữa các nhóm (cá nhân, doanh nghiệp, tổ chức) với nhau thông qua các công cụ, kỹ thuật và công nghệ điện tử. TMĐT giúp cho các hoạt động của doanh nghiệp đạt hiệu quả cao và cho kết quả trong những khoảng thời

gian ngắn hơn. TMĐT đã và đang trở thành một cuộc cách mạng làm thay đổi cách thức mua sắm của con người.

★ Mô hình thương mại điện tử

Có nhiều tiêu chí khác nhau để phân loại các hình thức/ mô hình TMĐT. Tuy nhiên, cách phân loại dựa trên đối tượng tham gia được xem như phổ biến nhất hiện nay. Theo cách này, có ba chủ thể chính tham gia phần lớn vào các giao dịch thương mại điện tử: Chính phủ (G), doanh nghiệp (B), và khách hàng cá nhân (C). Việc kết hợp các chủ thể này lại với nhau sẽ tạo ra các mô hình thương mại điện tử khác nhau. Các mô hình TMĐT phổ biến nhất là B2B, B2C và C2C. Dưới đây là một số mô hình TMĐT thực tế.

- TMĐT giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp - B2B (Business-to-Business): B2B là loại hình giao dịch kinh doanh qua phương tiện điện tử giữa các doanh nghiệp, tổ chức với nhau, có thể bao gồm mua sắm nguyên liệu, sản xuất, phân phối, tồn kho và thanh toán. Mô hình B2B đem lại lợi ích thiết thực cho các doanh nghiệp, đặc biệt giúp các doanh nghiệp giảm các chi phí nghiên cứu thị trường, marketing, đàm phán, tăng cường các cơ hội kinh doanh.

- Mô hình B2B ít được biết đến vì thường nằm sâu trong chuỗi cung ứng, số lượng giao dịch B2B cũng rất khiêm tốn, chỉ khoảng 10%, tuy nhiên giá trị giao dịch từ hoạt động này chiếm rất cao, trên 85% giá trị giao dịch TMĐT hiện nay.

- TMĐT giữa doanh nghiệp với người tiêu dùng cá nhân B2C (Business-to-Customer): Trong mô hình B2C, các doanh nghiệp sử dụng các phương tiện điện tử để bán sản phẩm và dịch vụ tới người tiêu dùng, người tiêu dùng thông qua các phương tiện điện tử để lựa chọn, mặc cả, đặt hàng, thanh toán và nhận hàng. Mô hình B2C còn được gọi dưới một cái tên khác là bán lẻ trực tuyến - e-tailing (electronic retailing). Số lượng giao dịch theo mô hình B2C rất lớn, tuy nhiên giá trị giao dịch từ hoạt động này chiếm tỷ lệ nhỏ trong tổng giá trị TMĐT ngày nay, chỉ khoảng 5%.

- TMĐT giữa người tiêu dùng cá nhân với người tiêu dùng cá nhân - C2C (Customer-to-Customer): Đây là mô hình TMĐT giữa các cá nhân với nhau. Trong mô hình C2C, các cá nhân tham gia hoạt động thương mại với vai trò là người mua hoặc người bán. Các giao dịch được thực hiện trực tiếp giữa những người tiêu dùng

với nhau thông qua trang web trung gian. Giá trị giao dịch từ hoạt động TMĐT C2C chỉ chiếm khoảng 10% tổng giá trị giao dịch TMĐT hiện nay.

- TMĐT giữa doanh nghiệp với cơ quan nhà nước - B2G (Business to Government): Trong mô hình này, cơ quan nhà nước đóng vai trò như khách hàng và quá trình trao đổi thông tin cũng được tiến hành qua các phương tiện điện tử. Cơ quan nhà nước cũng có thể lập các website, đăng tải những thông tin về nhu cầu mua hàng của mình và tiến hành việc mua sắm hàng hóa, lựa chọn nhà cung cấp trên website.

- TMĐT giữa cơ quan nhà nước với cá nhân - G2C (Government to Customer): Mô hình G2C chủ yếu đề cập tới các giao dịch mang tính hành chính, tuy nhiên cũng có thể mang những yếu tố của TMĐT như hoạt động đóng thuế cá nhân qua mạng hoặc trả phí đăng ký hồ sơ.....

1.1.2.2 Khái niệm của E- logistics



Hình 1. 3 Giao dịch mua bán điện tử

(Nguồn: <https://vecom.vn/>)

Logistics trong TMĐT là toàn bộ các hoạt động nhằm hỗ trợ việc di chuyển hàng hóa từ nơi cung ứng đến nơi tiêu dùng qua các giao dịch mua bán điện tử.

Về căn bản, các hoạt động logistics diễn hình trong TMĐT cũng không khác trong thương mại truyền thống, gồm:

- Tiếp nhận đơn hàng;
- Xếp hàng hóa vào kho và lưu giữ hàng trong kho;
- Kiểm kê hàng hóa tồn kho;
- Lập trình và tổ chức vận chuyển;
- Vận chuyển và giao hàng.

1.1.2.3 Mối quan hệ giữa logistics và thương mại điện tử

Mối quan hệ này được thể hiện qua vai trò của logistics trong thương mại điện tử. Mặc dù các hoạt động dễ được quan sát hơn trong TMĐT là những hoạt động về nội dung, marketing và bán hàng, nhưng những hoạt động đằng sau nút mua hàng trên website thực sự có vai trò quan trọng hơn rất nhiều trong việc mang lại sự thành công cho các doanh nghiệp TMĐT. Các hoạt động này phần lớn liên quan tới chuỗi cung ứng và các hoạt động logistics của doanh nghiệp. Các chi phí liên quan đến hoạt động logistics và hoàn thiện đơn hàng trong TMĐT thường chiếm tới 40% trong tổng chi phí bán hàng nhưng nhiều doanh nghiệp lại không ý thức được điều này.

Trên thực tế, vai trò của logistics đối với hoạt động TMĐT được thể hiện trên các khía cạnh cụ thể như sau:

- Logistics sẽ hỗ trợ và tối ưu hóa con đường dịch chuyển của hàng hóa và dịch vụ từ nhà cung cấp tới các khách hàng đặt hàng online, đảm bảo đúng và đủ số lượng và chất lượng theo yêu cầu.
- Logistics sẽ hỗ trợ và tối ưu hóa dòng thông tin giao nhận đơn hàng, theo dõi quá trình chuyển dịch của hàng hóa và chứng từ giữa người gửi và người nhận.
- Logistics cũng hỗ trợ hiệu quả cho hoạt động phân phối trực tuyến. Đây là hình thức phân phối không phụ thuộc vào thời gian và địa điểm cung cấp, do khách hàng có thể truy cập các thông tin về hàng hóa và kết nối giao dịch thông qua mọi thiết bị di động như máy tính cầm tay, sách điện tử, điện thoại di động... có khả năng truy cập Internet. Các nhà sản xuất và bán lẻ có thể dễ dàng kết nối trực tiếp

với các khách hàng và đáp ứng ngay các đơn hàng đó dưới sự hỗ trợ của hệ thống logistics trong thương mại điện tử. Các giải pháp logistics cụ thể trong trường hợp này gồm lưu kho, chuẩn bị đơn hàng, sắp xếp đơn hàng, vận chuyển (giao hàng).

1.1.2.4 Vai trò của E-Logistics

Cách mạng công nghiệp lần thứ 4, kinh tế số là yếu tố quan trọng tác động lớn đến đời sống, xã hội và cơ cấu của nền kinh tế. Bên cạnh đó, đại dịch Covid-19 được coi như là một nhân tố tác động mạnh vào TMĐT theo hướng đi lên, Thương mại dần được toàn cầu hoá, công nghệ cao và các mô hình kinh doanh mới ngày càng phát triển, thị trường TMĐT vì thế cũng được mở rộng, mô hình TMĐT ngày càng đổi mới, không chỉ làm thay đổi cách thức bán hàng mà còn tạo ra một hình thức phân phối hàng mới. Thay vì thông qua các cửa hàng truyền thống, hàng hóa được đưa trực tiếp tới người tiêu dùng theo yêu cầu cá nhân. Tuy nhiên, các doanh nghiệp TMĐT có thể ảo hoá cửa hàng, cách thức giao dịch trên môi trường Internet nhưng không thể ảo hoá được các sản phẩm hữu hình, dòng sản phẩm vẫn phải chảy qua các kênh phân phối vật lý. Khi đó, hệ thống logistics trong TMĐT sẽ đảm nhiệm vai trò hiện thực hoá các đơn hàng, giúp các doanh nghiệp TMĐT đạt được mục đích cuối cùng là lợi thế cạnh tranh.

Trong buôn bán Thương mại điện tử Quốc tế, E logistics có vai trò quan trọng, tập trung vào các vấn đề sau:

★ Về chuẩn bị đơn hàng

Mức độ ứng dụng công nghệ cơ giới hóa và tự động hóa vào khâu này hết sức quan trọng vì sẽ cho phép tăng năng suất cung ứng, nâng cao tính chính xác, giảm thời gian chờ đợi của khách, nâng cao hiệu quả bán hàng.

★ Về lưu kho

Nhằm hỗ trợ tối đa cho các hoạt động nhận hàng, kiểm tra hàng hóa, gắn nhãn/mã vạch, phân loại, thiết lập danh mục hàng đảm bảo về thời gian, tốc độ, việc quản lý và duy trì dự trữ cần đảm bảo chính xác, linh hoạt, yêu cầu cao trong áp dụng các loại máy móc thiết bị tự động và sử dụng các hệ thống phần mềm quản lý kho.

★ Về giao hàng

Gồm điều phối đơn hàng, xuất hàng từ kho cho KH hoặc bên chuyên phát, cập nhật thông tin tới khách hàng. Các doanh nghiệp bán lẻ B2C có thể tự tiến hành hoạt động giao hàng nếu có đủ chi phí và kinh nghiệm để xây dựng, đào tạo và quản lý đội ngũ giao hàng. Nhưng các doanh nghiệp nhỏ thì thường thiếu năng lực này nên sẽ phải thuê các dịch vụ giao nhận từ các Công ty logistics bên thứ ba. Khi giao hàng, nhà bán lẻ B2C thường sử dụng một số phương thức giao hàng khác nhau, các phương thức này quyết định số lượng Dịch vụ logistics và mức độ tham gia ít hay nhiều của doanh nghiệp vào các giao dịch điện tử.

1.1.2.5 Đặc điểm của E-logistics

Đặc thù của TMĐT là có độ phủ thị trường rộng, độ phân tán hàng hóa cao, quy mô đơn hàng nhỏ, tần suất mua lớn, mặt hàng đa dạng, thường yêu cầu thời gian giao hàng nhanh, và thu tiền tận nơi. Các dòng di chuyển hàng hóa lúc này mở rộng đáng kể về phạm vi, khoảng cách, tính phức tạp, nên logistics trong TMĐT có những khác biệt với logistics trong thương mại truyền thống. Nhìn chung, logistics trong TMĐT có 4 đặc điểm sau:

- Thứ nhất, do khả năng bán hàng bao phủ rộng khắp từ đô thị tới các khu vực nông thôn và miền núi, nơi có kết nối mạng internet, nên một trong những đặc điểm quan trọng của logistics trong TMĐT là mô hình quy mô đơn hàng nhỏ nhưng tần suất giao hàng lớn và độ phủ của dịch vụ rộng khắp các tỉnh thành.
- Thứ hai, vì tính năng thuận tiện với kho lưu trữ không lỗ của ngành thương mại điện tử, logistics trong TMĐT có thể đáp ứng năng lực xử lý từ hàng trăm đến hàng triệu đơn hàng mỗi ngày (có thể kể đến như Amazon, Taobao, Alibaba, Lazada,...).
- Thứ ba, xuất hiện vấn đề tái cấu trúc các chuỗi cung ứng và logistics. Lý do là thương mại điện tử phát triển đã thúc đẩy các công ty thương mại chuyển sang hoạt động đa kênh (omni-channel) để có thể hiện diện mọi nơi mọi lúc trên các thiết bị mà người tiêu dùng đang sử dụng. Ranh giới giữa thương mại truyền thống và thương mại điện tử mờ dần. Khi kinh doanh đa kênh trở thành một phương thức thương mại mới thì việc giao hàng trong ngày trở thành tiêu chí về chất lượng dịch vụ của các công ty bán lẻ, bất kể đó là công ty thương mại điện tử hay công ty thương

mại truyền thống. Điều này thúc đẩy sự thích nghi của các hệ thống logistics. Ví dụ, Amazon đã tái cấu trúc hệ thống logistics từ các tổng kho thành những trung tâm hoàn tất đơn hàng (FC fulfillment centers) và trung tâm phân phối (DC - distribution centre). Target đang nỗ lực xóa dần ranh giới giữa các cửa hàng bách hóa truyền thống và hệ thống phân phối thương mại điện tử. Nhà bán lẻ khổng lồ này đang khẩn trương tái cấu trúc các cửa hàng theo hướng gọn nhẹ hơn và có thể thực hiện nhiều chức năng của một trung tâm phân phối. Họ đang mở rộng những giải pháp để bổ sung thêm nhiều tùy chọn về mua hàng cho khách hàng.

– Thứ tư, logistics trong TMĐT không phụ thuộc vào thời gian, địa điểm cung cấp, do khách hàng có thể truy cập các thông tin về hàng hóa và kết nối giao dịch thông qua mọi thiết bị di động như máy tính cầm tay, sách điện tử, điện thoại di động,... Nhà bán lẻ có thể liên hệ trực tiếp với khách hàng, đồng thời đáp ứng mong muốn mua hàng của khách ngay lập tức, đồng thời tạo ưu thế về giá và chi phí từ việc sản xuất, lưu kho, và phân phối ở mức chi phí thấp hơn.

1.1.2.6 Lợi ích của E- Logistics

Logistics trong TMĐT giúp xây dựng mạng lưới gom hàng tối ưu, chi phí tồn kho, giảm lượng hàng tồn, nâng cao lợi thế cho các đơn hàng điện tử và dịch vụ giao hàng chặng cuối, quan tâm đến giải pháp gom hàng và cross-docking.

Mục tiêu quan trọng của hoạt động logistics trong TMĐT là cung cấp đúng hàng hóa, đúng số lượng, đúng địa điểm, đúng thời gian cho khách hàng. Từ khoảng năm 2000, TMĐT bắt đầu được áp dụng mạnh mẽ ở các nhà bán lẻ thuần túy (chỉ có internet). Từ đó, logistics trong TMĐT cũng bắt đầu được chú ý tới nhiều hơn.

1.1.2.7 Phân loại E-Logistics

★ Theo nội hàm của logistics trong thương mại điện tử

Không khác các hoạt động logistics trong thương mại truyền thống, hoạt động logistics trong TMĐT bao gồm các công việc về xử lý đơn hàng, quản lý kho hàng, vận chuyển, quản lý tồn kho và xử lý hoàn trả. Tất cả các hoạt động này đòi hỏi sự phối hợp chặt chẽ với nhau và được tích hợp bởi những giải pháp CNTT.

Xử lý đơn hàng: Đặt hàng là bước đầu tiên trong chuỗi các hoạt động phức tạp của logistics trong TMĐT. Sau khi tìm kiếm thông tin trên website, khách hàng có thể chọn sản phẩm rồi đưa vào giỏ hàng online, việc đặt hàng sẽ được thực hiện thông qua các đơn hàng trực tuyến. Nhiệm vụ của quy trình xử lý đơn hàng là cung cấp cho khách hàng đầy đủ thông tin để đưa ra lựa chọn phù hợp, ví dụ như loại sản phẩm mong muốn, lựa chọn về thanh toán, giao hàng... sau đó mới đến vấn đề về hiệu suất xử lý đơn hàng, liên quan đến việc thiết lập các tiêu chuẩn đáp ứng mong đợi của khách hàng. Đặc điểm nổi bật của xử lý đơn hàng trong TMĐT là những hoạt động về hoàn thiện đơn hàng, nhằm biến những đơn hàng điện tử của khách hàng thành những gói bưu kiện sẵn sàng cho việc vận chuyển chặng cuối đến trực tiếp khách hàng. Hoàn thiện đơn hàng trong TMĐT giúp tạo thêm những giá trị gia tăng cho sản phẩm.

– Quản lý kho hàng: Kho là một phần quan trọng và là hoạt động cơ bản nhất liên quan đến hệ thống logistics, thực hiện chức năng lưu giữ, bảo quản, trung chuyển nguyên vật liệu, bán thành phẩm và thành phẩm trong suốt quá trình vận động từ điểm đầu đến điểm cuối của chuỗi cung ứng, đồng thời liên quan đến việc hợp nhất, điều phối hàng hoá, cung cấp thông tin về tình trạng, điều kiện bảo quản, lưu trữ và vị trí của hàng hoá lưu kho. Kho hàng đóng một vai trò quan trọng trong việc đảm bảo tính liên tục của sản xuất và phân phối hàng hoá, đóng góp vào việc giảm chi phí sản xuất, vận chuyển và phân phối. Kho hàng còn hỗ trợ quá trình nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng thông qua việc bảo đảm hàng hoá sẵn sàng về chất lượng, số lượng và trạng thái, góp phần giao hàng đúng địa điểm và thời gian. Ngoài ra, kho hàng còn đóng góp vào việc thực hiện quá trình "logistics ngược" thông qua việc thu gom, xử lý, tái sử dụng bao bì, sản phẩm thừa, sản phẩm hỏng.... Kho hàng phục vụ TMĐT thường được thiết kế và vận hành đảm bảo tốc độ luân chuyển hàng nhanh nhất nếu có thể. Ngày nay cross-docking là một trong các phương pháp quản lý kho hàng được áp dụng phổ biến tại các kho hàng TMĐT.

– Vận chuyển: Những thách thức về nhu cầu và vận chuyển trong TMĐT yêu cầu sự thay đổi trong cấu trúc kênh phân phối so với bán lẻ truyền thống và bao gồm hai hình thức vận chuyển chính: vận chuyển đường dài (Line-haul transportation) và giao hàng chặng cuối (Last-mile delivery). Trong đó, giao hàng chặng cuối là điểm đặc trưng nhất trong hoạt động vận chuyển trong TMĐT, chiếm

chi phí lớn và chịu ảnh hưởng trực tiếp bởi các thay đổi trong TMĐT như tình trạng đơn hàng nhỏ, phân tán, thời gian giao hàng nhanh, yêu cầu cao về xử lý giao nhận và thường xuyên bị đan xen bởi các vấn đề về thanh toán, dịch vụ sau bán và hoàn trả.

– Quản lý tồn kho: Tồn kho là một trong những hoạt động cổ điển nhất gắn liền với logistics. Tồn kho trong TMĐT gặp phải vấn đề khó khăn hơn khi cần dự đoán về nhu cầu tiêu dùng, đặc biệt là khi các mặt hàng tiêu dùng cá nhân thiếu sự ổn định, có vòng đời sản phẩm ngắn và chịu nhiều tác động từ thị hiếu khách hàng. Để khắc phục vấn đề này, các hệ thống quản lý tồn kho trong TMĐT thường có sự tích hợp với các kho của nhà cung cấp và liên tục trao đổi thông tin và kế hoạch cung ứng để có thể quản lý tồn kho theo thời gian thực (real-time), nhờ đó mà lượng tồn kho được điều chỉnh linh hoạt theo nhu cầu thị trường và hạn chế chi phí tồn kho một cách đáng kể. Điển hình là mô hình quản lý tồn kho CPFR (Collaborative Planning, Forecasting and Replenishment) đã nâng cao khả năng dự báo, cải thiện dịch vụ bán hàng và dịch vụ khách hàng, rút ngắn chu kỳ xử lý đơn hàng. Hàng hoá trong TMĐT được lưu tại các trung tâm phân phối (DC) và trung tâm hoàn thiện đơn hàng (FC) nhằm mục đích lưu chuyển, phân loại và hoàn thiện đơn hàng hơn là dự trữ.

– Xử lý hoàn trả: Vấn đề về hoàn trả hàng và logistics ngược trở nên nghiêm trọng hơn trong TMĐT bởi giao dịch giữa người bán và người mua diễn ra trong sự cách biệt về không gian, sản phẩm có thể không làm khách hàng thực sự hài lòng, không đạt được kì vọng của khách hàng; hoặc không đúng kích cỡ, thông số, hoặc sản phẩm có thể bị hư hại hay không thể giao được trong quá trình vận chuyển..... Khi người mua trực tuyến có nhiều quyền lực hơn người bán, họ cũng yêu cầu về hoàn trả như một dịch vụ cơ bản cần có để có thể thực hiện mua hàng.

★ Theo phương án tổ chức logistics trong thương mại điện tử

Phương án tổ chức logistics trong các doanh nghiệp TMĐT, đặc biệt là doanh nghiệp TMĐT bán lẻ, thường được cân nhắc giữa việc thuê ngoài, xây dựng hệ thống logistics riêng hay cắt bỏ khâu giao hàng và chuyển tiếp thẳng đơn hàng cho các nhà cung cấp (dropshipping).

–Logistics bên thứ ba:

Doanh nghiệp sử dụng các đơn vị logistics bên thứ ba (Third Party Logistics - 3PL) để thực hiện các dịch vụ logistics khác nhau như quản lý chuỗi cung ứng, lưu kho, gom hàng, phân phối và hoàn thiện đơn hàng.

- Về ưu điểm, khi các hoạt động logistics không phải là năng lực cốt lõi của doanh nghiệp, việc thuê ngoài đem lại nhiều hiệu quả cho các doanh nghiệp TMĐT, giúp doanh nghiệp tập trung vào hoạt động kinh doanh cốt lõi của họ, đồng thời vẫn có khả năng đáp ứng yêu cầu về chất lượng dịch vụ logistics. Đồng thời khi nhu cầu về logistics không thực sự lớn, sử dụng các đối tác 3PL sẽ giúp doanh nghiệp giảm được những khoản đầu tư và chi phí tốn kém về cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất hoặc nhân công.

- Về nhược điểm, 3PL cũng đem lại nhiều bất lợi, đặc biệt là khi doanh nghiệp cần kiểm soát chặt về logistics. Thứ nhất, 3PL có thể làm cho doanh nghiệp thiếu sự chủ động và linh hoạt trong các hoạt động logistics. Thứ hai, các doanh nghiệp TMĐT có thể không nhận được sự ưu tiên cần thiết do các công ty 3PL thường xuyên phục vụ nhiều khách hàng trong cùng một thời điểm. Thứ ba, giao dịch trong TMĐT tăng thêm chi phí khi xử lý hoàn trả hàng, việc sử dụng các 3PL đồng nghĩa các doanh nghiệp TMĐT cũng phải phụ thuộc vào các đối tác 3PL đó để xử lý logistics ngược. Cuối cùng, hiệu quả 3PL phụ thuộc rất lớn vào sự phối hợp và khả năng tích hợp thông tin của hai bên, trong trường hợp này, các giải pháp về CNTT có vai trò rất lớn.

– Logistics tự cấp:

- Logistics tự cấp (First Party Logistics - IPL) là việc doanh nghiệp tự mình tổ chức và thực hiện các hoạt động logistics thay vì thuê một bên thứ ba cung cấp dịch vụ. IPL có những ưu điểm và nhược điểm trái ngược với phương án thuê ngoài, thường được áp dụng khi quy mô của doanh nghiệp đủ lớn và có nhu cầu kiểm soát chất lượng, giảm thiểu chi phí, gia tăng giá trị dịch vụ khách hàng thông qua việc tự thực hiện các hoạt động logistics.

- Việc sử dụng logistics tự cấp yêu cầu doanh nghiệp phải đầu tư ban đầu đồng bộ, từ các cơ sở vật chất gồm công cụ, thiết bị phục vụ cho việc xếp dỡ và

di chuyển hàng hoá, kho xưởng, phương tiện vận chuyển... cho đến các giải pháp về điều hành hoạt động logistics. Ngoài ra, một yêu cầu đặc biệt quan trọng trong logistics trong TMĐT là việc đồng bộ thông tin. “Dòng thông tin” là một trong những nhân tố tạo nên bản chất cốt lõi của dịch vụ logistics, do đó thông tin cần được tích hợp, điện tử hoá và sử dụng chung cho mọi hoạt động trong logistics từ xử lý đơn hàng, lập kế hoạch, tính toán dự trữ, tồn kho... bởi những đối tượng khác nhau như doanh nghiệp, nhà cung cấp, đối tác và khách hàng. Điều này sẽ giúp các doanh nghiệp TMĐT đáp ứng yêu cầu của khách hàng một cách kịp thời và tạo ra hiệu quả kinh tế.

- Quyết định có nên tự thực hiện logistics hay không (IPL) phụ thuộc rất lớn vào số lượng giao dịch của doanh nghiệp. Thuê ngoài sẽ là giải pháp tối ưu trong trường hợp số lượng giao dịch quá ít do chi phí vận chuyển cho mỗi đơn hàng sẽ tương đối thấp và ổn định. Trong trường hợp lượng giao dịch tăng lên, doanh nghiệp có thể đạt được lợi thế kinh tế theo quy mô khi số lượng giao dịch đủ lớn, chi phí của IPL sẽ giảm xuống và thấp hơn mức thuê ngoài.

Theo Ken Research (2018), thị trường logistics trong TMĐT chủ yếu được chi phối bởi các 3PL. Trong những năm gần đây, các sàn TMĐT có xu hướng thuê ngoài dịch vụ giao hàng thông qua 3PL. Tỷ lệ này đã đạt tới 20%.

–Dropshipping:

“Dropshipping” là phương án tổ chức logistics trong đó doanh nghiệp không giữ hàng trong kho, thay vào đó khi có đơn hàng, doanh nghiệp sẽ chuyển thẳng đơn đặt hàng và g tin giao hàng cho nhà sản xuất hoặc nhà cung cấp, sau thông đó các đơn vị này sẽ hoàn thiện và vận chuyển hàng trực tiếp tới khách hàng.

Với phương thức này, các doanh nghiệp dễ dàng bắt đầu vì yêu cầu ít vốn, dễ dàng mở rộng quy mô kinh doanh hoặc phát triển các thị trường mới, giảm được chi phí lưu kho và quản lý kho hàng, tránh được rủi ro về tồn kho và các hoạt động xử lý đơn hàng phức tạp. Tuy nhiên, những doanh nghiệp áp dụng phương thức “dropshipping”, tham gia vào hoạt động bán lẻ nhưng không có cửa hàng và hàng hoá thực, và cũng không tham gia vận chuyển. Do không chủ động được về hàng hoá và không kiểm soát được giao nhận nên các rủi ro về logistics trong mô hình này rất lớn, đồng thời nó cũng gây

ra nhiều vấn đề trong dịch vụ khách hàng. Thứ nhất, nếu doanh nghiệp lưu trữ hàng hoá, sẽ là rất đơn giản để theo dõi các mặt hàng còn hay đã xuất kho khi doanh nghiệp sử dụng một nguồn cung, nhưng khi doanh nghiệp sử dụng nguồn cung ứng từ nhiều kho khác nhau, đặt hàng từ nhiều nhà cung cấp khác thì sẽ gặp khó khăn trong việc theo dõi hàng hoá. Thứ hai là các vấn đề về logistics ngược, khi người mua gặp vấn đề với sản phẩm và muốn hoàn trả hàng, họ sẽ không biết phải liên hệ với người bán của mình hay nhà sản xuất để đề xuất yêu cầu hoàn trả, trong mọi trường hợp dù lỗi sai thuộc về nhà sản xuất thì người bán tức doanh nghiệp áp dụng "dropshipping" sẽ phải chịu trách nhiệm. Thứ ba, "dropshipping" sẽ gây ra sự phức tạp trong vận chuyển. Khi người mua đặt một đơn hàng gồm nhiều sản phẩm, thay vì nhận hàng một lần, các đơn hàng sẽ bị chia nhỏ ra theo từng nhà cung cấp hoặc nhà sản xuất khiến cho phí vận chuyển tăng lên nhiều lần.

★ Theo hình thức của TMĐT

Theo cách phân loại này thì logistics sẽ khác nhau một chút ở 3 mô hình TMĐT là B2B, B2C và C2C. Logistics của các hình thức TMĐT khác đều giống như sau.

–Logistics trong hình thức B2B:

Hoạt động logistics này không khác gì so với logistics phục vụ thương mại truyền thống. Việc giao dịch giữa người bán và người mua là qua hệ thống mạng internet. Sau khi hợp đồng được ký kết thì hoạt động logistics sẽ giúp đưa hàng từ doanh nghiệp bán hàng đến doanh nghiệp mua hàng như yêu cầu. Hàng hóa thường có khối lượng lớn, không có yêu cầu gấp về tốc độ giao hàng như mô hình B2C.

–Logistics trong hình thức B2C:

Đặc điểm nổi bật của hoạt động logistics trong hình thức TMĐT này là thời gian vận chuyển hoặc giao hàng nhanh, đơn hàng nhỏ nhưng tần suất lớn, thời gian hàng lưu kho thường ngắn.

–Logistics trong hình thức C2C:

Đặc điểm của logistics theo hình thức này cũng gần giống như hình thức B2C. Tại Việt Nam, các công ty logistics phục vụ TMĐT như “Giao hàng nhanh”, “Giao hàng

tiết kiệm" đều phục vụ B2C cũng như C2C. Trong cuốn sách này, nhóm tác giả chủ yếu đề cập đến logistics trong hình thức B2C.

1.2 Tổng quan về vận chuyển hàng hóa

1.2.1 Khái niệm về vận chuyển hàng hóa

Vận chuyển hàng hóa là quá trình di chuyển hàng hóa từ nơi này đến nơi khác bằng các phương tiện giao thông khác nhau. Đây là một hoạt động kinh tế quan trọng, đóng vai trò cầu nối giữa các khâu sản xuất, phân phối và tiêu dùng.

- Vận chuyển: Là hành động di chuyển, chuyển đổi vị trí của một vật thể từ điểm A đến điểm B.
- Hàng hóa: Bao gồm mọi sản phẩm, nguyên vật liệu, hàng hóa tiêu dùng, hàng hóa công nghiệp,... được sản xuất ra và cần được đưa đến tay người tiêu dùng.
- Phương tiện giao thông: Các loại phương tiện được sử dụng để vận chuyển hàng hóa như: ô tô, tàu hỏa, tàu thủy, máy bay, xe máy,...

1.2.2 Vai trò của vận chuyển hàng hóa

Vận tải hàng hóa có một chức năng quan trọng đặc biệt là trong việc vận chuyển hàng hóa. Bất cứ một quá trình sản xuất nào của xã hội cũng đòi hỏi cần có sự tham gia của vận tải. Không có vận tải thì không thể thực hiện được sản xuất. Vận tải hàng hóa rất cần thiết đối với tất cả các giai đoạn quá trình sản xuất, từ khâu đầu vào khi vận chuyển nguyên vật liệu, nhiên liệu, vật liệu cho quá trình sản xuất đến khâu đầu ra là vận chuyển thành phẩm sau khi sản xuất.

– Vận tải hàng hóa có vai trò như một mạch máu của nền kinh tế:

- Vận tải hàng hóa là mạch máu của nền kinh tế, vận tải giúp nối liền các ngành, các đơn vị sản xuất với nhau, nối liền khu vực sản xuất với khu vực tiêu dùng, nối liền thành thị với nông thôn, miền ngược với miền xuôi. Góp phần làm cho nền kinh tế trở thành một khối thống nhất. Sự phát triển của lực lượng sản xuất và trình độ chuyên môn hóa kéo theo sự phát triển không ngừng của dịch vụ vận tải.

- Logistics có nghĩa là một chu kỳ khép kín của sự vận động từ nguyên liệu đến thành phẩm. Từ khi bắt đầu sản xuất đến nơi tiêu thụ cuối cùng. Logistics bao gồm 4 yếu tố: vận tải, marketing, phân phối và quản lý, trong đó vận tải hàng hóa là yếu tố quan trọng nhất và chiếm nhiều chi phí nhất.

- Việc lựa chọn hình thức vận tải, phương thức vận tải hợp lý sẽ giúp tiết kiệm chi phí và đảm bảo giá thành sản phẩm được tốt nhất, mang tính cạnh tranh tới tay người tiêu dùng. Đây cũng là yếu tố góp phần quan trọng trong việc quyết định đi đến thành công trong lĩnh vực sản xuất của công ty, doanh nghiệp...

1.2.3 Các phương thức vận chuyển hàng hóa

1.2.3.1 Các phương thức vận tải phổ biến hiện nay

Phươn g thức vận chuyển	Khái niệm	Ưu điểm	Nhược điểm
Đường bộ	Theo quy định tại Khoản 30 Điều 3 Luật Giao thông đường bộ 2008 thì Vận tải đường bộ được hiểu như sau: Vận tải đường bộ là hoạt động sử dụng phương tiện giao thông đường bộ để vận chuyển người, hàng hóa trên đường bộ. Vận tải đường bộ chủ yếu dùng các loại xe máy, xe tải nên rất linh hoạt trong quá trình vận tải hàng hóa, không phụ thuộc vào giờ giấc và không có quy định thời gian cụ thể nào	– Linh hoạt trong quá trình vận chuyển hàng hóa. – Không bị phụ thuộc vào giờ giấc, lịch trình cố định và giao hàng theo thương lượng giữa các bên. – Đa dạng phương tiện vận chuyển (nhiều loại xe ô tô khác nhau). – Tiết kiệm thời gian vận chuyển. – Phù hợp vận chuyển ở cự ly gần.	– Có thể phát sinh chi phí tại các trạm thu phí đường dài. – Tiềm ẩn một số rủi ro, tai nạn khi vận chuyển. – Không vận chuyển được hàng hóa có kích thước quá lớn. – Chịu ảnh hưởng bởi yếu tố thời tiết.

	mà chỉ cần các bên tự thống nhất thời gian cũng như có thể thay đổi trong quá trình vận chuyển.	– Ít bị phát sinh chi phí do không vận chuyển qua trung gian.	
Đường sắt	Vận tải đường sắt là một phương tiện giao thông, một yếu tố thúc đẩy phát triển kinh tế, được sử dụng để vận chuyển hàng hóa cũng như vận chuyển hành khách. Hệ thống vận chuyển bằng cách sử dụng đường ray và sử dụng các bánh xe bằng kim loại (thường là thép) gắn trên đường ray như đầu máy và các toa xe (Hệ thống này được gọi là một đoàn tàu). Vận tải đường sắt đã tồn tại từ lâu đời và được coi là một phương thức vận chuyển quan trọng trên toàn cầu.	– Cước phí rẻ hơn so với vận chuyển hàng hóa qua đường bộ. – Vận chuyển được hàng hóa với kích thước và khối lượng từ nhỏ cho đến lớn, rất lớn dễ dàng. – Đảm bảo khá tốt an toàn hàng hóa khi vận chuyển. – Quá trình vận chuyển không bị ảnh hưởng nhiều bởi yếu tố thời tiết.	– Không linh hoạt khi vận chuyển vì chỉ có thể sử dụng tàu hỏa chuyên hàng trên đường ray. – Phải kết hợp với các hình thức vận chuyển khác khi vận chuyển.
Đường thủy	Vận tải đường biển hay vận tải biển là hình thức vận chuyển hàng hóa thông qua việc sử dụng cơ sở vật chất, hạ tầng đường biển nhằm phục vụ cho	– Chuyên chở được hàng hóa khối lượng cực lớn. Lượng hàng vận chuyển cao hơn rất nhiều so với hình	– Thời gian giao hàng chậm hơn so với hình thức khác. – Quá trình vận chuyển chịu ảnh

	hoạt động vận chuyển. Tùy vào tuyến đường, loại hàng hóa, phương tiện vận chuyển là các tàu thuyền và phương tiện xếp, tháo dỡ hàng hóa như xe cần cẩu... Cơ sở hạ tầng để phục vụ cho vận tải đường biển bao gồm các cảng biển, các cảng trung chuyển...	thức vận tải khác. – Chi phí vận chuyển thấp khi chuyển hàng với số lượng lớn. – Thúc đẩy giao lưu kinh tế giữa các nước trong khu vực và trên thế giới có tuyến vận tải đường biển. – Đảm bảo hàng hóa vận chuyển luôn an toàn.	hưởng nhiều của yếu tố thời tiết. – Có thể gặp rủi ro khi vận chuyển như tai nạn, cướp biển,... – Thủ tục vận chuyển khá phức tạp.
Đường hàng không	Vận tải Hàng không là việc sử dụng phương tiện vận tải bằng máy bay để vận chuyển hàng hóa từ nơi này đến nơi khác. Trong đó hàng hóa được đóng gói và chất xếp theo tiêu chuẩn của ngành hàng không. Việc vận chuyển được thực hiện bằng máy bay chở hàng chuyên dụng hoặc buồng chứa của máy bay vận tải hành khách.	– Thời gian vận chuyển nhanh nhất trong các loại hình vận tải. – Hàng hóa vận chuyển được đảm bảo an toàn tốt, ít gặp rủi ro. – Phù hợp vận chuyển hàng giá trị cao, hàng cần chuyển đi gấp. – Vận chuyển ở khoảng cách từ gần, xa đến rất xa dễ dàng.	– Cước vận chuyển rất cao. – Khối lượng hàng hóa vận chuyển bị hạn chế. – Thủ tục gửi hàng phức tạp, có nhiều quy định và chính sách cần tuân thủ khi gửi hàng hóa. – Chịu ảnh hưởng nhiều bởi yếu tố thời tiết.

Đường ống	Vận tải đường ống là quá trình vận chuyển hàng hóa liên tục đi qua nhiều địa hình khác nhau từ điểm xuất phát đến điểm đích bằng cách sử dụng hệ thống các tuyến đường ống được nối từ quốc gia này sang quốc gia khác.	– Vận chuyển được hàng hóa khối lượng lớn. – Quá trình vận chuyển không bị gián đoạn bởi một số yếu tố như hạ tầng giao thông,... – Phù hợp vận chuyển các loại hàng hóa dạng lỏng, khí tại những vùng có địa hình phức tạp. – Không gặp phải sự cố gây tổn thất, mất mát dọc đường. – Không gây ô nhiễm môi trường và không bị tác động bởi yếu tố thời tiết.	– Bị giới hạn về loại hàng gửi vận chuyển (chỉ chuyển hàng dạng lỏng, khí). – Vốn đầu tư xây dựng lớn, chi phí bỏ ra nhiều – Khó kiểm soát an ninh và an toàn của hệ thống vận tải.
--------------	---	--	---

Bảng 1. 1 Các phương thức vận chuyển hàng hóa phổ biến ở Việt Nam

(Nguồn: als.com.vn)

1.2.3.2 Phương thức vận tải đa phương thức

Hàng hóa được chuyển từ phương thức vận tải này sang phương thức vận tải khác. Sự phối hợp giữa các hình thức vận tải giải quyết được những vấn đề chuyển tải hàng hóa ở các điểm vận tải đầu mối giữa các phương thức vận tải và đáp ứng yêu cầu bức xúc của người gửi hàng và người nhận hàng. Quá trình hình thành và phát triển của vận

tải đa phương thức là kết quả tất yếu khách quan của sự tiến bộ khoa học kỹ thuật và công nghệ trong vận tải, sự tác động của quá trình thương mại quốc tế và cuộc cách mạng trong công nghệ tin học trên thế giới. Trong quy trình vận tải giao nhận trên vai trò của các phương thức vận tải là cốt lõi, xuyên suốt và kết nối các chuỗi vận tải.

Mô hình	Khái niệm	Áp dụng
Vận tải đường biển - vận tải hàng không (sea/air)	Mô hình này là sự kết hợp giữa tính kinh tế vận tải đường biển và tính ưu việt về tốc độ của vận tải hàng không	Áp dụng chuyên chở những hàng hóa có giá trị cao và những mặt hàng mang tính thời vụ cao. Lợi ích của mô hình này được đảm bảo đó là tính thời vụ, giá trị của hàng hóa, giảm thời gian vận chuyển và có tính cơ động cao. Tuy nhiên cũng đòi hỏi phải có một cơ sở hạ tầng cơ sở phát triển.
Vận tải ô tô - vận tải hàng không	Mô hình này sử dụng để phối hợp khai thác ưu thế linh hoạt, cơ động của vận tải đường ô tô và ưu thế nhanh chóng của vận tải hàng không.	Người ta tập trung nguồn hàng về các cảng hàng không hoặc phân phối từ các cảng hàng không đến nơi giao hàng cuối cùng sâu trong nội địa. Vận tải bằng ô tô thực hiện ở các cảng hàng không đầu và cuối là những chặng vận tải phụ.
Vận tải đường sắt - vận tải đường ô tô.	Đây là sự kết hợp giữa tính an toàn, chuyên	Vận chuyển hàng hóa đi các tỉnh thành xa, khó tiếp cận, hàng hóa có khối

	chở đường dài và tốc độ nhanh Của vận tải đường sắt với tính cơ động, linh hoạt của vận tải bằng đường ô tô.	lượng lớn, cần giao hàng nhanh và tiết kiệm chi phí vận chuyển
Vận tải đường sắt - đường ô tô - đường nội thủy - đường biển.	Mô hình vận tải đa phương thức này là sự kết hợp linh hoạt của nhiều phương tiện giao thông khác nhau để vận chuyển hàng hóa từ điểm xuất phát đến điểm đến cuối cùng.	Hàng hóa được vận chuyển bằng đường sắt, đường ô tô hoặc đường nội thủy đến cảng biển của nước nhập khẩu. Từ các cảng biển này hàng hóa lại được vận chuyển lại được vận chuyển đến người nhận ở sâu trong nội địa bằng đường ô tô, đường sắt hoặc đường nội thủy. Mô hình này thích hợp với các loại hàng hóa chở bằng container.
Cầu lục địa	Hàng hóa được vận chuyển từ điểm xuất phát đến điểm đích thông qua đường biển và đường bộ, sử dụng cả hai phương thức vận tải. Quy mô vận tải đường biển này lớn do phải di chuyển từ châu lục này sang châu lục khác nên thời gian vận chuyển cũng khá lâu.	Sau khi hàng hóa được vận tải đường biển hàng hóa sẽ tiếp tục được vận chuyển bằng một loại hình vận tải trên đất liền như vận tải đường sắt, vận tải ô tô,...sau đó, hàng hóa lại tiếp tục được vận tải theo đường biển.

Mini bridge	Kết hợp giữa đường biển và đường sắt đích đến cuối là thành hồ cảng thứ 2 của nước đến	Container được vận chuyển từ cảng một nước này qua cảng nước khác, sau đó vận chuyển bằng đường sắt đến một thành phố cảng thứ hai của nước đến theo một vận đơn đi suốt do người chuyên chở đường biển cấp.
Micro bridge	Kết hợp giữa đường biển và đường sắt, nơi đến cuối cùng là khu công nghiệp hoặc trung tâm thương mại trong nội địa quốc gia	Hàng hóa nội địa.

Bảng 1. 2 Các mô hình vận tải của vận tải đa phương thức

(Nguồn: antlogistics.vn)

1.2.4 Các yếu tố ảnh hưởng đến vận chuyển hàng hóa

★ Yếu tố khách quan

- Tình hình thời tiết: Thời tiết xấu, như mưa bão, gây trục trặc cho việc vận chuyển và chuyển phát hàng hóa. Lũ lụt và sạt lở do mưa lớn trong mùa mưa ở Việt Nam làm khó khăn cho giao thông và khiến việc chuyển phát nhanh bị chậm trễ.
- Sương mù: Đất nước nhiệt đới như Việt Nam thường xuất hiện sương mù trong mùa đông, gây cản trở cho giao thông. Các chuyến bay có thể bị hủy hoặc trì hoãn, xe tải cũng gặp khó khăn vì mất tầm nhìn.

★ Yếu tố chủ quan

- Lộ trình vận chuyển: Quãng đường vận chuyển xa cần nhiều thời gian hơn so với khoảng cách ngắn. Chuyển phát nhanh nội tỉnh nhanh hơn so với nội địa và quốc tế. Vùng đô thị với hệ thống giao thông phát triển cho phép giao nhận nhanh chóng hơn so với vùng nông thôn miền núi có đường sá khó khăn.

- Phương thức vận chuyển: Các phương thức vận chuyển khác nhau có thời gian di chuyển khác nhau. Vận chuyển hàng hóa bằng đường hàng không tốn kém hơn, nhưng thời gian chuyển phát nhanh hơn đáng kể so với vận chuyển đường biển.
- Hiệu quả công ty chuyển phát nhanh: Phong cách làm việc của đơn vị vận chuyển ảnh hưởng đến thời gian chuyển phát. Nhân viên vận chuyển nhiệt tình và chuyên nghiệp sẽ đảm bảo thời gian giao nhận nhanh chóng và chính xác.
- Khách hàng sử dụng dịch vụ vận chuyển: Thông tin không chính xác từ khách hàng, như sai địa chỉ hoặc không rõ ràng, gây khó khăn trong việc xác định đích đến và làm chậm tiến độ chuyển phát nhanh. Chính vì vậy, nắm chắc các thủ tục gửi hàng đi nước ngoài sẽ làm giảm sự mất thời gian trong các công đoạn khác.

1.3 Vai trò của E-Logistics trong vận chuyển hàng hóa

Trong bối cảnh nền kinh tế toàn cầu hóa, dịch vụ vận tải hàng hóa toàn cầu đóng vai trò thiết yếu trong việc duy trì dòng chảy thương mại quốc tế. Việc cung ứng hàng hóa giữa các quốc gia đòi hỏi một hệ thống vận tải chuyên nghiệp và đồng bộ. Dịch vụ này không chỉ đảm bảo hàng hóa được chuyển giao một cách hiệu quả mà còn tối ưu hóa chuỗi cung ứng, góp phần quan trọng vào việc phát triển kinh tế và xã hội ở cả tầm vĩ mô.

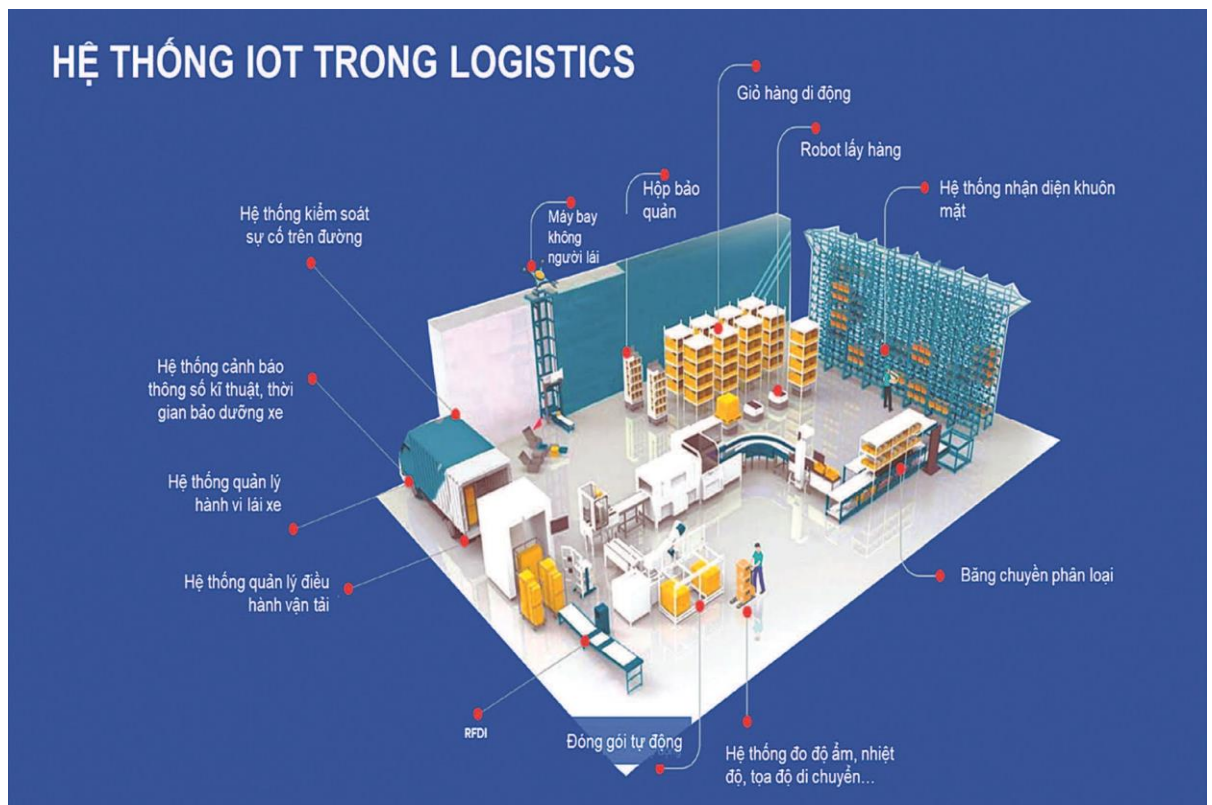
Dịch vụ vận tải hàng hóa toàn cầu đang trải qua một giai đoạn chuyển biến mạnh mẽ với những cải tiến liên tục để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao và phức tạp của thị trường quốc tế.

E-Logistics đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao hiệu quả và tính cạnh tranh của các doanh nghiệp trong lĩnh vực vận chuyển. Bằng việc ứng dụng công nghệ, E-Logistics giúp tối ưu hóa quá trình vận chuyển, giảm chi phí, tăng cường sự hài lòng của khách hàng và tạo ra lợi thế cạnh tranh cho các doanh nghiệp.

- Một trong những xu hướng đáng chú ý nhất là tối ưu hóa hiệu quả vận hành. Nhờ vào việc áp dụng các công nghệ tiên tiến như IoT (Internet of Things), AI (trí tuệ nhân tạo) và Big Data, các công ty vận tải có thể theo dõi và quản lý hàng hóa theo thời gian thực, từ đó nâng cao hiệu suất hoạt động và giảm thời gian giao hàng.

- Giảm thiểu chi phí là một yếu tố không thể thiếu trong ngành vận tải hàng hóa, đặc biệt trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt. Các công ty vận tải đang sử dụng các giải pháp như tự động hóa quy trình làm việc, tối ưu hóa lộ trình và sử dụng nhiên liệu hiệu quả hơn. Việc tích hợp công nghệ blockchain cũng giúp minh bạch hóa các giao dịch và giảm bớt các chi phí liên quan đến giấy tờ và thủ tục hành chính.

- Nâng cao trải nghiệm khách hàng thông qua công nghệ hiện đại cũng là một yếu tố quyết định. Việc sử dụng các nền tảng kỹ thuật số và ứng dụng di động giúp khách hàng có thể theo dõi và điều chỉnh dịch vụ vận tải hàng hóa một cách hiệu quả. Thậm chí, một số công ty đã đưa ra các dịch vụ khách hàng hỗ trợ bằng AI để giải đáp thắc mắc và hỗ trợ kịp thời.



Hình 1. 4 Hệ thống IoT trong Logistics

(Nguồn: ictvietnam.vn)

TÓM TẮT CHƯƠNG 1

Cùng với sự phát triển kinh tế - xã hội trong nhiều thập kỷ qua, Logistics được nghiên cứu sâu và áp dụng sang các lĩnh vực khác như sản xuất, kinh doanh. Thuật ngữ Logistics ngày nay được hiểu với nghĩa quản lý (Management) hệ thống phân phối vật chất của các đơn vị sản xuất kinh doanh trong xã hội. Nhưng cho đến nay trên thế giới chưa có một định nghĩa nào đầy đủ về Logistics. Khái niệm về Logistics được đưa ra tùy theo góc độ mà người ta nghiên cứu nó.

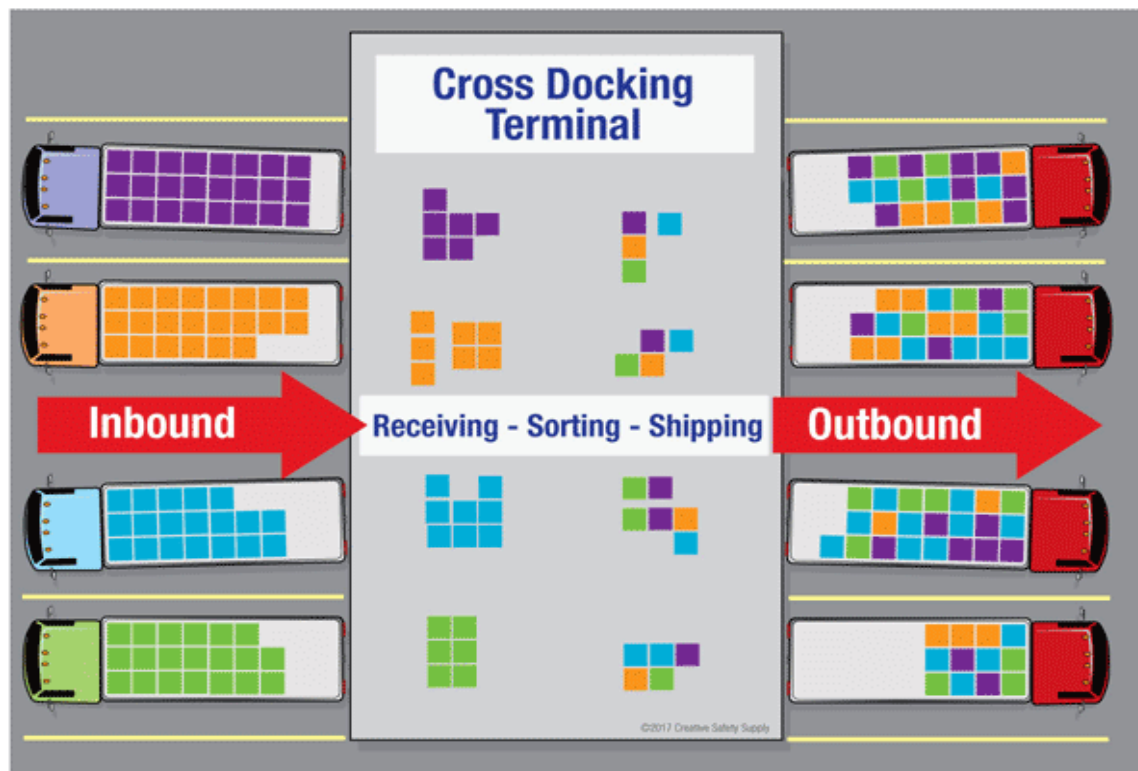
Logistics trong TMĐT là toàn bộ các hoạt động nhằm hỗ trợ việc di chuyển hàng hóa từ nơi cung ứng đến nơi tiêu dùng qua các giao dịch mua bán điện tử. Về căn bản, các hoạt động logistics diễn hình trong TMĐT cũng không khác trong thương mại truyền thống. Logistics trong TMĐT giúp xây dựng mạng lưới gom hàng tối ưu, chi phí tồn kho, giảm lượng hàng tồn, nâng cao lợi thế cho các đơn hàng điện tử và dịch vụ giao hàng chặng cuối, quan tâm đến giải pháp gom hàng và cross-docking.

Vận chuyển hàng hóa là quá trình di chuyển hàng hóa từ nơi này đến nơi khác bằng các phương tiện giao thông khác nhau. Đây là một hoạt động kinh tế quan trọng, đóng vai trò cầu nối giữa các khâu sản xuất, phân phối và tiêu dùng.

E-Logistics đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao hiệu quả và tính cạnh tranh của các doanh nghiệp trong lĩnh vực vận chuyển. Bằng việc ứng dụng công nghệ, E-Logistics giúp tối ưu hóa quá trình vận chuyển, giảm chi phí, tăng cường sự hài lòng của khách hàng và tạo ra lợi thế cạnh tranh cho các doanh nghiệp.

CHƯƠNG 2. THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG E-LOGISTICS TRONG VẬN CHUYỂN HÀNG HÓA TẠI VIỆT NAM HIỆN NAY

2.1 Xu hướng phát triển E-Logistics trên thế giới



Hình 2. 1 Cross-docking trong vận hành kho hàng

(Nguồn: gosmartlog.com)

Thị trường TMĐT thế giới và các nước trong khu vực tiếp tục được dự đoán tăng với mức 2 con số. Đây chính là tiền đề thúc đẩy logistics trong TMĐT phát triển nhằm đáp ứng nhu cầu thị trường. Từ đó có thể thấy logistics trong TMĐT phát triển theo các hướng sau đây.

- Thứ nhất, là sự kết thúc của phương thức vận chuyển các lô hàng nguyên container (FCL - full container load) và mở ra thời đại vận chuyển theo đơn hàng lẻ (LCL - less than a container load). Lý do là TMĐT bùng nổ, TMĐT làm hạn chế vốn lưu động, thu hẹp lượng tồn kho và tối ưu hóa chuỗi cung ứng, dẫn đến kích thước lô hàng công nhỏ và việc đặt hàng diễn ra thường xuyên hơn. Người nhận hàng luôn ý thức về tài sản và lượng tồn kho của họ; lượng tài sản này phải thật tinh gọn và đạt

mức thấp nhất có thể. Mặt khác, nhiều nhà bán lẻ nhỏ cũng không đủ khả năng mua được hàng hóa với khối lượng lớn từ các nền kinh tế phát triển. Nhu cầu này đã khiến các chủ hàng sử dụng các đơn đặt hàng với số lượng nhỏ và vận chuyển đến vị trí địa lý đa dạng. Xu hướng này có ý nghĩa quan trọng đối với 3PL và các nhà giao nhận, đòi hỏi họ phải xây dựng mạng lưới gom hàng tối ưu, giảm lượng hàng tồn, chi phí tồn kho, quan tâm đến giải pháp gom hàng và cross-docking, nâng cao lợi thế cho các đơn hàng điện tử và dịch vụ giao hàng chặng cuối (last-mile delivery).

– Thứ hai, tái cấu trúc các chuỗi cung ứng và logistics do TMĐT phát triển đã thúc đẩy các công ty thương mại chuyển sang hoạt động đa kênh (omni-channel) để có thể hiện diện mọi nơi mọi lúc trên các thiết bị mà người tiêu dùng đang sử dụng. Ranh giới giữa thương mại truyền thống và TMĐT mờ dần. Khi kinh doanh đa kênh trở thành một phương thức thương mại mới thì việc giao hàng trong ngày trở thành tiêu chí về chất lượng dịch vụ của các công ty bán lẻ, bất kể đó là công ty TMĐT hay công ty thương mại truyền thống. Điều này thúc đẩy sự thích nghi của các hệ thống logistics. Thương hiệu TMĐT Amazon đã tái cấu trúc hệ thống logistics từ những tổng kho thành những trung tâm hoàn tất đơn hàng (fulfillment centers) và trung tâm phân phối (distribution centre), Target đang nỗ lực xóa dần ranh giới giữa các cửa hàng bách hóa truyền thống và hệ thống phân phối TMĐT. Nhà bán lẻ khổng lồ này đang khản trương tái cấu trúc những cửa hàng theo hướng gọn nhẹ hơn, và có thể thực hiện nhiều chức năng của một trung tâm phân phối. Họ đang mở rộng những giải pháp để bổ sung thêm nhiều tùy chọn về mua hàng cho khách hàng như giao hàng đến tận nhà cho khách đặt hàng qua mạng tại các cửa hàng bán lẻ.

– Thứ ba, ứng dụng công nghệ thông tin (IT) đối với logistics trong TMĐT. Cuộc cách mạng công nghiệp (CMCN) 4.0 với những bứt phá trong lĩnh vực trí tuệ nhân tạo; theo hướng tích hợp trí tuệ nhân tạo với mạng lưới kết nối Internet vạn vật (IoT) và các công cụ hiện đại hóa đang bắt đầu thay đổi toàn bộ viễn cảnh của dịch vụ kho bãi và phân phối hàng. Đối với lĩnh vực logistics, cuộc cách mạng này sẽ ngày càng mở rộng việc kết nối những thiết bị phi truyền thống như pallet, xe cần cẩu, thậm chí xe rơ-moóc chở hàng với mạng internet. Tất cả các công ty logistics lớn dự kiến sẽ sử dụng công nghệ IoT và dự báo trong vòng 3 năm tới, IoT sẽ trở nên phổ biến trong lĩnh vực logistics.

- Bên cạnh đó, các công ty logistics đang nhanh chóng cải tiến công nghệ để bắt kịp xu hướng này và cải thiện tỷ suất lợi nhuận, thông qua việc trang bị các công cụ tự động, hiện đại như: Robot giúp tiết kiệm năng lượng, chi phí lao động phổ thông: Xe chuyển hàng tự động (AGV) có thể thực hiện đơn hàng, tự bổ sung hàng trong kho bãi; Thiết bị theo dõi, định vị, dẫn đường và quan sát bằng các thiết bị sử dụng WiFi, Bluetooth; Ứng dụng Co-pilot trên Android của điện thoại di động được sử dụng trong hoạt động logistics quốc tế. Ứng dụng cung cấp định tuyến (mapping) và định hướng (direction routing), tạo điều kiện cho chuyển hướng thông qua việc theo dõi trực tuyến phương tiện vận tải, Ứng dụng quét mã vạch trực tuyến trong quản lý kho: Tối ưu hóa hàng tồn kho dựa trên điện toán đám mây: Ứng dụng kiểm soát lao động hàng ngày trong logistics (Ứng dụng Web fleet của Android): Tích hợp hợp đồng dịch vụ, quản lý đơn hàng, quan hệ khách hàng trong logistics trực tuyến.....

- Dịch vụ logistics trong TMĐT là ngành mang tính quốc tế cao và ứng dụng nhanh tiến bộ khoa học công nghệ vào các hoạt động. Hiện nay, các nước phát triển đang từng bước thực hiện E-logistics, green logistics, E-Documents... và ứng dụng công nghệ điện toán đám mây, công nghệ Blockchain.... Trong bối cảnh CMCN 4.0, Việt Nam cũng đã bắt đầu ứng dụng trí tuệ nhân tạo hay robot vào thực hiện một số dịch vụ, như dịch vụ đóng hàng vào container hay dỡ hàng khỏi container, xếp dỡ hàng hóa trong kho, bãi....

- Thứ tư, xu hướng mua lại và sáp nhập (M&A) trong lĩnh vực logistics trong TMĐT được xem là một trong các xu hướng chủ đạo trong thời gian gần. Các thương vụ M&A trong lĩnh vực này thường tập trung vào các dịch vụ như thanh toán điện tử, giao nhận hay giao hàng chặng cuối. Cho đến thời điểm hiện nay Amazon là một trường hợp điển hình cho sự thành công trong ứng dụng công nghệ thông tin trong lĩnh vực logistics, từ đó tối ưu hóa việc sử dụng tài nguyên, nâng cao chất lượng quá trình, hiệu suất để tăng tốc độ và minh bạch trong việc ra quyết định, đồng thời cải thiện hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp.

- Thứ năm, xu hướng phát triển logistics đối với TMĐT xuyên biên giới (cross-border). Càng ngày càng có nhiều hiệp định thương mại song phương và đa phương có hiệu lực, trong các hiệp định thương mại thế hệ mới này, các cam kết về

thương mại điện tử đều được đặt ra. Đây chính là cơ hội đầy tiềm năng cho logistics trong TMĐT phát triển.

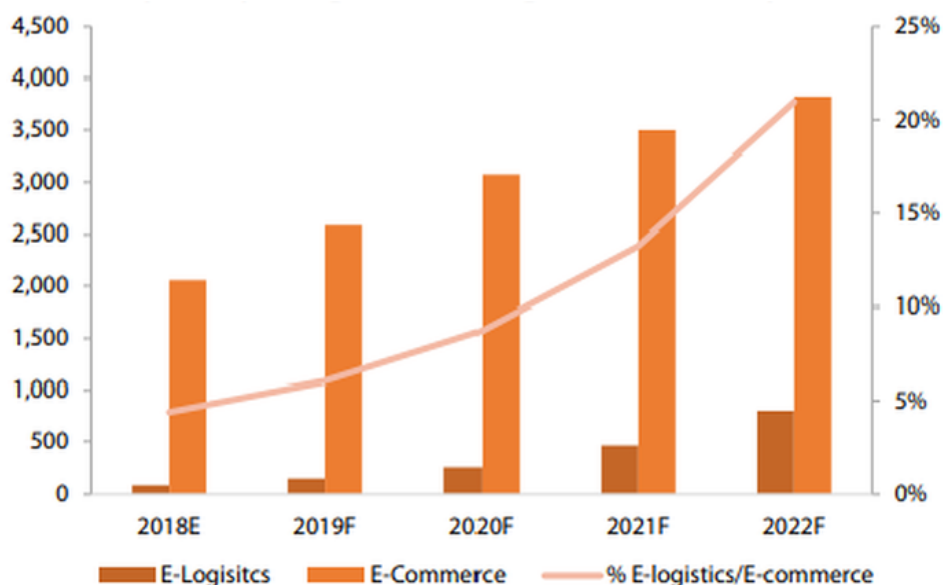
STT	Ứng dụng CNTT	Thực hiện (%)	Kỳ vọng thực hiện trong tương lai gần (%)	Không có nhu cầu (%)
1	Logistics thông minh (Smart logistics)	6,1	29,7	64,2
2	Logistics xanh (Green logistics)	5,4	27	67,6
3	Logistics cho TMĐT (E-Logistics)	10,8	27	62,2
4	TMĐT (E-Commerce)	15,5	23,6	60,8
5	Logistics điện toán đám mây (Cloud Logistics)	10,8	23,6	65,5
6	Theo dõi và truy xuất (Tracking & Tracing)	38,5	14,9	46,6
7	Hệ thống quản lý giao nhận (Forwarding Management System)	41,9	14,9	43,2
8	Quản lý đơn hàng (Order management)	16,9	20,3	62,8
9	Quản lý nhân sự (Human resource management)	26,4	20,9	52,7
10	Hệ thống quản lý kho hàng (Warehouse Management System)	34,5	20,3	45,3
11	Hệ thống trao đổi dữ liệu điện tử (EDI-Electronic Data Interchange)	31,8	14,9	53,4
12	Hệ thống quản lý vận tải (TMS-Transport Management System)	37,6	22,1	40,3
13	Khai báo hải quan (Customs Declaration)	75,2	5,4	19,5
14	Soi mã vạch (Barcode scanning)	27	24,3	48,6
15	Nhận dạng bằng sóng vô tuyến (Radio Frequency Identification - RFID)	4,7	18,9	76,4

Hình 2. 2 Áp dụng CNTT của các doanh nghiệp thành viên

(Nguồn: VLA(2020))

Trong năm 2020, Chính phủ Nhật Bản và 20 công ty lớn nhất của nước này đã công bố một nền tảng kỹ thuật số - công nghệ blockchain, để quản lý và tích hợp thông tin trong giao dịch thương mại, nhằm tăng cường mối quan hệ giữa Nhật Bản và ASEAN cũng như thúc đẩy số hóa các thủ tục thương mại. Trong đó, Việt Nam là nước đầu tiên thực hiện việc chạy thử nghiệm hệ thống mới, để tiến tới triển khai cho 9 nước thành viên trong khối ASEAN. Hệ thống này sẽ xác định các điểm nghẽn tiềm ẩn trong chuỗi cung ứng bằng cách sử dụng trí tuệ nhân tạo để phân tích dữ liệu trong quá khứ liên quan đến các giao dịch. Nền tảng đồng thời sẽ giảm thiểu và loại bỏ nhu cầu trao đổi tài liệu bản cứng.

2.2 Tình hình hoạt động E-Logistics trong vận chuyển hàng hóa ở Việt Nam hiện nay



Hình 2. 3 Quy mô thị trường e-logistics và e-commerce ước tính(triệu EUR)

(Nguồn: vietmis.com)

Nhờ vào mức độ thâm nhập cao của internet và sự nổi lên của xu hướng mua sắm trực tuyến, Việt Nam là một trong những thị trường TMĐT phát triển nhanh nhất ở Đông Nam Á. Với sự bùng nổ này, nhu cầu về logistics trong hệ sinh thái TMĐT (e-logistics) là rất lớn. Theo ước tính của hãng nghiên cứu thị trường Ken Research, quy mô của thị trường e-logistics này được ước tính có giá trị 90 triệu EUR vào năm 2018 và được dự báo sẽ đạt mức tăng trưởng trung bình 42% mỗi năm cho đến năm 2022.

Tại Việt Nam, hiện nay đang có một số nghiên cứu ứng dụng khoa học công nghệ cao như Blockchain vào hoạt động logistics. Trong đó, đang thực hiện việc nghiên cứu áp dụng đại trà e-DO (Giấy giao hàng điện tử) cho các lô hàng lẻ (LCL) và tham gia dự án e-B/L của Hiệp hội Giao nhận vận tải quốc tế (FIATA). Điển hình như Tân Cảng Sài đang áp Gòn dụng thử nghiệm e-Port, e-DO với một vài hãng tàu..... Trong đó phải kể đến một số ứng dụng công nghệ thông tin (CNTT) trong hoạt động sản xuất, kinh doanh như:

- Quản lý vận tải, hệ thống định vị GPS cung cấp định tuyến cho người quản lý xa cũng như cung cấp cập nhật thông tin lô hàng cho khách hàng; Tạo các Sản

giao dịch vận tải Sàn giao dịch giúp kết nối xe tải với người gửi hàng, kết nối cung (xe tải giúp tận dụng tài nguyên, tiết kiệm chi phí; Hệ thống định tuyến - Những phần mềm lập kế hoạch cho đường xe chạy, theo dõi lượng hàng trên xe...

–Quản lý kho hàng, tự động hóa đã được thiết lập ở nhiều kho, bãi tự động hóa quy trình công việc bằng hệ thống quản lý kho (WMS). Dù hệ thống này đã chứng tỏ giúp kho hàng hoạt động hiệu quả, nhưng tự động hóa toàn bộ là việc có thể xây dựng những kho hàng được tự động hóa và thiết kế có chủ đích.

–Khâu tổ chức công việc: Làm việc "di động" trong ngành Logistics. Điển hình là tạo các kênh tiếp cận thông tin dịch vụ đến gần hơn với khách hàng như: website, fanpage. twitter, các web vệ tinh ... với các tính năng ưu việt dễ dàng sử dụng bằng smartphone, từ đó tạo tính dễ kết nối giữa khách hàng và doanh nghiệp. Đồng thời tạo nhóm hỗ trợ tư vấn và cung cấp dịch vụ cho khách hàng nhanh chóng, kịp thời; Tạo hệ thống câu hỏi lấy ý kiến khách hàng bằng ứng dụng CNTT, tạo các nhóm group hỗ trợ về kiến thức xuất nhập khẩu, logistics trên mạng xã hội, từ đó tạo ra các cơ hội tiếp cận khách hàng cũng như cơ hội kinh doanh mới.

➤ Thực tế đang dần chứng minh rằng, việc áp dụng CNTT đặc biệt là sử dụng Big Data và AI để phân tích dữ liệu và phối hợp nguồn nhân lực vào hoạt động sản xuất kinh doanh là giải pháp tối ưu. Lấy công nghệ làm cốt lõi cho sự phát triển, cho nên móng của một dịch vụ logistics hiện đại, tham gia sâu vào hoạt động của chuỗi cung ứng nhằm tham gia vào hệ thống chuỗi cung ứng quốc tế, phát triển mạnh mẽ trở thành một nhà cung cấp 4PLs có thương hiệu, có công nghệ logistics và các hệ thống phần mềm chuỗi cung ứng. kết nối với khách hàng đảm bảo các giá trị cốt lõi, vươn tới tầm nhìn và mục tiêu đã đặt ra. Trong tương lai, định hướng đầu tư mở rộng trung tâm logistics theo hướng hiện đại, áp dụng công nghệ 4.0 nhằm giảm chi phí với mục tiêu logistics tích hợp, đặc biệt là trong ngành thương mại điện tử và chuyển phát nhanh sẽ là xu hướng chung của nhiều doanh nghiệp dịch vụ logistics.

Bên cạnh các trung tâm logistics hữu hình, hiện nay, với sự tiến bộ của công nghệ và sự phát triển của thương mại điện tử, từ cuối năm 2018, tại Việt Nam bắt đầu hình thành một mô hình mới, đó là: Dropshipping. Đây là một dạng mô hình kinh doanh cho phép cửa hàng trực tuyến vận hành mà không cần đến quy trình lưu trữ tồn kho, sở hữu

sản phẩm và vận chuyển sản phẩm đến khách hàng. Mô hình này phù hợp với những người mới khởi đầu với không cần sở hữu sản phẩm.



Hình 2. 4 Mô phỏng mô hình dropshipping

(Nguồn: xuatnhapkhauleanh.edu.vn)

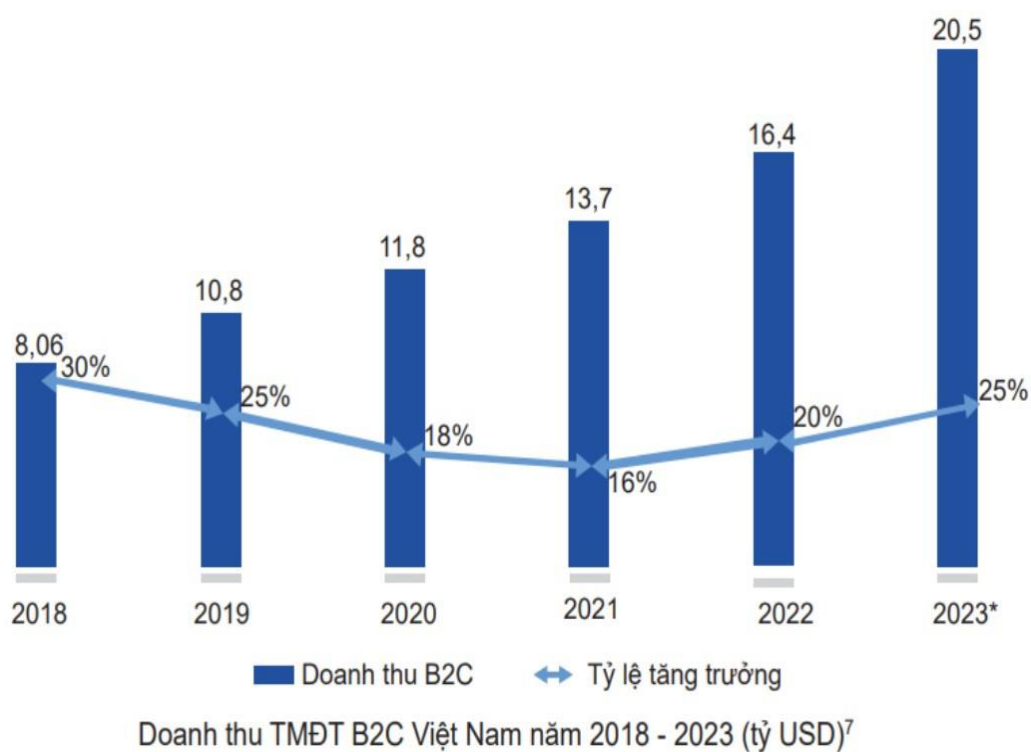
Hình thức này còn được xem là một hình thức quản lý chuỗi cung ứng “giao hàng bỏ qua khâu vận tải”, tại đây, nhà bán lẻ sẽ không giữ hàng trong kho. Khi khách hàng đặt mua hàng, dropshipper sẽ làm trung gian nhận hàng từ nhà cung cấp và nhà vận chuyển hàng để mang hàng hóa đến tay khách hàng. Mô hình này tập trung chủ yếu vào việc marketing sản phẩm, theo dõi đơn hàng, chăm sóc khách hàng và quản lý địa chỉ online bán hàng (một số trang web như Tiki, Lazada, Shopee, Amazon, eBay,...). Lợi nhuận chính là mức phí chênh lệch giá giữa nhà cung cấp và giá bán đã trừ đi chi phí vận chuyển. Trong đó, người vận hành mô hình này được gọi là dropShipper.

- Diễn hình cho mô hình mới này, có thể kể đến Netsale, với nền tảng dropshipping hoàn toàn miễn phí giúp người bán hàng có thể tiếp cận trực tiếp các nguồn hàng từ nhà sản xuất. Từ đó, người bán dễ dàng đưa sản phẩm lên các sàn E-commerce kết nối cùng Netsale và sử dụng dịch vụ vận chuyển từ nhà sản xuất đến tận tay người mua hàng. Netsale áp dụng mô hình kinh tế chia sẻ (sharing economy) từ việc phát triển cơ sở hạ tầng, công nghệ vững chắc và mở rộng kết

nối với các đối tác chiến lược trong khu vực Đông Nam Á, góp phần tạo nên một hệ sinh thái thương mại điện tử và bán hàng xuyên biên giới dành cho thị trường khu vực, trong đó có Việt Nam.

2.3 Thành công và hạn chế phát triển E-Logistics tại Việt Nam

2.3.1 Thành công



Hình 2. 5 Doanh thu TMĐT B2C Việt Nam năm 2018-2023 (tỷ USD)

(Nguồn: tapchitaichinh.vn)

❖ Năm 2023, TMĐT Việt Nam tiếp tục phát triển toàn diện với tốc độ tăng trưởng khoảng 25%. Sự tăng trưởng cao và liên tục từ năm 2018 cho thấy TMĐT của Việt Nam đã phát triển vượt bậc. Sự bùng nổ nhu cầu mua sắm trên mạng và giao nhận tại nhà ở Việt Nam trong những năm gần đây là cơ hội lớn cho phát triển logistics trong TMĐT.

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Ước tính số lượng người tiêu dùng mua sắm trực tuyến (triệu người)	39,9	44,8	49,3	54,6	57,0	61
Ước tính giá trị mua sắm trực tuyến của một người (USD)	202	225	240	251	288	336
Tỷ trọng doanh thu TMĐT B2C so với tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng cả nước	4,2%	4,9%	5,5%	7%	7,5%	8%
Tỷ lệ người dân sử dụng Internet ⁹	60%	66%	70%	73%	73,2%	78,6%

Hình 2. 6 Ước tính số lượng người tiêu dùng mua sắm qua internet của Việt Nam qua các năm

(Nguồn: cafef.vn)

Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số chỉ ra, ước tính số lượng người tiêu dùng mua sắm trực tuyến trong năm 2023 lên đến 61 triệu người và ước tính giá trị mua sắm trực tuyến của một người vào khoảng 336 USD. Cùng với đó, báo cáo cũng cho thấy tỷ lệ người dân sử dụng Internet lên đến 78,6 %.

Trong năm vừa qua, đã có nhiều hình thức mua sắm mới được phát triển mạnh mẽ, điển hình là xu hướng livestream (bán hàng phát trực tiếp) và bán hàng đa kênh đã đem lại doanh thu khổng lồ cho các nhà bán hàng chuyên nghiệp.

Điều này có thể nhận thấy trong xu hướng mua sắm hiện nay, trong khi các chợ truyền thống đã giảm nhiều số lượng người mua thì dịch vụ giao hàng cho các sàn thương mại điện tử lại phải làm việc hết công suất để phục vụ nhu cầu đặt hàng, mua sắm online của người tiêu dùng.

❖ Sự phát triển nhanh chóng của công nghệ trong lĩnh vực E-Logistics như trí tuệ nhân tạo, Blockchain, IoT và các phần mềm quản lý trực tuyến.

Các doanh nghiệp TMĐT Việt Nam đã ứng dụng CNTT trong quy trình đặt hàng và xử lý đơn hàng nhằm tăng tốc độ xử lý hàng hoá với độ chính xác cao hơn.

Nhờ vào việc áp dụng mã vạch và máy quét mã vạch, các doanh nghiệp có thể dễ dàng theo dõi sản phẩm trong các kho hàng, kết hợp hiệu quả giữa máy móc và nhân lực nhằm giảm chi phí vận hành và tăng năng suất kho hàng.

Bên cạnh đó, một số doanh nghiệp lớn có thể áp dụng công nghệ phân loại hàng hoá tự động, giúp tăng tốc độ hoàn thiện đơn hàng và tiết kiệm nhân công.

Hệ thống thanh toán điện tử và phương thức giao dịch của các doanh nghiệp TMĐT cũng ngày càng đa dạng khi khách hàng có thể thanh toán cho sản phẩm của mình thông qua các ví điện tử, thẻ ngân hàng, các ứng dụng trên điện thoại thông minh được tích hợp với hệ thống ngân hàng phủ khắp; điều này giúp cho tỷ lệ giao hàng thành công tăng cao hơn, giảm thời gian xoay vòng tiền vốn của các doanh nghiệp TMĐT.

❖ Lĩnh vực E-Logistics nói riêng và Logistics nói chung, đang là lĩnh vực dịch vụ được Nhà nước quan tâm

Phát triển với hàng loạt các chính sách được ban hành, gần đây đang tạo điều kiện cho ngành Logistics phát triển như: Quyết định 200/QĐ-TTg ngày 14/2/2017 của Chính phủ về kế hoạch hành động nâng cao năng lực cạnh tranh cho DN dịch vụ Logistics ở Việt Nam đến năm 2025 và Quyết định 221/QĐ ngày 22/02/2021, sửa đổi bổ sung Quyết định số 200/QĐ-TTG ngày 14/02/2017 về việc phê duyệt kế hoạch hành động nâng cao năng lực cạnh tranh và phát triển dịch vụ Logistics Việt Nam đến năm 2025, Nghị định số 96/2022/NĐ-CP ngày 29/11/2022 quy định Bộ Công thương thực hiện chức năng quản lý Nhà nước về hoạt động dịch vụ Logistics, ..

2.3.2 Hạn chế

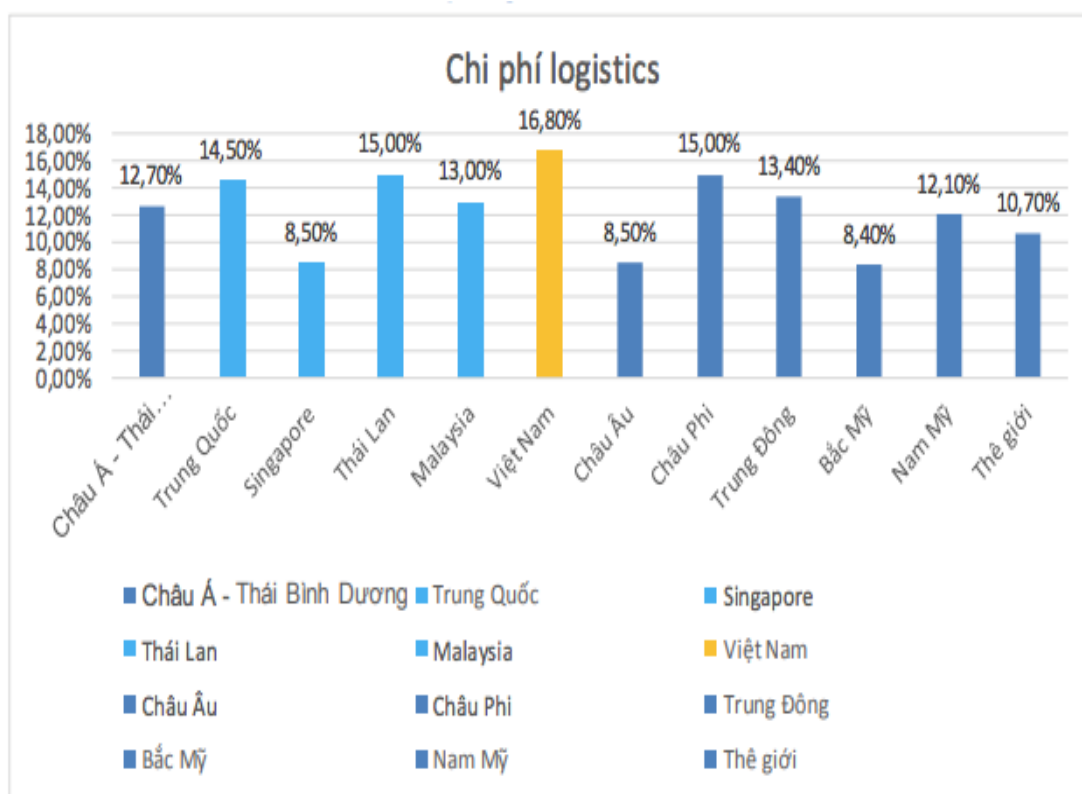
Điều kiện phát triển hệ thống logistics trong TMDT: Khác với thị trường TMĐT ở Mỹ, bán lẻ truyền thống đã phát triển ở mức độ tương đối bão hoà, khi đó bán lẻ trực tuyến được đầu tư như một kênh mới nhằm mở rộng cách tiếp cận với khách hàng, do đó lĩnh vực bán lẻ TMĐT được tiếp nhận những điều kiện tương đối hoàn thiện về cơ sở hạ tầng, kinh nghiệm, công nghệ, logistics....

Trong khi đó, tại Việt Nam, các doanh nghiệp TMĐT gặp rất nhiều khó khăn:

–Trong môi trường kinh doanh do thị trường bán lẻ trực tuyến và bán lẻ truyền thống đều đang ở giai đoạn đầu của phát triển, lĩnh vực bán lẻ TMĐT thiếu sự hỗ trợ của nền tảng thương mại truyền thống.

–Các công ty gia nhập vào thị trường TMĐT nhằm tiếp cận nhanh với khách hàng nhưng lại thiếu đi những cơ sở căn bản, cần thiết trong quá trình kinh doanh, và hệ thống logistics là một trong những yếu tố cốt lõi làm nên sự thành công của TMĐT. Cụ thể như:

★ **Chi phí logistics cao:**



Hình 2. 7 Chi phí Logistics so với GDP một số nước trên thế giới

(Nguồn: cafef.vn)

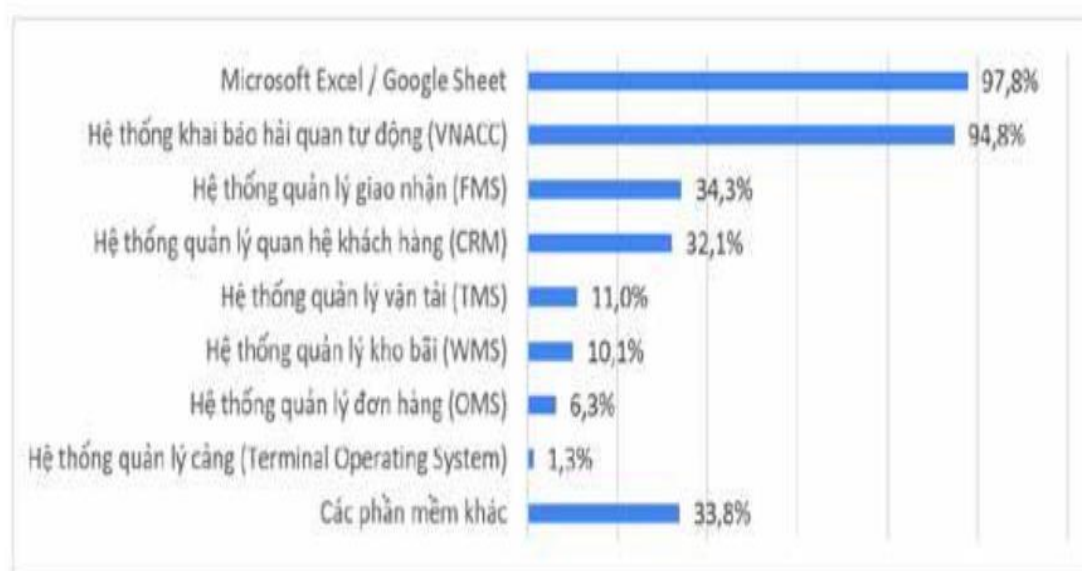
Chi phí logistics tại Việt Nam cao hơn so với nhiều nước trên thế giới. Trong khu vực ASEAN, một số nước như Thái Lan, Singapore đã giảm chi phí logistics, trong khi tại Việt Nam, chi phí này vẫn đang ở mức cao, tạo nên rào cản cạnh tranh. Theo Ngân hàng Thế giới - World Bank (WB), chi phí logistics tại Việt Nam tương đương khoảng

20,9% GDP, cao hơn 6% so với Thái Lan, 12% so với Malaysia và cao gấp 3 lần Singapore. Nhận định gần tương tự như vậy trong nghiên cứu của Amstron & Associate (2020), khi cho rằng chi phí logistics của Việt Nam tương đương khoảng 16,8% (Hình 3.16), cao hơn một số quốc gia và trung bình của một số quốc gia. Có thể thấy, các doanh nghiệp tại Việt Nam chưa tận dụng hết được vai trò của logistics, thậm chí một số công ty vẫn chưa nhận ra được tầm quan trọng của logistics trong việc giảm chi phí sản xuất và kinh doanh.

Chi phí đầu tư cho logistics rất tốn kém và chỉ phát huy tác dụng khi lượng đơn hàng cần xử lý đạt đủ độ lớn để đảm bảo quy mô về kinh tế.

★ Thiếu các giải pháp chuyên nghiệp về công nghệ

Thị trường Việt Nam cũng thiếu rất nhiều các giải pháp chuyên nghiệp về công nghệ cho quản lý logistics như giải pháp xử lý đơn hàng, xử lý giao hàng, quản lý tồn kho. Đa số các hoạt động logistics trong các công ty TMĐT Việt Nam được xử lý thủ công hoặc dựa trên kinh nghiệm dẫn tới sự giới hạn về năng lực xử lý đơn hàng, mất nhiều thời gian và kém hiệu quả về kinh tế.



Hình 2. 8 Các phần mềm được các doanh nghiệp dịch vụ logistics tại Việt Nam sử dụng hiện nay.

(Nguồn: Báo cáo logistics Việt Nam 2023)

Qua hình 2 cho thấy một hình ảnh đa dạng về các công cụ và hệ thống công nghệ. Hầu hết các doanh nghiệp sử dụng các phần mềm thông dụng như Microsoft Excel và Google Sheets cho các công việc hàng ngày, chiếm tới 97,8%.

Bên cạnh đó, các hệ thống khai báo hải quan tự động (VNACC), hệ thống quản lý giao nhận (FMS) và quản lý quan hệ khách hàng (CRM) cũng được sử dụng phổ biến với tỷ lệ sử dụng tương ứng là 94,8%, 34,3% và 32,1%.

Mặc dù các hệ thống quản lý vận tải (TMS), quản lý kho bãi (WMS), quản lý đơn hàng (OMS) có tiềm năng phát triển, nhưng tỷ lệ sử dụng còn thấp, với tỷ lệ sử dụng lần lượt là 11,0%, 10,1% và 6,3%. Các hệ thống quản lý cảng được dành cho số ít các doanh nghiệp vận hành cảng nên chiếm tỷ lệ không đáng kể.

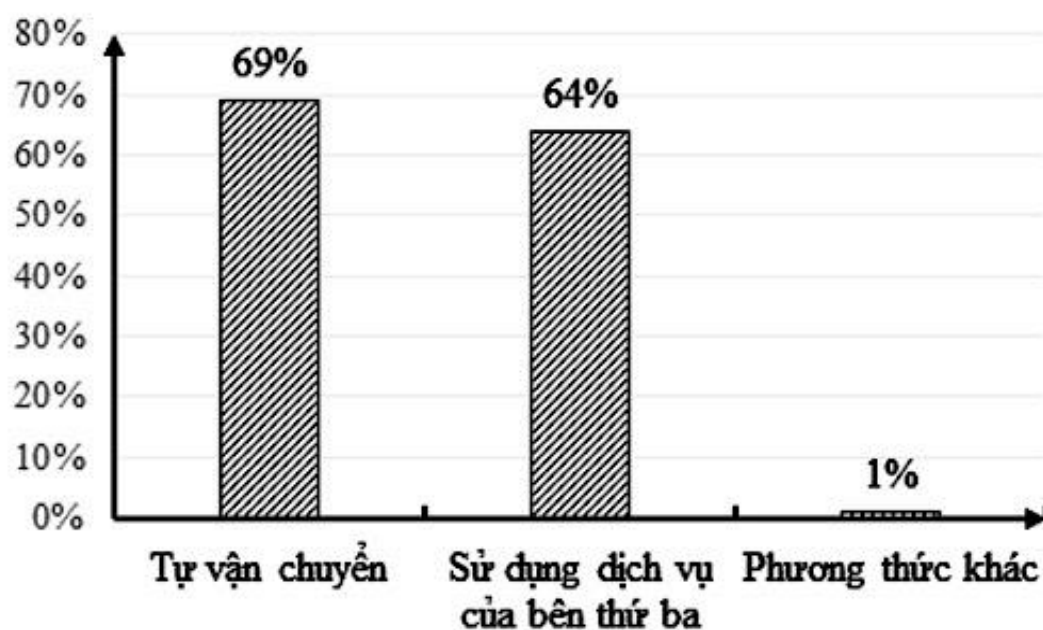
Nhìn chung, các doanh nghiệp dịch vụ logistics thực hiện chuyển đổi số đạt từ cấp độ 3 trở lên còn rất ít, chủ yếu tập trung ở nhóm doanh nghiệp quy mô lớn như Tân Cảng Sài Gòn, Gemadept, Các công ty cảng thuộc hệ thống Tổng Công ty hàng hải Việt Nam, Viettel Post, Vietnam Post hoặc các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài như DHL, Fedex...

Trong khi đó, phần lớn các doanh nghiệp dịch vụ logistics ở Việt Nam còn đang ở giai đoạn số hóa. Điều này cho thấy, chuyển đổi số trong ngành logistics tại Việt Nam vẫn đang ở giai đoạn đầu, chưa thực sự được chú trọng và đầu tư đúng mức.

★ Phần lớn các doanh nghiệp TMĐT Việt Nam không có đủ nguồn lực và kinh nghiệm để phát triển hệ thống vận chuyển chuyên nghiệp

Những công ty TMĐT hàng đầu thế giới đều có những hệ thống phân phối bao gồm các trung tâm hoàn thiện đơn hàng, trung tâm phân loại, trung tâm giao nhận hàng hoá tân tiến, toàn diện, là nền tảng vững chắc cho sự phát triển trong lĩnh vực bán lẻ trực tuyến.

Tuy nhiên, hệ thống phân phối ở Việt Nam vẫn chưa theo kịp sự phát triển của thế giới, chưa được tập trung phát triển, kho hàng còn bị hạn chế về diện tích. Nhiều doanh nghiệp không có trung tâm xử lý đơn hàng riêng nên phải phụ thuộc nhiều vào các đối tác 3PL dẫn đến chất lượng dịch vụ không đồng nhất, chi phí logistics tăng cao.



Hình 2. 9 Phương thức vận chuyển hàng hóa mà DN sử dụng trong TMĐT

(Nguồn: vaa.net.vn)

Với tốc độ phát triển của TMĐT ở Việt Nam diễn ra rất nhanh trong những năm qua, cũng đã kéo theo sự phát triển mạnh mẽ của E-Logistics. Theo Báo cáo TMĐT của IDEA 2023, phương thức vận chuyển trong TMĐT được sử dụng nhiều nhất là tự vận chuyển, chiếm 69% và thấp hơn một chút là sử dụng dịch vụ vận chuyển của bên thứ 3

★ Hạn chế về hạ tầng

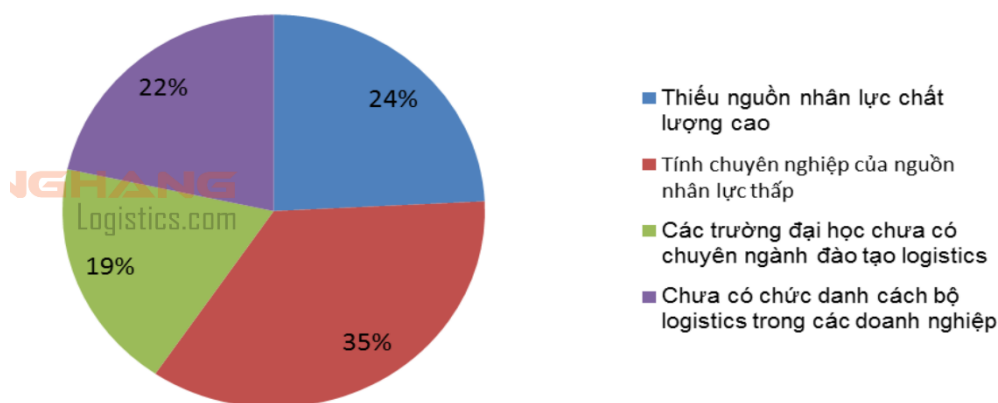
Mặc dù ngành logistics thương mại điện tử ở Việt Nam được dự đoán ngày càng phát triển, việc phát triển bền vững phụ thuộc vào việc phát triển cơ sở hạ tầng của đất nước. Mạng lưới giao thông vận tải của Việt Nam được xếp thứ 71 với những khó khăn như hạ tầng hạn chế và phụ thuộc quá nhiều vào đường bộ.

- Những dự án như xây dựng Sân bay Quốc tế Long Thành và mở rộng các đường cao tốc đang được chính phủ chú trọng. Tuy nhiên, việc phân bổ tài chính công cho các dự án hạ tầng đang bị chậm trễ, dẫn đến việc trì hoãn thi công và vượt quá ngân sách. Việc thu hút đầu tư của các doanh nghiệp và hợp tác công – tư được kỳ vọng sẽ giải quyết những vấn đề còn tồn tại

Các doanh nghiệp TMĐT tại Việt Nam cũng gặp nhiều vấn đề về tồn kho. Do ít đầu tư về kho bãi, nhiều công ty thường chỉ tích trữ lượng hàng thường xuyên được bán với số lượng và khối lượng không nhiều, còn đối với những mặt hàng khác, các công ty sẽ liên hệ với nhà cung cấp khi khách hàng có nhu cầu.

Điều này sẽ làm tăng thời gian xử lý đơn hàng, ảnh hưởng tới việc đáp ứng dịch vụ khách hàng. Bên cạnh đó, nhiều doanh nghiệp không chú trọng công tác tồn kho, kiểm soát tồn kho không hiệu quả, thủ tục hành chính trong kho phức tạp, qua nhiều bộ phận hàng mới được xuất và nhập vào kho, làm giảm hiệu quả và tăng thời gian lưu chuyển của hàng hoá. Đặc biệt khi doanh nghiệp càng ngày càng mở rộng quy mô hơn, hoặc khi vào mùa cao điểm thì việc quản lý và duy trì dự trữ cần đảm bảo chính xác, linh hoạt, yêu cầu cao trong việc áp dụng các loại máy móc thiết bị tự động và sử dụng các hệ thống phần mềm quản lý tồn kho, nhằm hỗ trợ tối đa cho các hoạt động nhận hàng, kiểm tra hàng hoá, gán nhãn, mã vạch, phân loại, thiết lập danh mục hàng hoá đảm bảo thời gian và tốc độ. Nếu không có chính sách tồn kho phù hợp sẽ gây ra tình trạng vừa thừa hàng vừa thiếu hàng, ứ đọng vốn và chi phí lãng phí. Việc quản lý tồn kho thủ công cũng hạn chế năng lực giải quyết các đơn hàng trực tuyến, tốn nhiều thời gian và kém hiệu quả do nhiều công ty không chuyên và không đầu tư về logistics. Nhu cầu của khách hàng cũng đa dạng nên mức độ phức tạp của hàng hoá dự trữ cũng lớn hơn gấp nhiều lần. Điều này dễ gây ra những vấn đề khác như xử lý hoàn trả, huỷ hàng, khiếu nại... do khâu hoàn thiện đơn hàng không được thực hiện tốt.

★ Thiếu hụt nguồn nhân lực chất lượng



Hình 2. 10 Kết quả khảo sát về hạn chế nguồn nhân lực logistics Việt Nam

(Nguồn: singhanglogistics.com.vn)

Tính đến tháng 10 năm 2021, Việt Nam ghi nhận sự tăng trưởng về cơ sở đào tạo ngành logistics, với 49 trường đại học mở rộng cơ hội học tập qua việc tuyển sinh và đào tạo ngành/chuyên ngành này, cung cấp tổng cộng 4.100 chỉ tiêu và hỗ trợ 7.000 sinh viên đang theo học. Ngoài ra, ở cấp độ cao đẳng và trung cấp, Việt Nam có 54 trường cao đẳng và 11 trường trung cấp chuyên về nghề logistics, với tổng số chỉ tiêu tuyển sinh lên tới 3.560 cho sinh viên cao đẳng và 2.815 cho học sinh trung cấp.

Mặc dù có sự đầu tư đáng kể trong lĩnh vực giáo dục, dự báo cho thấy, trong vòng 3 năm tới, nhu cầu về nhân lực trong các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ logistics và các doanh nghiệp sản xuất, thương mại, dịch vụ khác sẽ cần thêm khoảng 18.000 lao động và hơn 1 triệu nhân sự chuyên môn về logistics tương ứng.

TÓM TẮT CHƯƠNG 2

Thị trường TMĐT thế giới và các nước trong khu vực tiếp tục được dự đoán tăng với mức 2 con số. Đây chính là tiền đề thúc đẩy logistics trong TMĐT phát triển nhằm đáp ứng nhu cầu thị trường.

Nhờ vào mức độ thâm nhập cao của internet và sự nổi lên của xu hướng mua sắm trực tuyến, trong khi các chợ truyền thống đã giảm nhiều số lượng người mua thì dịch vụ giao hàng cho các sản phẩm thương mại điện tử lại phải làm việc hết công suất để phục vụ nhu cầu đặt hàng, mua sắm online của người tiêu dùng. Việt Nam là một trong những thị trường TMĐT phát triển nhanh nhất ở Đông Nam Á. Với sự bùng nổ này, nhu cầu về logistics trong hệ sinh thái TMĐT (e-logistics) là rất lớn.

Tại Việt Nam, hiện nay đang có một số nghiên cứu ứng dụng khoa học công nghệ cao như Blockchain vào hoạt động logistics.

Tại Việt Nam, các doanh nghiệp TMĐT gặp rất nhiều khó khăn:

– Trong môi trường kinh doanh do thị trường bán lẻ trực tuyến và bán lẻ truyền thống đều đang ở giai đoạn đầu của phát triển, lĩnh vực bán lẻ TMĐT thiếu sự hỗ trợ của nền tảng thương mại truyền thống.

– Các công ty gia nhập vào thị trường TMĐT nhằm tiếp cận nhanh với khách hàng nhưng lại thiếu đi những cơ sở căn bản, cần thiết trong quá trình kinh doanh, và hệ thống logistics là một trong những yếu tố cốt lõi làm nên sự thành công của TMĐT.

CHƯƠNG 3. MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO HOẠT ĐỘNG E-LOGISTICS TẠI VIỆT NAM

3.1 Tối ưu hoá hiệu quả hoạt động logistics trong thương mại điện tử

Hệ thống logistics trong các doanh nghiệp TMĐT cần được tối ưu hoá các hoạt động, thông suốt các quy trình xử lý đơn hàng, hoàn thiện, phân phối, dự trữ, lưu kho, vận chuyển hàng hoá và dịch vụ khách hàng nhằm tiết kiệm chi phí, thời gian và nâng cao năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp.

3.1.1 Xử lý đơn hàng:

Các doanh nghiệp TMĐT Việt Nam cần tăng tốc độ xử lý đơn hàng nhưng cũng cần đảm bảo độ chính xác nhằm cải thiện sự hài lòng của khách hàng, điều này giúp cho hiệu suất bán hàng có thể đạt được mức tối ưu, giảm chi phí và tăng doanh thu cho doanh nghiệp.

Thời gian xử lý đơn hàng cần phải rút ngắn lại để đáp ứng được nhu cầu của khách hàng một cách tốt nhất.

3.1.2 Điểm bán hàng:

Các doanh nghiệp TMĐT trên thế giới, trong đó có Amazon, Alibaba, đã phát triển kênh bán lẻ trực tiếp đầu tiên sau 20 năm phát triển TMĐT trực tuyến thuần túy nhằm duy trì sự tăng trưởng doanh thu một cách bền vững và nhanh chóng.

Bên cạnh việc phát triển website bán hàng, các doanh nghiệp TMĐT Việt Nam có thể mở rộng kênh phân phối của mình thông qua các cửa hàng, đại lý bán lẻ vật lý giúp giảm chi phí giao hàng, đồng thời cải thiện quy trình trả hàng khi khách hàng có thể lấy những sản phẩm mình đặt trực tuyến tại các cửa hàng vật lý ngay trong khu vực.

– Dù mua bán bằng công nghệ đi chăng nữa thì vẫn phải giao nhận, nên logistics đóng vai trò cực kỳ quan trọng. Chúng ta phải nhanh chóng thích ứng và xem công nghệ là chiến lược bán hàng, kênh phân phối mới. "Công nghệ giúp chúng ta vượt qua rào cản ngôn ngữ. Một người ngồi một chỗ có thể livestream đến nhiều quốc gia". Theo nghiên cứu của các chuyên gia, 95%

người mua sắm trực tuyến đã mua hàng từ các phiên livestream trong suốt 3 tháng đầu năm 2024.



Hình 3. 1 Bán hàng qua livestream

(Nguồn: ictvietnam.vn)

3.1.3 Hoàn thiện đơn hàng:

Các trung tâm nên đặt tại các khu vực rìa thành phố để dễ mở rộng và gần các đối tác chuyên phát giúp giảm chi phí vận chuyển. Ngoài ra, để có tốc độ giao hàng nhanh, các doanh nghiệp TMĐT cần có hàng trong kho mới có thể xử lý kịp.

Các doanh nghiệp cần mở rộng năng lực hệ thống phân phối, hoàn thiện đơn hàng nhằm mở rộng quy mô và giành được lợi thế trong thị trường TMĐT. Nếu quy mô không đủ lớn để mở trung tâm hoàn thiện đơn hàng, các doanh nghiệp có thể sử dụng kho thuê từ 3PL chuyên về TMĐT, hàng nhập về được chuyển tới vị trí các kho thuê và được xử lý đơn hàng tại đó.

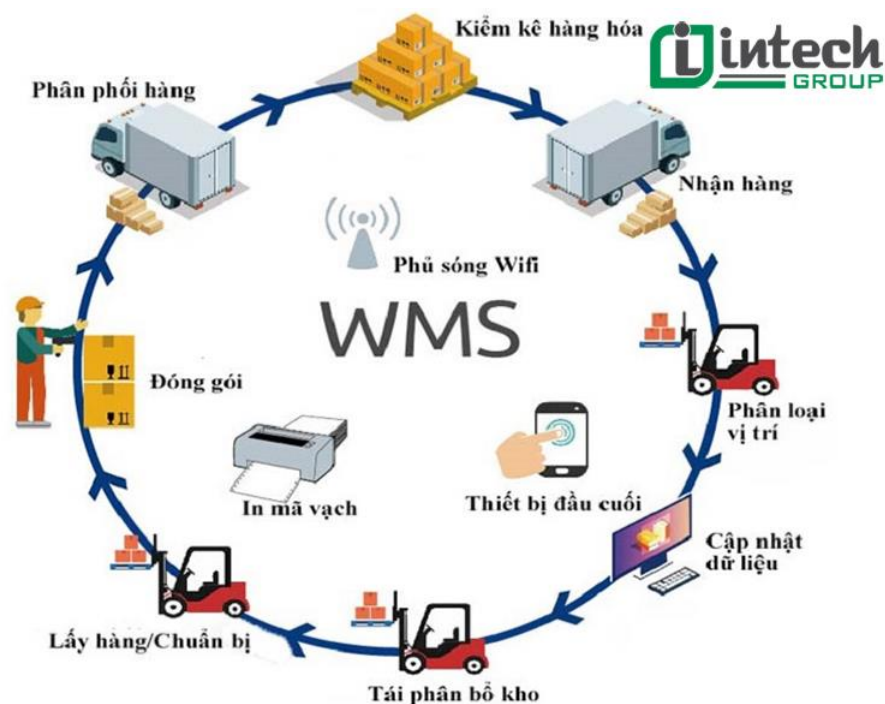
- Hình thức này giúp doanh nghiệp tiết kiệm được nhiều chi phí hơn so với việc tự xây dựng kho hàng riêng; nếu doanh nghiệp tự thuê một kho riêng để trữ hàng và tự thực hiện các công việc như xử lý đơn hàng và quản lý kho thì sẽ đạt hiệu suất cao hơn.

3.1.4 Quản lý tồn kho:

Thời gian đầu phát triển, phần lớn các công ty TMĐT trên thế giới đều tự duy trì và vận hành hệ thống quản lý tồn kho riêng của mình, điều này giúp họ kiểm soát được lượng hàng và thời gian xử lý hàng hoá.

Các doanh nghiệp TMĐT Việt Nam cần đầu tư vào cơ sở hạ tầng như kho hàng và các phần mềm quản lý tồn kho để có sự chủ động về hàng hoá. Tuy nhiên, lĩnh vực TMĐT thường bán đa dạng các loại mặt hàng, vì hàng hoá không đồng nhất nên khó có thể nhập hàng với số lượng lớn để giảm chi phí. Việc tự lưu trữ cũng có nhiều rủi ro vì nhiều loại sản phẩm thiếu tính ổn định, vòng đời sản phẩm ngắn hoặc phụ thuộc vào thị hiếu. Các doanh nghiệp TMĐT Việt Nam có thể tập trung lưu trữ các sản phẩm có khả năng tiêu thụ cao, áp dụng mô hình dropshipping cho nhà cung cấp đối với những sản phẩm có số lượng tiêu thụ ít, nhu cầu thấp để giảm sức nặng tồn kho.

Tuy nhiên, đối với những sản phẩm dropshipping, cần được hợp nhất tại kho của doanh nghiệp trước khi giao cho khách hàng để có thể giảm chi phí vận chuyển trong trường hợp đơn hàng vận chuyển nhiều lần hoặc bị xé lẻ ra thành nhiều kiện hàng, đồng thời cũng đảm bảo đồng nhất về dịch vụ của doanh nghiệp. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp TMĐT có thể sử dụng song song nhiều nhà cung cấp cho mỗi mặt hàng để khắc phục các vấn đề về hết hàng hoặc hàng không đáp ứng được từ nhà cung cấp.



Hình 3. 2 Phần mềm quản lí kho hàng(WMS)

(Nguồn: intech-group.vn)

3.1.5 Hệ thống vận chuyển:

Ngoài chất lượng hàng hoá thì tốc độ giao hàng là một trong những yếu tố quan trọng nhất để thu hút khách hàng, gia tăng lợi thế cạnh tranh giữa các doanh nghiệp TMĐT.

Đối mặt với những vấn đề đặc trưng của TMĐT là đơn hàng nhỏ lẻ, phân tán, điểm giao hàng không tập trung, hầu hết các công ty TMĐT đều kết hợp giữa tự tổ chức IPL và thuê ngoài 3PL. Đây cũng là bài học cho các doanh nghiệp TMĐT Việt Nam, áp dụng mô hình này để cắt giảm chi phí logistics. Đối với việc tự tổ chức, đội vận chuyển riêng của doanh nghiệp sẽ giúp rút ngắn được thời gian giao hàng trong khu vực nội thành và chủ động hơn trong những dịp khuyến mãi.

Đội vận chuyển riêng giúp đảm bảo chất lượng dịch vụ tốt hơn, doanh nghiệp có thể chủ động hơn trong các chính sách vận chuyển, đồng thời giảm áp lực tài chính vì sử dụng 3PL thường mất rất nhiều thời gian để đối soát và hoàn tiền thu hàng. Tuy nhiên, đối với các doanh nghiệp có quy mô vừa và nhỏ, sử dụng 3PL trong hoạt động vận

chuyên có thể đảm bảo chất lượng tiêu chuẩn, giảm được chi phí và sự phức tạp trong khâu vận hành logistics.

3.2 Ứng dụng công nghệ thông tin hiện đại

Hạ tầng CNTT là một trong những yếu tố quan trọng nhất để phát triển hệ thống logistics trong các doanh nghiệp TMĐT ở thời kỳ CNTT 4.0 hiện nay. Một trong những nguyên nhân giúp Amazon hay Alibaba trở thành các nhà bán lẻ trực tuyến hàng đầu thế giới là nhờ vào hạ tầng CNTT hiện đại bậc nhất, áp dụng nhiều loại công nghệ tự động hoá để tăng cường khả năng xử lý hàng hoá trong hệ thống logistics của mình. Vì vậy, các doanh nghiệp TMĐT Việt Nam cần cập nhật kiến thức, thông tin về ứng dụng CNTT để lựa chọn được giải pháp ứng dụng công nghệ năng suất, hiệu quả và tiết kiệm chi phí.

Các doanh nghiệp TMĐT nên áp dụng CNTT vào quy trình xử lý đơn hàng, hệ thống phân phối, tự động hoá các kho hàng và hệ thống vận chuyển. Tự động hoá và robotics sẽ giúp giảm thiểu tối đa các lỗi phát sinh trong quy trình logistics và nâng cao năng suất lao động lên gấp nhiều lần. Robot cộng tác với con người sẽ giúp giải phóng sức lao động của con người khỏi các công việc mang tính thủ công, từ đó cải thiện hiệu suất làm việc thông qua tự động hóa.

Mạng lưới vạn vật kết nối Internet (IoT - Internet of Things), có thể được tích hợp trong kho bãi thông qua các cảm biến cài đặt tại các kệ hàng hóa. Thông tin về vị trí, tình trạng đơn hàng, khối lượng sẽ được cập nhật theo thời gian thực từ các pallet (tâm kê hàng), gửi tới hệ thống quản lý kho bãi (WMS), giúp giảm nhẹ các công việc tiêu tốn nh lý khởi gian như kiểm đếm. Các máy quay gắn ở công nhiều được dùng để phát hiện các hòng học và theo dõi lỗi hàng.

IoT sẽ giải quyết được nhiều bài toán ứng dụng trong các khâu thuộc quy trình logistics. IoT cũng mang lại giải pháp tốt hơn trong việc quản lý đội xe giao hàng bằng cách tối ưu hóa thời gian trống của xe hoặc đưa ra các dự báo bảo trì xe tự động dựa trên các cập nhật từ cảm biến gắn trên xe. IoT đem tới một giải pháp giao hàng toàn diện cho người tiêu dùng thông qua năng lực giao hàng thông minh, ví dụ như trường hợp giao hàng tới tận cổng xe của khách hàng thông qua mã code mã hóa hoặc khóa thông minh của Amazon.

Bên cạnh IoT, những công nghệ ngày càng ảnh hưởng sâu rộng tới logistics còn bao gồm dữ liệu lớn (Big Data) và AI bởi lượng dữ liệu khổng lồ phát sinh trong chuỗi cung ứng. Dữ liệu lớn giúp tối ưu năng lực, nâng cao trải nghiệm người dùng, giảm thiểu rủi ro và tạo ra mô hình kinh doanh mới. Thêm nữa, dữ liệu lớn giúp tối ưu hóa việc sử dụng tài nguyên, chất lượng quá trình, hiệu suất để tăng tốc độ và minh bạch trong việc ra quyết định, từ đó cải thiện hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp.

Công cụ và phần mềm	Tính năng
Phần mềm quản lý logistics Bytesoft	– Báo cáo theo form. – Tối giản công việc tìm kiếm thông tin. – Nhập liệu tự động làm giảm thao tác. – Qua biểu đồ và các con số những nhà quản lý sẽ nắm được tình hình kinh doanh. – Tiết kiệm được thời gian và chi phí nhưng vẫn có thể đảm bảo được hiệu quả công việc.
Phần mềm quản lý vận tải - container Best Gear	– Nhận thông tin báo giá và hiển thị những đơn hàng. – Đưa ra những kế hoạch, điều phối xe cho từng đơn hàng. – Quản lý những chi phí như chi phí vận chuyển và phí sửa chữa xe bảo trì xe, romooc, dầu... – Quản lý lịch trình xe, lên lịch bảo dưỡng xe. và gia hạn bằng lái xe. Báo cáo doanh thu chi phí và công nợ.

Xman logistics – FBS	– Hỗ trợ người dùng xử lý các hoạt động vận chuyển container, chẳng hạn như xuất nhập khẩu – Trợ cấp lương lái xe. – Kiểm soát mức tiêu thụ nhiên liệu thực tế – Doanh thu quản lý, chi phí vận chuyển – Theo dõi nợ công – Thống kê để xác định hiệu quả kinh doanh của từng đầu xe hoặc toàn bộ đội xe
Phần mềm Abivin vRoute	– Giúp tối ưu hóa và vận hành hoạt động vận tải

Bảng 3. 1 Các công cụ và phần mềm E-Logistics phổ biến

(Nguồn: xuatnhapkhauleanh.edu.vn)

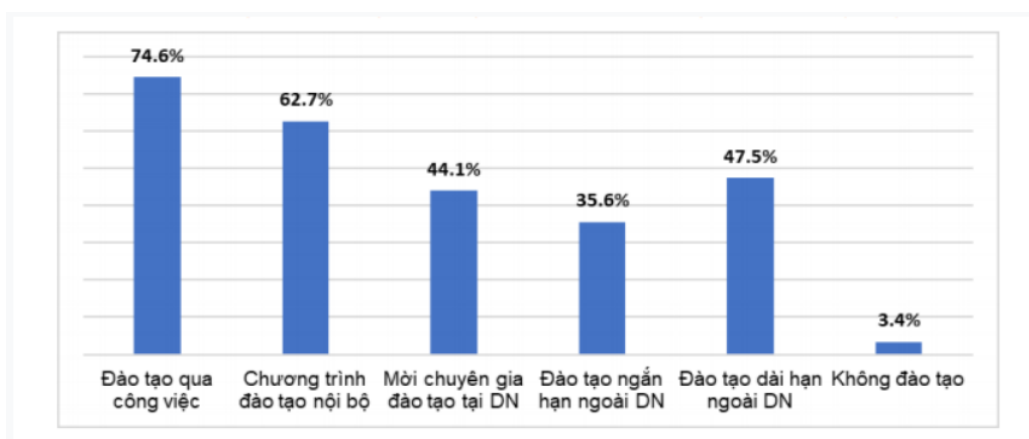
3.3 Phát triển nguồn nhân lực

Các doanh nghiệp có thể lên kế hoạch đào tạo trung và ngắn hạn tại các hiệp hội, trung tâm đào tạo; hợp tác với các chuyên gia hoặc tổ chức nước ngoài tại các quốc gia có dịch vụ logistics trong TMĐT phát triển mạnh, đồng thời phát triển các khóa học nghiệp vụ giúp bổ sung nhanh nguồn nhân lực cho dịch vụ logistics, bởi các khoá học này có thể giúp người lao động ứng dụng kiến thức ngay vào các công việc trong quy trình logistics.

Doanh nghiệp cũng có thể mở các khoá học nâng cao giúp cho nhân viên trong doanh nghiệp có cái nhìn toàn diện về hệ thống logistics, từ đó giúp nâng cao chất lượng hệ thống nhằm đạt được lợi ích tối ưu. Ngoài ra, các doanh nghiệp cần có kế hoạch nguồn lực cụ thể bao gồm việc đào tạo và tái đào tạo nguồn lực hiện có, thu hút lao động có trình độ chuyên ngành, đưa ra các chương trình hỗ trợ sinh viên của các chuyên ngành

liên quan vào thực tập tại doanh nghiệp, có các chính sách đãi ngộ tốt với những nhân viên giới chuyên môn và kỹ thuật.

Các trường đại học và cao đẳng cần có chương trình đào tạo chuyên sâu vào logistics cho TMĐT. Việc này cần được kết nối với các chuyên môn về công nghệ và thương mại, phát triển sản phẩm và dịch vụ, không chỉ là một dạng đặc biệt của logistics.



Hình 3. 3 Các loại hình đào tạo nhân lực Logistics phổ biến tại doanh nghiệp Việt Nam

(Nguồn: Nhóm nghiên cứu Đại học ngoại thương, 2019)

3.4 Hoàn thiện môi trường pháp lý

Khái niệm logistics và TMĐT rất rộng, bao trùm nhiều khía cạnh quản trị, do vậy, phải có một hành lang pháp luật đầy đủ, chặt chẽ để tạo điều kiện cho logistics trong TMĐT phát triển. Theo đó, cơ quan Nhà nước cần sửa đổi, bổ sung các nội dung về logistics trong TMĐT ở các bộ luật hiện nay nhằm tiến tới luật hoá TMĐT và logistics trong TMĐT.

Các cơ quan Nhà nước cũng cần rà soát các cam kết quốc tế về logistics trong TMĐT trong WTO và hiệp định thương mại tự do để có cơ chế chính sách đảm bảo phát triển logistics bền vững, đồng thời cần điều chỉnh lại khái niệm về dịch vụ logistics trong TMĐT chính xác và phù hợp hơn. Logistics trong TMĐT là một loại dịch vụ hậu cần được thực hiện thông qua môi trường Internet nên nó có những khác biệt rất lớn so với dịch vụ logistics truyền thống, mang tính hiện đại và hiệu quả cao hơn, hướng đến phát triển theo khuynh hướng dịch vụ 5PL. Tuy nhiên, dịch vụ này vẫn chưa được khái niệm

cụ thể, gây ra nhiều sự nhầm lẫn về khái niệm và bản chất của logistics trong TMĐT, từ đó đánh giá không đúng vị trí, vai trò của hoạt động này trong lĩnh vực TMĐT hiện nay.

Việc quy định mang tính ràng buộc cho logistics trong TMĐT là không phù hợp với điều kiện thực tế xã hội. Hệ thống pháp luật điều chỉnh hoạt động logistics trong TMĐT cũng chưa đồng bộ, chưa có quy định rõ ràng về trách nhiệm và giới hạn quản lý giữa các cơ quan Nhà nước, làm cho việc quản lý và điều hành hoạt động logistics trong TMĐT còn gặp nhiều khó khăn.

Chính phủ nên lập một cơ quan điều hành chung về logistics trong TMĐT, giúp cho hoạt động quản lý ngành đạt hiệu quả cao hơn, góp phần thúc đẩy nhanh sự phát triển của logistics trong TMĐT nói riêng và lĩnh vực TMĐT nói chung.

3.5 Phát triển các trung tâm logistics hay tổ hợp dịch vụ hàng hóa hàng không

Theo quy hoạch các trung tâm logistics cả nước, cần có 3 trung tâm logistics chuyên dụng dành cho hàng hóa hàng không, tuy nhiên tới nay vẫn chưa có mặt bằng cụ thể cho các trung tâm này.

Theo nhu cầu thực tế, tại các sân bay lớn và cả các nơi khác có sân bay quốc tế và là trung tâm kinh tế của vùng khác Cần Thơ hay các sân bay nằm ở vị trí có thể kết nối với nhg biển như Hải Phòng hoặc Quảng Ninh, Vũng Tàu, Chu Cầu đều cần tính đến khả năng đầu tư cho các tổ hợp hàng Lái đẳng không kết hợp đa phương thức. Trước mắt cần tập trung hỗ trợ để Cần Thơ có thể xây dựng trung tâm logistics hàng không, vừa làm giảm tải, vừa dự phòng cho Tân Sơn Nhất, vừa giúp vùng Đồng bằng sông Cửu Long phát triển, được kết nối nhanh hơn tới thị trường trong nước và quốc tế.

Doanh nghiệp logistics điện tử cũng phải cung cấp nhiều dịch vụ giao hàng khác nhau phù hợp với lựa chọn của khách hàng. Chắc chắn, việc cho phép khách hàng được lựa chọn hình thức giao hàng phù hợp sẽ giúp doanh nghiệp chiếm được lòng tin của khách hàng nhiều hơn. Ngoài ra, các doanh nghiệp khi sử dụng dịch vụ logistics điện tử cũng cần chú trọng việc phân tích các đơn đặt hàng một cách thường xuyên để có đánh giá và lựa chọn dịch vụ cung cấp cho khách hàng phù hợp, phân loại các đơn hàng theo hành vi khác nhau của người tiêu dùng.



Hình 3. 4 Kế hoạch phát triển ngành logistics trên địa bàn TP.HCM từ nay đến năm 2025

(Nguồn: UBND TP.HCM)

3.6 Quy hoạch riêng hệ thống các trung tâm thực hiện đơn hàng TMĐT cho các đô thị lớn như Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh

Để có một vành đai các trung tâm phân bố hợp lý xung quanh đô thị, giúp quá trình luân chuyển và tồn trữ hàng hóa nhanh và rẻ hơn. Các nhà đầu tư xây dựng giao thông và bất động sản cần chú trọng thiết kế các kết cấu kỹ thuật, công trình phụ trợ hỗ trợ hoạt động vận chuyển, giao nhận hàng hóa, nhất là tại các điểm nút giao thông, địa điểm đông dân cư. Cùng với việc này, cơ quan chức năng cần có quy định cho việc thiết kế chế tạo, vận hành các loại phương tiện ginh hàng đa dạng, hiệu quả hơn so với xe gắn máy chở người.

Hiện nay chi phí logistics đang chiếm tỉ trọng lớn trong chi phí doanh nghiệp, vô hình chung trở thành rào cản lớn nhất đối với năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Để giảm chi phí logistics, hầu hết các chuyên gia và doanh nghiệp trong ngành đều cho rằng cần phải đồng bộ hạ tầng giao thông, kết nối giữa các phương thức vận tải, đồng thời phát triển sản giao dịch vận tải nhằm kết nối tốt nhất các chủ hàng và doanh nghiệp cung cấp dịch vụ logistics, tạo cơ sở cho doanh nghiệp logistics Việt Nam tham gia nhiều hơn vào chuỗi cung ứng, tránh tình trạng vận chuyển một chiều.

3.7 Chính phủ và các Bộ, ngành

Nhà nước cần có các chính sách đầu tư hạ tầng và xây dựng các trung tâm logistics, bao gồm hạ tầng bến cảng, kho bãi, trung tâm phân phối, hệ thống vận tải để tạo động lực cho TMĐT phát triển, trở thành những hệ thống logistics chuyên nghiệp và nguồn nhân lực chất lượng cao. Đồng thời, chú trọng xây dựng mạng lưới trung tâm logistics để trung chuyển, cung cấp hàng hóa cho các kênh phân phối quanh trung tâm.

Nhà nước cũng nên yêu cầu các doanh nghiệp TMĐT tăng cường việc kiểm soát chất lượng sản phẩm, ngăn chặn xử lý những vi phạm như gian lận thương mại, sản xuất và kinh doanh hàng giả trên các website, nhằm bảo vệ thương hiệu của các doanh nghiệp TMĐT và bảo vệ người tiêu dùng.

Hoàn thiện khung pháp lý về TMĐT và logistics cho TMĐT với những chỉ tiết cụ thể như hóa đơn chứng từ hàng hóa đi đường, các quy định quản lý giao thông; tạo điều kiện để khuyến khích các doanh nghiệp ứng dụng và phát triển công nghệ tự động, phát triển các phương tiện “xanh” phù hợp với logistics; có những chính sách, hướng dẫn cụ thể cho việc khai thác xe điện ba bánh, bốn bánh, drone... cho ngành logistics; tạo điều kiện và hỗ trợ để thanh toán điện tử được triển khai rộng rãi tại Việt Nam, hạn chế giao dịch tiền mặt; tạo “sân chơi” để các doanh nghiệp kết nối với nhau, cùng hỗ trợ nhau phát triển.

TÓM TẮT CHƯƠNG 3

Chương 3 đề cập tới các giải pháp nhằm giảm thiểu những hạn chế, nâng cao hiệu quả và tối ưu hóa hoạt động E-Logistics tại Việt nam. Gồm các giải pháp như:

1. Tối ưu hoá hiệu quả hoạt động logistics trong thương mại điện tử
2. Ứng dụng công nghệ thông tin hiện đại
3. Phát triển nguồn nhân lực
4. Hoàn thiện môi trường pháp lý
5. Chính phủ và các Bộ, ngành

KẾT LUẬN

Sự xuất hiện của Internet trên toàn thế giới đã và đang làm thay đổi rất lớn quá trình kinh doanh cũng như lối sống của con người. Internet là điều kiện tiên quyết và thiết yếu cho sự tồn tại và phát triển của thương mại điện tử. Đến nay, sự hội tụ của công nghệ thông tin, truyền thông và Internet, đã thúc đẩy thương mại điện tử phát triển mạnh mẽ và khẳng định vai trò quan trọng trong quá trình biến đổi của nền kinh tế. Thương mại điện tử đang ngày càng phát triển và được ứng dụng phổ biến trên toàn thế giới, thâm nhập tới hầu hết lĩnh vực kinh tế xã hội. Năm 1997 đánh dấu sự kiện Việt Nam bắt đầu cung cấp dịch vụ Internet công cộng, đây cũng là dấu mốc hình thành thương mại điện tử tại Việt Nam. Sau gần một thập kỷ thiếu môi trường pháp lý, Nghị định Thương mại điện tử cùng nhiều nghị định khác hướng dẫn Luật Giao dịch điện tử ra đời vào năm 2006 đã giúp Việt Nam phổ cập thương mại điện tử, mở rộng quy mô và nâng cao số lượng người tham gia. Giai đoạn 2015 - 2019 đã chứng kiến sự phát triển mạnh mẽ của thị trường thương mại điện tử tại Việt Nam. Theo Báo cáo e-Conomy SEA 2018 của Google và Temasek (2018), quy mô doanh thu bán lẻ thương mại điện tử Việt Nam năm 2018 là hơn 8 tỷ USD, và dự báo sẽ đạt 33 tỷ USD vào năm 2025. Nếu điều đó xảy ra, quy mô thị trường thương mại điện tử của Việt Nam sẽ đứng thứ ba trong khu vực Đông Nam Á. Có thể thấy rằng, Việt Nam được đánh giá rất cao về tiềm năng phát triển mại điện tử.

Tuy nhiên, cùng với sự tăng trưởng mạnh mẽ, vẫn còn nhiều vấn đề lớn đặt ra đối với sự phát triển của thương mại điện tử Việt Nam. Thị trường thương mại điện tử ở Việt Nam đã có sự mở rộng đáng kể nhưng vẫn chưa tận dụng hết tiềm năng để phát triển đồng bộ cả hạ tầng và kinh nghiệm trong lĩnh vực này, do đó đã bộc lộ một số vấn đề và điểm yếu như hệ thống pháp lý, nhân sự, cơ sở hạ tầng kinh tế và công nghệ thông tin, đặc biệt là hệ thống logistics. Mặc dù hệ thống logistics đã có những bước phát triển mạnh mẽ tuy nhiên vẫn chưa bắt kịp với tốc độ phát triển của thương mại điện tử, đồng thời các doanh nghiệp thương mại điện tử Việt Nam vẫn chưa vận dụng hết lợi ích của logistics trong quá trình kinh doanh thương mại điện tử. Logistics đóng một vai trò quan trọng trong quá trình kinh doanh của các doanh nghiệp thương mại điện tử, là khâu kết

nối giữa nhà sản xuất, cung ứng với người tiêu dùng, với ý nghĩa đó, logistics là một yếu tố then chốt trong sự thành công của thương mại điện tử.

Trong những năm gần đây, ngành thương mại điện tử của Việt Nam đã có nhiều bước phát triển đáng kể. Năm 2019, Việt Nam ghi nhận số lượng người tham gia vào thương mại điện tử là 35,4 triệu người và tạo ra doanh thu bán lẻ thương mại điện tử khoảng hơn 10 tỷ USD, nằm trong danh sách 10 nước có tốc độ tăng trưởng ngành thương mại điện tử nhanh nhất thế giới. Cùng với sự phát triển nhanh chóng của thị trường thương mại điện tử, các doanh nghiệp cũng đã bắt đầu chú trọng đến phát triển logistics trong thương mại điện tử bởi đây là một yếu tố quan trọng quyết định tới thành công hay thất bại của doanh nghiệp trong lĩnh vực này. Phát triển mạnh thương mại điện tử thì không thể thiếu các dịch vụ logistics chất lượng. Ngược lại, sự phát triển của dịch vụ logistics sẽ giúp cho quá trình lưu thông, phân phối hàng hóa được thông suốt, chuẩn xác và an toàn, và là cơ sở nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp thương mại điện tử.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Website

- [1]. diginet.com.vn
- [2]. <https://vecom.vn>
- [3]. vietmis.com
- [4]. als.com.vn
- [5]. antlogistics.vn
- [6]. gosmartlog.com
- [7]. xuatnhapkhauleanh.edu.vn
- [8]. Cafef.vn
- [9]. Ictvietnam.vn
- [10]. intech-group.vn
- [11]. UBND TP.HCM

Tài liệu

- [1]. Nguyễn Hữu Hà(2008). Marketing với doanh nghiệp vận tải
- [2]. TS Trịnh Thị Thu Hương, TS Nguyễn Thị Bình, ThS Phạm Thanh Hà (2020). Logistics trong thương mại điện tử tại Việt Nam
- [3]. TS Hồ Thị Thu Hòa(2015). Quản trị vận tải đa phương thức