

# PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ HẬU CẦN (LOGISTICS) Ở ASEAN: THỰC TRẠNG VÀ TRIỂN VỌNG

PHẠM THỊ THANH BÌNH\*  
NGUYỄN NGỌC THANH\*\*

## Khái niệm

Dưới góc độ doanh nghiệp, thuật ngữ “logistics” (hậu cần) được hiểu là hoạt động quản lý chuỗi cung ứng (supply chain management) hay quản lý hệ thống phân phối vật chất (physical distribution management) của doanh nghiệp. Logistics là một chuỗi hệ thống các dịch vụ (logistics system chain) về giao nhận hàng hoá như: làm các thủ tục giấy tờ, tổ chức vận tải, bao bì đóng gói ghi nhãn hiệu, lưu kho lưu bãi, phân phát hàng hoá (nguyên liệu hoặc thành phẩm) tới người tiêu dùng. Với hệ thống chuỗi các dịch vụ này, người cung cấp dịch vụ Logistics (Logistics service provider) sẽ giúp khách hàng có thể tiết kiệm được chi phí đầu vào trong các khâu dịch chuyển, lưu kho, lưu bãi và phân phối hàng hoá, nguyên liệu, bán thành phẩm, hoặc thành phẩm.

Dịch vụ Logistics chính là sự phát triển ở giai đoạn cao của các khâu dịch vụ giao nhận kho vận, trên cơ sở tận dụng các ưu

điểm của công nghệ tin học để điều phối hàng hoá từ khâu tiền sản xuất tới tận tay người tiêu dùng, cuối cùng qua các công đoạn: dịch chuyển, lưu kho và phân phối hàng hoá.

*ASEAN quan niệm hậu cần (logistics)* bao gồm mạng lưới các 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 hoặc dịch vụ đó.

Mạng lưới này bao gồm 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. Dịch vụ hậu cần được chia thành 4 loại

*Dịch vụ hậu cần bên thứ nhất:* Người

\* TS. Phạm Thị Thanh Bình, Viện Kinh tế và Chính trị Thế giới

\*\* TS. Nguyễn Ngọc Thanh, Trường Đại học Quốc gia Hà Nội

chủ sở hữu hàng hóa tự tổ chức và thực hiện các dịch vụ hậu cần thương mại để đáp ứng yêu cầu của mình. Hình thức dịch vụ hậu cần này được áp dụng phổ biến ở Việt Nam thời kỳ trước những năm 1990, khi đó các nhà sản xuất tự vận chuyển hàng hóa, tự tổ chức giao nhận... để thực hiện việc tiêu thụ sản phẩm, hàng hóa của mình.

*Dịch vụ hậu cần bên thứ hai:* Người cung cấp dịch vụ hậu cần là người cung cấp dịch vụ cho một hoạt động đơn lẻ (vận chuyển, giao nhận, kho bãi, dự trữ...) trong hệ thống dịch vụ hậu cần. Hình thức dịch vụ hậu cần này được áp dụng phổ biến ở Việt Nam hiện nay, khi các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ hậu cần nước ta chưa đủ mạnh để tổ chức đồng bộ các dịch vụ trong hệ thống các dịch vụ hậu cần.

*Dịch vụ hậu cần bên thứ ba:* 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. Do vậy, 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.

*Dịch vụ hậu cần bên thứ tư:* Người cung cấp dịch vụ hậu cần bên thứ tư là người tích hợp, chịu trách nhiệm quản lý, thực hiện quản trị cả quá trình lưu chuyển của dòng hàng hóa như: Nhận hàng từ nơi sản xuất, làm thủ tục xuất nhập khẩu, đưa hàng đến nơi tiêu thụ

cuối cùng. Hình thức hậu cần bên thứ tư được áp dụng phổ biến ở các nước có các công ty, tập đoàn kinh doanh Logistics đủ mạnh, có phạm vi hoạt động và hệ thống văn phòng đại diện hay các công ty con ở nhiều nước trên thế giới.

Hiện nay, hình thức dịch vụ hậu cần bên thứ ba (hay bên ba) 3PL (Third Party Logistics) đang được phát triển mạnh ở các nước ASEAN và các nước có kinh tế phát triển.

### **Thực trạng phát triển dịch vụ hậu cần ở ASEAN**

Trong số các nước ASEAN, Thái Lan là quốc gia có số doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực hậu cần (1100 doanh nghiệp) nhiều nhất so với các quốc gia khác, như: Xingapo (800 doanh nghiệp); Indônêxia và Philippin (700 - 800 doanh nghiệp); Việt Nam (600 - 800 doanh nghiệp). Đa phần các doanh nghiệp hậu cần Việt Nam có quy mô nhỏ nên rất hạn chế về vốn, nguồn nhân lực. Hiện đang tồn tại sự chênh lệch giữa mức phát triển của hậu cần ASEAN với mức tiêu chuẩn của hậu cần quốc tế. Lĩnh vực hậu cần hiện đại đòi hỏi những người cung cấp nguyên vật liệu thô, các nhà sản xuất, các nhà bán buôn, bán lẻ, những người điều hành lĩnh vực hậu cần và người tiêu dùng cuối cùng phải có mối liên hệ khăng khít với nhau. Theo mức tiêu chuẩn đặt ra đó, mạng lưới và hệ thống hậu cần hiện nay của ASEAN mới đang ở giai đoạn đầu của sự phát triển. Chỉ có Xingapo nổi lên với

**Bảng 1: So sánh mức đóng góp hậu cần bên 3 (3PL) của ASEAN với các nước trong khu vực châu Á - Thái Bình Dương, 2006**

Nước	Đóng góp của hậu cần bên 3 (%)
Nhật Bản	40
Trung Quốc	20
Hàn Quốc	5
ASEAN	<b>10</b>
Úc	15
Ấn Độ	2
Các nước khác	8
Tổng số	100

Nguồn: *Strategic Analysis of the ASEAN Third Party Logistics Markets*, Frost & Sullivan, 2007.

vai trò là người đứng đầu trong lĩnh vực dịch vụ hậu cần (logistics) của khu vực. Có thể nói Xingapo đã hội tụ đủ các điều kiện cơ sở hạ tầng cần thiết của lĩnh vực logistics, với những cảng biển và cảng hàng không đứng đầu thế giới, cơ sở hạ tầng hiện đại, mạng lưới thông tin - viễn thông hiệu quả, môi trường kinh doanh thuận lợi và một nguồn nhân lực chuyên nghiệp, kỹ năng cao. Tất cả những điều kiện này được hội tụ khiến cho Xingapo trở thành một trung tâm hiện đại của thương mại quốc tế trong khu vực.

ASEAN đang nổi lên với kỷ nguyên của thị trường hậu cần bên 3 (3PL-Third Party Logistics) - nơi mọi khách hàng đều có lợi nhờ hàng loạt các dịch vụ được cung cấp tại chỗ. Thị trường hậu cần bên 3 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. 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. Tuy nhiên, những yếu tố tích cực này chỉ có thể nếu như cơ sở hạ tầng của các nước ASEAN - đường sá, thông tin viễn thông, bến cảng, sân bay... được mở rộng tương xứng nhau. Các nước có cơ sở hạ tầng nghèo nàn như Indônêxia, Việt Nam, Lào, Campuchia sẽ phải đối mặt với những khó khăn lớn hơn trong việc giải quyết những thách thức liên quan đến hậu cần. Do vậy, thành công của thị trường 3PL ở ASEAN sẽ phụ thuộc rất nhiều vào sự phát triển cơ sở hạ tầng trong khu vực. Những khách hàng của thị trường bên 3 (3PL) của ASEAN chủ yếu là khu vực sản xuất chế tạo có công nghệ cao (hi-tech), khu vực cần các dịch vụ cung cấp liên kết thành chuỗi nối nhau.

Năm 2006, thị trường hậu cần bên 3

(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 2013<sup>(1)</sup>.

Tính hiệu quả của các dịch vụ cung cấp bởi thị trường bên 3 (3PL) phụ thuộc vào cơ sở hạ tầng giao thông vận tải như: đường sá, thông tin viễn thông, cảng và sân bay. Do vậy, một hệ thống giao thông vận tải được liên kết tốt sẽ khuyến khích ASEAN sớm trở thành một thị trường chung thống nhất, cho phép tự do luân chuyển hàng hóa, dịch vụ, vốn và lao động. Nhờ đó mà ngành công nghiệp hậu cần được phát triển. Với mục tiêu biến Xingapo thành trung tâm hậu cần và liên kết giao thông mang tầm cỡ khu vực, chính phủ Xingapo đã thành lập Ủy ban đại diện đa chính phủ dưới sự chỉ đạo của Bộ phát triển thương mại TDB (Trade Development Board).

Thị trường hậu cần thuê ngoài<sup>(2)</sup> của Malaixia tăng mạnh từ 3 tỉ US\$ (2005) lên 3.25 tỉ US\$ (2006) và 3.54 tỉ US\$ (2007). Các dịch vụ nguồn thu bên ngoài chủ yếu như quản lý chuyên chở hàng hóa, quản lý lưu kho và phân phối đóng góp tới hơn một nửa nguồn thu của thị trường hậu cần. Khu vực chế tạo là một trong những nguồn thu chính của dịch vụ 3PL ở Malaixia. Nguồn thu trong dịch vụ hậu cần bên 3 (3PL) của khu vực chế tạo bao gồm cả những dịch vụ hậu cần hướng nội và hướng ngoại (inbound and out-bound logistics). Nguồn thu này đóng góp tới 84% tổng xuất khẩu năm 2005 của

Malaixia. Những người sử dụng dịch vụ 3PL ở Malaixia chủ yếu là các công ty đa quốc gia (MNCs). Top 10 công ty dịch vụ hậu cần bên 3 (3PL) ở Malaixia là thuộc sở hữu của người nước ngoài. Các nhà cung cấp dịch vụ hậu cần nội địa (ví dụ như Integrated Logistics Bhd, Century Logistics Holdings Bhd, Konsortium Logistics Bhd, và Tiong Nam Logistics Holdings Bhd...) đang cố gắng mở rộng khả năng dịch vụ hậu cần của mình để trở thành thị trường hậu cần bên 3 (3PL) của khu vực.

Thị trường hậu cần thuê ngoài của Philippin tăng rất nhanh từ mức 349 triệu US\$ (2001) lên trên 2 tỉ US\$ (2004) tới 3.8 tỉ US\$ (2005) và theo dự đoán nguồn thu sẽ tăng lên khoảng 12.4 tỉ US\$ (2010), chiếm 6.5% GDP nước này<sup>(3)</sup>. Theo đánh giá của Frost & Sullivan, Philippin được xếp thứ 2 (sau Trung Quốc) về nguồn thu của ngành dịch vụ hậu cần thuê ngoài. Số lượng việc làm được tạo ra trong ngành hậu cần tăng 30% mỗi năm (khoảng 303.000 việc làm), nâng tổng số việc làm lên tới 1.1 triệu việc làm mới vào năm 2010. Cũng như Malaixia, ngành công nghiệp hậu cần Philippin chiếm chủ yếu là các chi nhánh công ty hậu cần khu vực và toàn cầu, đó là FedEx, Corp, UPS và GAC Logistics.

Thị trường hậu cần thuê ngoài của Thái Lan đạt 2.5 tỉ US\$ (2005). Dự đoán mức tăng trưởng trung bình hàng năm đạt 17.2%, khoảng 7.58 tỉ US\$ (2012). Chính phủ Thái Lan đang đặt kế hoạch 10

**Bảng 2: Các chỉ số đánh giá chất lượng dịch vụ hậu cần ASEAN**

Nước	Mức điều chỉnh	Chất lượng sân bay	Chất lượng cảng biển	Nguồn lực bổ sung	Thủ tục an ninh	Thuế quan
Indônêxia	4.82	4.51	5.91	8.00	6.00	7.71
Malaixia	2.65	3.82	4.98	5.10	5.19	5.39
Philippin	4.06	4.59	4.85	6.10	6.33	6.33
Xingapo	0.87	3.98	4.36	4.09	3.67	5.21
Thái Lan	3.43	4.88	5.50	6.07	5.83	6.43
Việt Nam	5.15	5.13	5.09	7.13	4.50	7.07

Nguồn: United States International Trade Commission (USITC), 2005.

năm phát triển lĩnh vực hậu cần để tạo cú hích cho việc hợp lý hóa quá trình phát triển lĩnh vực hậu cần. Hiện nay, chính phủ Thái Lan đang từng bước cố gắng thúc đẩy các doanh nghiệp vừa và nhỏ chuyển đổi việc quản lý hậu cần để cạnh tranh với việc giá nhiên liệu ngày càng tăng và để ứng phó được với những thách thức của môi trường kinh doanh mới. So với lĩnh vực hậu cần của Xingapo, Malaixia, Philippin và Thái Lan, khái niệm quản lý chuỗi mắt xích cung cấp (Supply Chain Management - SCM)<sup>(4)</sup> ở Indônêxia và các nước ASEAN khác như Lào, Campuchia và Việt Nam vẫn còn tương đối mới. Vì vậy, chất lượng dịch vụ hậu cần ở các quốc gia này tương đối kém. Bảng tổng quan dưới đây của ủy ban thương mại Mỹ (USITC - United States International Trade Commission) đánh giá chất lượng của dịch vụ hậu cần ở một số nước ASEAN dựa trên 6 thông số ghi nhận: sự điều chỉnh của lĩnh vực hậu cần, chất lượng sân bay, chất lượng cảng biển,

khả năng bổ sung của các nguồn lực, gánh nặng của các thủ tục an ninh và thuế quan. Mức đánh giá từ 0 điểm đến 10 điểm, với mức điểm 0 nghĩa là quốc gia có môi trường dịch vụ hậu cần tốt nhất và điểm 10 nghĩa là môi trường dịch vụ hậu cần kém nhất. (Bảng 2)

Số liệu bảng 2 chứng tỏ rằng, Xingapo có môi trường dịch vụ hậu cần tốt nhất trong khu vực, tiếp đến là Brunei, Malaixia và Thái Lan. Dịch vụ hậu cần ở Indônêxia kém hơn. Năm 2005, dịch vụ hậu cần Xingapo tăng mạnh nhất, hơn 11% / năm. Hậu cần luôn giữ vai trò trọng tâm trong nền kinh tế Xingapo. Thị trường hậu cần thuê ngoài (outsourced) của Xingapo tăng trưởng 8% năm từ mức 2.2 tỉ US\$ (2005) lên 2.4 tỉ US\$ (2006). Theo đánh giá của Tổ chức phát triển Xingapo (IDA), khu vực hậu cần tạo ra được hơn 93.000 việc làm và nguồn thu nhập gần 13 tỉ US\$ (2007). Hậu cần chiếm tới hơn 8% GDP của Xingapo. Hiện Xingapo có hơn 8000 công ty hậu cần,

trong đó có 17 công ty đứng trong top 25 công ty hậu cần bên 3 (3PL - Third Party Logistics)<sup>(5)</sup> của thế giới. Hai công ty nội địa của Xingapo là APL Logistics và SembCorp Logistics cũng nằm trong top 25 công ty hậu cần bên 3 (3PL) hàng đầu thế giới. Theo đánh giá của Ngân hàng thế giới (WB), Xingapo được xếp ở vị trí thứ nhất trong số 150 quốc gia về chỉ số phát triển hậu cần LPT (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.

Để có được kết quả như ngày hôm nay, ngay từ thập niên 1980, chính phủ Xingapo đã thực hiện một chiến lược chủ động đưa quốc gia này trở thành một trung tâm trung chuyển hàng hóa tới các nước trong khu vực như Malaixia, Indônêxia, và Thái Lan. Xingapo cũng bắt đầu chủ động khuyến khích các công ty đa quốc gia (MNCs) và một số các nhà cung ứng dịch vụ logistics quốc tế đặt trụ sở tại nước mình, xây dựng các trung tâm phân phối khu vực và toàn cầu tại Xingapo với nhiều ưu đãi như giảm thuế đối với khoản thu lợi nhuận, miễn thuế đối với đầu tư mạo hiểm.

Theo đánh giá gần đây nhất của các chuyên gia nước ngoài, hạ tầng logistics (giao nhận, kho vận) của Việt Nam được xếp vào hạng "trung bình" so với các nước trong khu vực ASEAN. Xét theo 4 tiêu chí: bến cảng, sân bay, đường sắt, đường bộ thì Việt Nam ngang bằng hoặc có phần trội hơn so với Philippin, Indônêxia. Việt Nam

hiện có 114 cảng biển với 14 cảng có quy mô lớn. Nhưng cơ sở vật chất tại các cảng và dịch vụ hỗ trợ còn kém. Do vậy làm tăng thêm chi phí hậu cần vận chuyển sang các thị trường lớn như Mỹ, EU bởi vì phải có thêm công đoạn trung chuyển hàng sang các cảng lớn hơn trong khu vực như Xingapo, Malaixia./

## CHÚ THÍCH

1. Jose Tongzon (2007), *Determinants of Competitiveness in Logistics: Implication for the ASEAN Region*, Maritime Economics of Logistics. Australian Maritime College Launceston.
2. Nhóm hoạt động Logistics thuê ngoài nhiều nhất của ASEAN bao gồm: Vận tải, kho bãi, khai quan và giao nhận. Trong đó, vận tải nội địa thuê ngoài (100%); giao nhận (77%); kho bãi (73%); khai quan (68%) và vận tải quốc tế (59%).
3. John Arnold and Theresa Villareal (2007), *Philippine Logistics Study*, School of Labour and Industrial Relations (SOLAIR), University of the Philippines, Diliman, Quezon City.
4. Quản lý chuỗi cung cấp (SCM) là phương thức tối ưu hóa những thỏa mãn yêu cầu của khách hàng với mức chi phí thấp nhất và ít tiêu tốn thời gian nhất.
5. 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. Do vậy, 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. Hiện nay, hình thức dịch vụ hậu cần bên thứ ba đang được phát triển mạnh ở các nước ASEAN và các nước có kinh tế phát triển.