

VAI TRÒ VÀ LỢI ÍCH CỦA DỊCH VỤ HẬU CẦN TRONG PHÁT TRIỂN KINH TẾ ASEAN

*Phạm Thị Thanh Bình**

*Lê Tố Hoa***

Hậu cần là một chuỗi các hoạt động liên tục, có liên hệ mật thiết với nhau, tác động qua lại lẫn nhau, dịch vụ hậu cần xuất hiện ở gần như toàn bộ quá trình sản xuất, lưu thông, phân phối hàng hóa. Chính vì vậy, dịch vụ hậu cần có vai trò hết sức quan trọng trong việc hỗ trợ cho phát triển kinh tế và hoạt động sản xuất hàng hóa ở các nước ASEAN. Nếu các dịch vụ hậu cần hoạt động có hiệu quả sẽ góp phần quan trọng nâng cao lợi ích kinh tế - xã hội cho toàn bộ nền kinh tế khu vực.

1. Vai trò của dịch vụ hậu cần trong phát triển kinh tế ASEAN

Cùng với sự phát triển mạnh mẽ của nền kinh tế thế giới theo hướng toàn cầu hóa, khu vực hóa, dịch vụ hậu cần ASEAN ngày càng đóng vai trò hết sức quan trọng, thể hiện ở những điểm sau:

Thứ nhất, hậu cần ASEAN đóng vai trò quan trọng trong liên kết các hoạt động của chuỗi giá trị toàn cầu GVC (Global Value Chain) như cung cấp, sản xuất, lưu thông phân phối, mở rộng thị trường cho các hoạt động kinh tế.

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, hậu cần được các nhà quản lý coi như là công cụ, phương tiện liên kết các lĩnh vực khác nhau trong chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp. Hậu cần tạo ra sự tiện ích về thời gian và địa điểm cho các hoạt động của doanh nghiệp.

Thứ hai, hậu cần 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.

Khi đề cập đến vai trò của lĩnh vực hậu cần, các nhà lãnh đạo chính phủ ASEAN

* Tiến sĩ, Viện Kinh tế và Chính trị Thế giới

** Tiến sĩ, Khoa Kinh tế, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

thừa nhận rằng, giao thông vận tải là một trong những nhân tố quan trọng thúc đẩy sự phát triển kinh tế và tính cạnh tranh quốc tế của ASEAN trong khu vực và trên thị trường thế giới. Đặc biệt, khi các cuộc khủng hoảng năng lượng xảy ra liên tiếp từ thập niên 1970 buộc các doanh nghiệp ASEAN phải quan tâm hơn tới chi phí, đặc biệt là chi phí vận chuyển. Lãi suất ngân hàng cao trong nhiều giai đoạn cũng khiến các doanh nghiệp có nhận thức sâu sắc hơn về vốn, vì vốn sẽ bị đọng lại do việc duy trì quá nhiều hàng tồn kho. Chính trong giai đoạn này, cách thức tối ưu hóa quá trình sản xuất, lưu kho, vận chuyển hàng hóa được đặt lên hàng đầu. Với sự trợ giúp của công nghệ thông tin, hậu cần chính là công cụ đặc lực để thực hiện điều này.

Thứ ba, hậu cần hỗ trợ cho các nhà quản lý ra quyết định chính xác trong hoạt động sản xuất kinh doanh.

Trong quá trình sản xuất kinh doanh, nhà quản lý phải giải quyết nhiều bài toán hóc búa về nguồn nguyên liệu cung ứng, số lượng và thời điểm hiệu quả để bổ sung nguồn nguyên liệu, phương tiện và hành trình vận tải, địa điểm, bãi chứa thành phẩm, bán thành phẩm... Để giải quyết những vấn đề này một cách có hiệu quả không thể thiếu vai trò hậu cần vì hậu cần cho phép nhà quản lý kiểm soát và ra quyết định chính xác về các vấn đề nêu trên để giảm tối đa chi phí phát sinh đảm bảo hiệu quả trong hoạt động sản xuất kinh doanh.

Thứ tư, hậu cần đóng vai trò quan trọng trong việc đảm bảo yếu tố đúng thời gian, địa điểm (just in time).

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 hàng tồn kho, doanh nghiệp phải làm sao để lượng hàng tồn kho luôn là nhỏ nhất. Kết quả là hoạt động lưu thông nói riêng và hoạt động hậu cần nói chung phải đảm bảo yêu cầu giao hàng đúng lúc, kịp thời, mặt khác phải đảm bảo mục tiêu không chế lượng hàng tồn kho ở mức tối thiểu. Sự phát triển mạnh mẽ của tin học cho phép kết hợp chặt chẽ quá trình cung ứng, sản xuất, lưu kho hàng hóa, tiêu thụ và vận tải giao nhận, làm cho cả quá trình này trở nên hiệu quả hơn, nhanh chóng hơn, nhưng đồng thời cũng phức tạp hơn.

2. Lợi ích của dịch vụ hậu cần trong phát triển kinh tế ASEAN

Cạnh tranh trong lĩnh vực hậu cần (bao gồm cạnh tranh về quản lý hàng tồn kho, tốc độ giao hàng, hợp lý hóa quá trình lưu chuyển nguyên vật liệu, bán thành phẩm trong hệ thống quản lý phân phối vật chất...) đang ngày càng phát triển và đã mang lại nhiều lợi ích cho các doanh nghiệp ASEAN.

Thứ nhất, hậu cần góp phần nâng cao hiệu quả quản lý, giảm thiểu chi phí trong quá trình sản xuất, tăng cường sức cạnh tranh cho các doanh nghiệp.

Dịch vụ hậu cần là một chuỗi các hoạt động liên tục, có liên hệ mật thiết với nhau, tác động qua lại lẫn nhau. Dịch vụ hậu cần xuất hiện trong hầu như toàn bộ quá trình sản xuất, lưu thông và phân phối hàng hóa. Vì vậy, dịch vụ hậu cần có vai trò quan trọng trong hỗ trợ phát triển kinh tế nói chung và

trong hoạt động sản xuất hàng hóa nói riêng. Chi phí dịch vụ hậu cần bao gồm các chi phí giao thông vận tải, đóng gói, dự trữ, kiểm kê, hành chính và quản lý. Việc kiểm soát tất cả các chi phí này trong chuỗi dịch vụ hậu cần quốc tế giữ vai trò rất quan trọng, bởi vì giảm chi phí này nghĩa là: Giảm chi phí đầu vào của các hàng hóa, dịch vụ và giảm những rủi ro trong hoạt động kinh tế giữa các quốc gia; Giúp các doanh nghiệp giành được ưu thế trong cạnh tranh, từ đó dẫn đến tăng trưởng thương mại quốc gia; Thúc đẩy tính hiệu quả không chỉ trong hoạt động sản xuất mà cả trong hoạt động phân phối giữa các cơ sở sản xuất và từ trung tâm phân phối tới nơi tiêu dùng; Giảm sự cách biệt giữa giá tiêu dùng và sản xuất; Khuyến khích sự phân phối lao động một cách hiệu quả trong khu vực.

Chi phí hậu cần thấp đồng nghĩa với việc có được giá cả xuất nhập khẩu cạnh tranh. Thống kê của Viện nghiên cứu logistics của Mỹ, chi phí cho hoạt động hậu cần chiếm khoảng 10-13% GDP ở các nước phát triển và khoảng 15-20% GDP ở các nước đang phát triển. Hoạt động logistics trên thị trường Trung Quốc tăng trưởng với tốc độ bình quân là 33%/ năm và ở Brazil là 20%/năm. Điều này cho thấy, chi phí hậu cần rất lớn. Trong khu vực ASEAN, Singapore được xếp vị trí thứ nhất trong số 150 quốc gia về chỉ số phát triển hậu cần LPI (Logistics Performance Index) xét theo các tiêu chí về mức chi phí hậu cần, chất lượng hạ tầng cơ sở và thủ tục hải quan (Chi phí hậu cần của Singapore chiếm ít nhất, 8,3% GDP; Malaysia chiếm 12,7% , Thái Lan chiếm 17,8%, trong khi chi phí hậu cần của Nhật

Bản là 11%, của Mỹ là 10% và EU là 7%). Vì vậy, việc phát triển dịch vụ hậu cần sẽ giúp các doanh nghiệp cũng như toàn bộ nền kinh tế quốc dân giảm được chi phí trong chuỗi logistics, làm cho quá trình sản xuất kinh doanh tinh giản hơn và đạt được hiệu quả hơn.

Người ta đã thống kê rằng: để sản xuất ra một sản phẩm có giá trị 100 USD thì phải chi 10 USD cho chi phí vận chuyển, 10 USD cho chi phí quảng cáo, 30 USD cho chi phí liên quan đến sản xuất, 20 USD cho chi phí nguyên vận liệu và còn lại là các chi phí khác. Vì vậy, giảm chi phí trong sản xuất, thì quá trình sản xuất kinh doanh tinh giản, hiệu quả sản xuất kinh doanh được nâng cao góp phần tăng sức cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường. Thực tế, chi phí cho hậu cần đã giảm xuống rất nhiều và còn có xu hướng giảm nữa trong thời gian tới.

Tóm lại, các dịch vụ hậu cần hiệu quả sẽ làm giảm mức chi phí đầu vào của các sản phẩm hàng hóa và dịch vụ trong khối ASEAN. Nhờ đó, hoạt động thương mại, đầu tư và liên kết ASEAN tăng lên, bảo đảm chống lại sự dao động giá cả trong khu vực, tạo ra thị trường khu vực ngày càng phát triển và thúc đẩy nhanh hơn tiến trình công nghiệp hóa. Các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần trên thế giới hiện đang cạnh tranh quyết liệt trên thị trường giao nhận, vận chuyển... Giảm chi phí từng khâu trong dịch vụ hậu cần là phương pháp cạnh tranh tối ưu nhất của ASEAN.

Thứ hai, hậu cần có tác dụng tiết kiệm và giảm chi phí trong hoạt động lưu thông phân phối.

Giá cả hàng hóa trên thị trường chính bằng giá cả ở nơi sản xuất cộng với chi phí lưu thông. Chi phí lưu thông hàng hóa, chủ yếu là phí vận tải chiếm một tỉ lệ không nhỏ và là bộ phận cấu thành giá cả hàng hóa trên thị trường, đặc biệt là hàng hóa trong buôn bán quốc tế. Vận tải là yếu tố quan trọng của lưu thông. Lưu thông có ý nghĩa là hành trình thực tế của hàng hóa trong không gian được giải quyết bằng vận tải. Vận tải có nhiệm vụ đưa hàng hóa đến nơi tiêu dùng và tạo khả năng để thực hiện giá trị và giá trị sử dụng của hàng hóa. Trong buôn bán quốc tế, chi phí vận tải chiếm tỉ trọng khá lớn, theo số liệu thống kê của UNCTAD¹ thì chi phí vận tải đường biển chiếm trung bình 10-15% giá FOB (Free on Board – giá giao lên tàu tại cảng xếp hàng), khoảng 8-9% giá CIF (Cost, Insurance, Freight – giá thành, phí bảo hiểm, cước phí vận chuyển đường sông). Vận tải là yếu tố quan trọng nhất trong hệ thống hậu cần, cho nên dịch vụ hậu cần ngày càng hoàn thiện và hiện đại sẽ tiết kiệm cho phí vận tải và các chi phí khác phát sinh trong quá trình lưu thông dẫn đến tiết kiệm và giảm chi phí lưu thông. Nếu tính cả chi phí vận tải, tổng chi phí hậu cần (bao gồm đóng gói, lưu kho, vận tải, quản lý...) ước tính chiếm tới 20% tổng chi phí sản xuất ở các nước phát triển, trong khi đó nếu chỉ tính riêng chi phí vận tải có thể chiếm tới 40% giá trị xuất khẩu của một số nước không có đường bờ biển. Rõ ràng, nâng cao chất lượng dịch vụ hậu cần và giao thông vận tải sẽ thúc đẩy năng lực xuất khẩu của mỗi quốc gia và do đó xuất khẩu của toàn khu vực cũng tăng lên. Theo đánh giá của chuyên gia Robert Souza và một số chuyên gia khác (2007), các nhà xuất khẩu

chỉ cần giảm được 1% chi phí vận chuyển bằng tàu, thuyền sẽ tạo ra được mức tăng cao hơn phần thị trường từ 5 – 8%. Nhà kinh tế Jose Tongzone (2007) thì cho rằng: Sự khác nhau về cơ sở hạ tầng giữa các quốc gia sẽ dẫn tới sự dao động tới 40% trong chi phí giao thông đối với các nước ở vùng ven biển và tới 60% đối với các nước vùng đất liền. Honorio R. Vitasa và các chuyên gia khác (2007) thì khẳng định, việc tự do hóa các hoạt động dịch vụ cảng biển và điều chỉnh hoạt động của thị trường vận chuyển sẽ giảm tới 1/3 mức chi phí vận chuyển.

Thứ ba, hậu cần góp phần gia tăng giá trị kinh doanh của các doanh nghiệp vận tải giao nhận.

Hậu cần là loại hình dịch vụ có quy mô mở rộng và phức tạp hơn nhiều so với hoạt động vận tải giao nhận thuần túy. Trước kia, người kinh doanh dịch vụ vận tải giao nhận chỉ cung cấp cho khách hàng những dịch vụ đơn giản, thuần túy và đơn lẻ. Ngày nay, do sự phát triển của sản xuất, lưu thông, các chi tiết của một sản phẩm có thể do nhiều quốc gia cung ứng và ngược lại một loại sản phẩm của doanh nghiệp có thể tiêu thụ tại nhiều quốc gia, nhiều thị trường khác nhau. Vì vậy, dịch vụ mà khách hàng yêu cầu từ người kinh doanh vận tải giao nhận phải đa dạng và phong phú. Người vận tải giao nhận ngày nay đã triển khai cung cấp các dịch vụ nhằm đáp ứng yêu cầu thực tế của khách hàng. Họ trở thành người cung cấp dịch vụ hậu cần (logistics service provider). Căn cứ vào chủ thể tham gia, dịch vụ hậu cần được chia thành 4 loại (Dịch vụ hậu cần bên thứ nhất, dịch vụ hậu cần bên thứ hai, dịch vụ

hậu cần bên thứ ba và dịch vụ hậu cần bên thứ tư). Hiện nay, hình thức dịch vụ hậu cần bên thứ ba 3PL (Third Party Logistics - Người cung cấp dịch vụ hậu cần bên thứ ba là người thay mặt cho chủ hàng quản lý và thực hiện các dịch vụ hậu cần. Dịch vụ hậu cần bên thứ ba tích hợp các dịch vụ khác nhau, kết hợp chặt chẽ việc lưu chuyển hàng hóa và xử lý thông tin trong dây chuyền cung ứng) đang được phát triển mạnh ở các nước ASEAN và các nước có kinh tế phát triển. Trong số hơn 800 doanh nghiệp hậu cần của Singapore, có 17 doanh nghiệp đứng trong top 25 doanh nghiệp hậu cần bên thứ ba của thế giới. Thị trường hậu cần bên ba ngày càng vững mạnh nhờ nhu cầu tăng của các công ty trong việc cắt giảm chi phí và tập trung mạnh vào cạnh tranh. Việc xóa bỏ hàng rào thương mại giữa các nước thành viên ASEAN tạo ra những cơ hội rất lớn cho những người cung cấp dịch vụ 3PL và giúp họ có được các dịch vụ liên kết toàn diện hơn khi khuyến khích các công ty đa quốc gia (Multinational Companies – MNCs) tăng đầu tư vào khu vực. Năm 2006, thị trường hậu 3PL của ASEAN tạo ra nguồn thu 18.84 tỉ US\$. Dự đoán nguồn thu này sẽ tăng lên 27.85 tỉ US\$ vào năm 2012 và 31.3 tỉ USD vào năm 2013².

Thị trường hậu cần ASEAN được mở rộng do mức tăng trưởng của thị trường tiêu dùng, tự do hóa thương mại và mức chi phí thấp trong khu vực. Thương mại tự do làm giảm gánh nặng của việc tìm kiếm nguyên vật liệu thô và các hàng hóa trung gian khắp nơi, hướng các công ty sản xuất tới việc cắt giảm cạnh tranh chi phí hơn nữa và gia nhập vào nền kinh tế có qui mô.

Tóm lại, dịch vụ hậu cần đã góp phần làm gia tăng giá trị kinh doanh của các doanh nghiệp vận tải giao nhận. Kinh nghiệm của các nước phát triển khẳng định, thông qua việc sử dụng dịch vụ hậu cần trọn gói, các doanh nghiệp sản xuất có thể rút ngắn thời gian từ lúc nhận đơn đặt hàng cho đến lúc giao sản phẩm cho khách hàng từ 5-6 tháng xuống còn 2 tháng. Kinh doanh dịch vụ hậu cần có tỉ suất lợi nhuận cao gấp 3-4 lần so với kinh doanh sản xuất và gấp từ 1-2 lần so với các dịch vụ thương mại khác.

Thứ tư, hậu cần phát triển góp phần mở rộng thị trường trong buôn bán quốc tế.

Sản xuất có mục đích là phục vụ tiêu dùng, cho nên trong sản xuất kinh doanh vấn đề thị trường luôn là vấn đề quan trọng và luôn được các nhà sản xuất và kinh doanh quan tâm. Các nhà sản xuất kinh doanh muốn chiếm lĩnh và mở rộng thị trường cho sản phẩm của mình phải cần sự hỗ trợ của dịch vụ hậu cần. Dịch vụ hậu cần có tác dụng như chiếc cầu nối trong việc chuyển dịch hàng hóa trên các tuyến đường mới đến các thị trường mới đúng yêu cầu về thời gian và địa điểm đặt ra. Dịch vụ hậu cần phát triển có tác dụng rất lớn trong việc triển khai và mở rộng thị trường kinh doanh cho các doanh nghiệp.

Kinh tế thị trường phát triển, khối lượng và giá trị hàng hóa trao đổi trên thị trường giữa các quốc gia, các nền kinh tế tăng nhanh chóng. Các dịch vụ hậu cần phục vụ cho quá trình vận chuyển hàng hóa cũng ngày càng phát triển. Các công ty, doanh nghiệp, tập đoàn kinh tế... kinh doanh dịch vụ hậu cần xuất hiện ngày càng nhiều, từ chỗ

chỉ chuyên kinh doanh một loại dịch vụ (dịch vụ vận chuyển hay dịch vụ giao nhận, kho bãi...) nay đã phát triển thành các công ty, tập đoàn kinh tế lớn kinh doanh tất cả các dịch vụ phục vụ cho quá trình lưu chuyển hàng hóa từ nơi sản xuất đến nơi tiêu thụ cuối cùng.

Trong số các nước ASEAN, Thái Lan là quốc gia có số doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực hậu cần nhiều nhất (1100 doanh nghiệp) so với các quốc gia khác, như: Singapore (800 doanh nghiệp); Indonesia và Philippin (700 – 800 doanh nghiệp); Việt Nam (600 – 800 doanh nghiệp).

Thứ năm, hậu cần phát triển góp phần giảm chi phí, hoàn thiện và tiêu chuẩn hóa chứng từ trong kinh doanh quốc tế.

Một giao dịch trong buôn bán quốc tế thường phải tiêu tốn các loại giấy tờ, chứng từ. Theo đánh giá của Liên hợp quốc, chi phí về giấy tờ để phục vụ mọi mặt giao dịch thương mại trên thế giới hàng năm đã vượt quá 420 tỉ USD. Theo tính toán của các chuyên gia, riêng các loại giấy tờ, chứng từ rườm rà cũng tiêu tốn hết tới hơn 10% kim ngạch mậu dịch quốc tế, ảnh hưởng rất lớn tới các hoạt động buôn bán quốc tế. Hậu cần cung cấp các dịch vụ đa dạng, trọn gói đã có tác dụng giảm rất nhiều các loại chi phí giấy tờ, chứng từ trong buôn bán quốc tế. Dịch vụ vận tải đa phương thức do người kinh doanh dịch vụ hậu cần cung cấp đã loại bỏ rất nhiều chi phí cho giấy tờ thủ tục, nâng cấp và chuẩn hóa chứng từ cũng như giảm khối lượng công việc văn phòng trong lưu thông hàng hóa, từ đó nâng cao hiệu quả buôn bán quốc tế. Thêm nữa, cùng với việc phát triển

hậu cần điện tử (electronic logistics) sẽ tạo ra cuộc cách mạng trong dịch vụ vận tải và hậu cần, chi phí cho giấy tờ, chứng từ trong lưu thông hàng hóa càng được giảm tới mức tối đa, chất lượng dịch vụ hậu cần ngày càng được nâng cao sẽ thu hẹp hơn nữa mọi cản trở về không gian và thời gian trong dòng lưu chuyển nguyên vật liệu và hàng hóa. Các quốc gia sẽ xích lại gần nhau hơn trong hoạt động sản xuất và lưu thông.

Nghiên cứu của Ngân hàng Thế giới (WB) khẳng định, các nước ASEAN có chất lượng dịch vụ hậu cần và điều kiện hoạt động thương mại khác nhau đáng kể như cơ sở hạ tầng cảng biển, sự minh bạch thuế quan, điều chỉnh hành chính và việc áp dụng kinh doanh điện tử... Chính sự khác nhau này dẫn đến mức chênh lệch trong hoạt động ngoại thương. Những nước càng gần gũi với thị trường thế giới sẽ có được mức phát triển thương mại cao hơn. Bởi cứ 1% mức tăng trong tỉ lệ thương mại/GDP sẽ dẫn tới mức tăng thu nhập bình quân đầu người lên ít nhất là 0,5%. Hậu cần đóng góp vào mức tăng trưởng GDP. Theo số liệu của Liên hợp quốc, tỷ trọng dịch vụ trong GDP tại các nước đang phát triển trung bình khoảng 40-50%. Malaysia có tỷ trọng giá trị dịch vụ trong GDP là 45%, Thái Lan khoảng 53%, Indonesia chiếm hơn 40%. Caballero – Anthony, Mely (2006) thì cho rằng, hơn 70% sự khác nhau trong mức thu nhập bình quân giữa các quốc gia được lý giải bởi sự khác nhau về địa lý thị trường và cách tiếp cận cung cấp. Nếu như cách tiếp cận chỉ thông qua bằng đường biển mà thuận lợi hơn sẽ làm tăng mức thu nhập bình quân đầu người lên tới 20%. Bởi vậy, nếu dịch vụ hậu

cần hoạt động có hiệu quả sẽ góp phần quan trọng nâng cao hiệu quả kinh tế và xã hội của toàn bộ nền kinh tế.

Tóm lại, trong xu thế toàn cầu hóa, khu vực hóa diễn ra mạnh mẽ, trao đổi thương mại giữa các quốc gia, khu vực trên thế giới ngày càng tăng, kéo theo sự phát triển mạnh của các dịch vụ hậu cần như vận tải, kho bãi, thông tin... Dịch vụ hậu cần ASEAN cũng không nằm ngoài xu hướng chung này. Dịch vụ hậu cần đem lại nguồn lợi khổng lồ, là tâm điểm của sự phát triển kinh tế, thương mại của mọi quốc gia. Với nội hàm dịch vụ hậu cần bao gồm các dịch vụ hoạt động tương tác với nhau nhằm chuyển đổi và di dời các nguồn lực kinh tế (nguồn nhân lực, nguyên liệu và các sản phẩm đầu vào khác) từ nơi các nguồn lực đó được khai thác (hoặc tập trung) tới nơi cần thiết cho quá trình sản xuất, tiêu dùng hàng hóa đó thì hoạt động này thực sự có vai trò cực kỳ quan trọng trong chu trình hoạt động sản xuất và luân chuyển hàng hóa trên thị trường. Các dịch vụ này thực chất bảo đảm các mối liên kết giao thông vận tải, thông tin viễn thông đa phương diện (dưới nhiều hình thức khác nhau), các nút trạm giao thông liên quan đến sự chuyển giao, dự trữ, các loại giấy phép bàn giao thanh toán, quá trình đóng gói và phân phối sản phẩm. Với những vai trò đó dịch vụ hậu cần góp phần nâng cao hiệu quả quản lý, tiết kiệm, giảm chi phí và góp phần nâng cao khả năng cạnh tranh của hàng hóa.

Trong những năm gần đây ASEAN đã có sự quan tâm đến đầu tư phát triển dịch vụ hậu cần, góp phần cải thiện một bước chất lượng dịch vụ hậu cần của mỗi quốc gia,

cũng như của toàn khối ASEAN. Tuy nhiên, thực tế trình độ phát triển lĩnh vực dịch vụ hậu cần của ASEAN cũng còn nhiều hạn chế, nhất là về cơ sở hạ tầng. Do vậy, mức chi phí để phát triển cơ sở hạ tầng của ASEAN còn cao so với mức tiêu chuẩn chung của thế giới. Bản thân sự phát triển lĩnh vực dịch vụ hậu cần giữa các quốc gia ASEAN cũng còn có sự chênh lệch đáng kể. Một số nước có hệ thống cảng biển, tàu thuyền và cơ sở hạ tầng đất đai không thích hợp, trong khi đó các nước ASEAN khác lại có hệ thống đường bộ nông thôn rất nghèo nàn. Tất cả những điều kiện không thuận lợi này dẫn đến tăng thời gian vận chuyển hàng hóa và các chi phí liên quan khác cũng tăng cao hơn. Sự bất lợi đó cản trở sự phát triển của thị trường nội địa và dẫn đến sự khác nhau đáng kể về mức giá cả giữa các nước trong khu vực, làm cho các nhà cung cấp dịch vụ hậu cần khó có thể đưa ra giá cả cạnh tranh.

Dịch vụ hậu cần bên thứ ba (3PL) của ASEAN hiện đang phát triển rất mạnh nhờ cắt giảm chi phí của các công ty và tập trung mạnh vào cạnh tranh. Việc xóa bỏ hàng rào thương mại giữa các nước thành viên ASEAN tạo ra những cơ hội rất lớn cho những người cung cấp dịch vụ 3PL và giúp họ có được các dịch vụ liên kết toàn diện hơn khi khuyến khích các công ty đa quốc gia tăng đầu tư vào khu vực. Thị trường hậu cần ASEAN được mở rộng do mức tăng trưởng của thị trường tiêu dùng, tự do hóa thương mại và mức chi phí thấp trong khu vực. Thương mại tự do làm giảm gánh nặng của việc tìm kiếm nguyên vật liệu thô và các hàng hóa trung gian, hướng các công ty sản

xuất tới việc cắt giảm chi phí hơn nữa và gia nhập vào nền kinh tế có qui mô. Tuy nhiên, ASEAN cũng gặp không ít những cản trở đối với sự phát triển của lĩnh vực dịch vụ hậu cần như cơ sở giao thông vận tải còn nhiều hạn chế, tình hình luật pháp của các tổ chức giao thông vận tải trung gian, mức chi phí và năng lực của các dịch vụ tài chính ngân hàng, sự hạn chế và cách tiếp cận không hiệu quả của các phương thức quản lý, sự yếu kém của công nghệ thông tin viễn thông. Thiếu nguồn nhân lực hậu cần có kỹ năng và công nghệ, sự tăng giá nguyên nhiên liệu và thị trường phân hóa cao, cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu làm cho giá cả, lạm phát tăng cao dẫn tới tăng chi phí hậu cần. Do vậy, lĩnh vực dịch vụ hậu cần của phần lớn các nước trong khu vực ASEAN cho đến nay vẫn chỉ ở giai đoạn đầu của sự phát triển. Tuy nhiên, hậu cần vẫn có vai trò quan trọng và đang mang lại rất nhiều lợi ích kinh tế - xã hội cho các nước trong khu vực ASEAN.

Chú thích:

¹ UNCTAD (2006), *Negotiations on Transport and Logistics Services: Issues to consider*. Geneva. (<http://www.unctad.org/en/docs/sdtetib>)

² Jose Tongzon (2007), *Determinants of Competitiveness in Logistics: Implication for the ASEAN Region*, Maritime Economics of Logistics. Australian Maritime College Launceston.

Tài liệu tham khảo

1. Arvis, Jean – Francols (2006), *Success Factors for Improving Logistics in a Middle-Income Countries*. Transport Notes N 35. World Bank. Washington DC.

2. Arvis, Jean – Francols (2007), *The Costs of Being Landlocked: Logistics Costs and Supply*

Chain Reliability. Policy Research Working Paper N 4258. World Bank. Washington DC.

3. CARANA Corporation (2005), *The Role of Transportation and Logistics in International Trade: The Developing Country Context*, Washington, D.C.

4. David Hummels (Purdue University); Jitendra N. Bajpai (World Bank) and Robin Caruthers (World Bank) (2005): “*Trade and Logistics: An East Asian Perspective*” Institute for Southeast Asia Studies.

5. John Arnold and Theresa Villareal (2007), *Philippine Logistics Study*. School of Labour and Industrial Relations (SOLAIR), University of the Philippines, Diliman, Quezon City.

6. John Arnold; Ruth Banomyong and Nipawit Ritthirongk (2006) *Logistics Development and Trade Facilitation in Lao PDR*.

7. Jose Tongzon (2007), *Determinants of Competitiveness in Logistics: Implication for the ASEAN Region*. Maritime Economics of Logistics. Australian Maritime College Launceston.

8. Honorio R. Vitasa (2007), *Integration of Logistics Services in ASEAN*. Bureau for Economic Integration and Finance.

9. Tetsuo Shibata (2007), “*ASEAN Logistics Network Map: Brief Introduction of our study in 2006 and hereafter*”. Trade and Economic Cooperation Department. Japan External Trade Organization (JETRO).

10. Thomas, Jayan Jose. *India-Singapore CECA: A step towards Asian integration?* ISAS Insights No. 6, September 2005. Institute of South Asian Studies

11. Các báo Nhân dân số ra ngày 26/3/2008 và 26/4/2008. Báo Sài Gòn Giải Phóng, số ra ngày 2/1/2009.