

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGOẠI THƯƠNG
KHOA KINH TẾ NGOẠI THƯƠNG**



KHOÁ LUẬN TỐT NGHIỆP

ĐỀ TÀI:

**HOẠT ĐỘNG GIAO NHẬN HÀNG HÓA XUẤT NHẬP KHẨU TẠI CÔNG
TY GIAO NHẬN KHO VẬN NGOẠI THƯƠNG VINATRANS HẢI PHÒNG:
THỰC TRẠNG VÀ MỘT SỐ GIẢI PHÁP**

Sinh viên thực hiện : Lê Thùy Hương
Lớp : Nga – K38E
Giáo viên hướng dẫn : TS. NGUYỄN VĂN HỒNG

HÀ NỘI - 2003

MỤC LỤC

Lời nói đầu	1
Chương I: Vai trò của hoạt động giao nhận hàng hoá trong quá trình phát triển kinh tế	3
<i>I. Khái quát chung về hoạt động giao nhận</i>	3
1. Một số khái niệm về giao nhận và hoạt động giao nhận	3
2. Vai trò của người giao nhận trong hoạt động thương mại quốc tế	4
3. Phạm vi hoạt động của người giao nhận	5
<i>II. Quyền hạn và trách nhiệm của người giao nhận</i>	7
1. Những căn cứ luật pháp về địa vị pháp lý của người giao nhận	7
2. Điều kiện kinh doanh tiêu chuẩn (Standard trading conditions)	8
3. Quyền hạn, nghĩa vụ, trách nhiệm của người giao nhận	9
<i>III. Các mối quan hệ của người giao nhận</i>	10
<i>IV. Các tổ chức giao nhận trên thế giới và ở Việt Nam</i>	11
1. Tổ chức các cơ quan giao nhận trên thế giới	11
2. Liên đoàn quốc tế các hiệp hội giao nhận (FIATA)	11
3. Các công ty giao nhận hàng hoá xuất nhập khẩu ở Việt Nam	12
<i>V. Vài nét về hoạt động giao nhận ngoại thương tại Việt Nam</i>	13
1. Hoạt động giao nhận ngoại thương trước năm 1986	13
2. Ngành giao nhận ngoại thương chuyển mình với xu hướng mở cửa và hội nhập kinh tế	15
Chương II: Hoạt động giao nhận hàng hoá XNK tại công ty giao nhận kho vận ngoại thương (Vinatrans) Hải Phòng	30
<i>I. Giới thiệu chung về công ty Vinatrans</i>	30
1. Quá trình ra đời và phát triển của công ty Vinatrans:	30
2. Cơ cấu tổ chức nhân sự của chi nhánh công ty Vinatrans tại Hải Phòng:	33
<i>II. Tình hình vận tải và giao nhận hàng hoá của Vinatrans Hải Phòng</i>	40

1. Đại lý hãng tàu (Shipping Agent)	40
2. Đại lý giao nhận (Freight Fowarder)	44
3. Tổng sản lượng vận tải và giao nhận hàng hoá xuất nhập khẩu của chi nhánh Vinatrans Hải Phòng	55
Chương III: Triển vọng của ngành giao nhận nói chung và của công ty Vinatrans nói riêng. Một số giải pháp kiến nghị.	59
<i>I. Đối với ngành giao nhận Việt Nam</i>	59
1. Phương hướng của ngành giao nhận trong thời gian tới	59
2. Biện pháp nâng cao hiệu quả hoạt động giao nhận	62
<i>II. Đối với công ty Vinatrans</i>	65
1. Đánh giá tình hình công tác vận tải và giao nhận hàng hoá của Vinatrans Hải Phòng trong thời gian qua	65
2. Phương hướng phát triển công tác vận tải và giao nhận hàng hoá XNK của công ty trong thời gian tới	66
3. Các biện pháp để nâng cao hiệu quả của công tác vận tải và giao nhận hàng hoá XNK	68
Kết luận	70
Tài liệu tham khảo	

LỜI NÓI ĐẦU

Thương mại và vận tải là hai lĩnh vực có mối quan hệ khăng khít và tương hỗ lẫn nhau. Vận tải đầy nhanh quá trình trao đổi, giao lưu hàng hoá giữa các khu vực và trên phạm vi thế giới, còn thương mại là điều kiện để vận tải ra đời và phát triển. Từ lâu, vận tải đường biển luôn đóng một vai trò quan trọng trong vận chuyển hàng hoá quốc tế. Hàng năm có khoản 80%-90% hàng hoá lưu chuyển trên phạm vi quốc tế được vận chuyển bằng đường biển bởi những ưu điểm của nó so với phương thức vận tải khác.

Cùng với sự phát triển của phân công lao động xã hội, vào thế kỷ 15-16 một loại hình dịch vụ mới đã ra đời, tạo thuận lợi và đẩy mạnh quá trình vận tải, đặc biệt là quá trình vận tải đường biển. Đó là hoạt động giao nhận.

Ở Việt Nam, vào năm 1970 Tổng công ty giao nhận kho vận ngoại thương (Vietrans) đã ra đời, là tổ chức duy nhất ở Việt Nam làm chức năng giao nhận hàng hoá xuất nhập khẩu và hàng viện trợ, mà chủ yếu là vận chuyển bằng đường biển.

Từ năm 1986 trở lại đây, cùng với sự dịch chuyển sang nền kinh tế thị trường của đất nước, ngành giao nhận Việt Nam đã sớm đổi mới hoà nhập với vực phát triển của nền kinh tế quốc gia và quốc tế, nhiều tổ chức giao nhận đã ra đời, các loại hình giao nhận vận tải được mở rộng. Đặc biệt, ngành giao nhận đã phục vụ tốt hoạt động xuất nhập khẩu ngày càng tăng trong những năm qua. Song hoạt động giao nhận cũng ngày càng phức tạp hơn, cạnh tranh giữa các tổ chức giao nhận trong và ngoài nước ngày càng gay gắt, hoạt động trong lĩnh vực giao nhận ngày càng khó khăn, chưa đi vào một môi trường thống nhất về tổ chức. Mặc dù Hiệp hội giao nhận vận tải Việt nam đã ra đời nhưng việc điều hành chung vẫn chưa có hiệu quả cao.

Nhận thức được tầm quan trọng của hoạt động giao nhận nói chung và hoạt động giao nhận vận tải đường biển nói riêng đối với sự phát triển kinh tế

nên tôi đã chọn vấn đề:” Giao nhận hàng hoá xuất nhập khẩu tại công ty giao nhận kho vận ngoại thương (Vinatrans) HP. Thực trạng và một số giải pháp” làm đề tài khoá luận tốt nghiệp.

Nội dung của khoá luận tốt nghiệp gồm 3 chương (không kể lời nói đầu và kết luận)

- Chương I: Vai trò của hoạt động giao nhận hàng hoá trong quá trình phát triển kinh tế.

- Chương II: Hoạt động giao nhận hàng hoá XNK tại công ty giao nhận kho vận Ngoại thương (Vinatrans) HP

- Chương III: Triển vọng của ngành giao nhận nói chung và của công ty Vinatrans nói riêng. Một số giải pháp kiến nghị.

Nhân đây, tôi xin chân thành cảm ơn các thầy cô giáo, các bạn sinh viên, những người đã giúp đỡ tôi trong quá trình học tập và rèn luyện tại trường đại học Ngoại thương, đặc biệt là thầy giáo - tiến sĩ Nguyễn Văn Hồng-giảng viên khoa kinh tế ngoại thương- người đã trực tiếp hướng dẫn tôi hoàn thành khoá luận tốt nghiệp này. Vì đây là một đề tài mang tính thực tiễn cao nên trong quá trình thực hiện không thể tránh khỏi những sai sót, vậy mong các bạn đọc thông cảm và cho ý kiến đóng góp.

CHƯƠNG I

VAI TRÒ CỦA HOẠT ĐỘNG GIAO NHẬN TRONG QUÁ TRÌNH PHÁT TRIỂN KINH TẾ

I. Khái quát chung về hoạt động giao nhận:

1. Một số khái niệm về giao nhận và hoạt động giao nhận:

Giao nhận vận tải là một trong những hoạt động nằm trong khâu lưu thông phân phối, một khâu quan trọng nối liền sản xuất với tiêu thụ, là hai khâu chủ yếu của quá trình tái sản xuất xã hội. Giao nhận vận tải thực hiện chức năng đưa sản phẩm từ nơi sản xuất đến nơi tiêu thụ, hoàn thành mặt thứ hai của lưu thông phân phối là phân phối vật chất, khi mặt thứ nhất là thủ tục thương mại đã hoàn thành.

Giao nhận gắn liền với vận tải, nhưng nó không phải là vận tải. Hoạt động giao nhận lo liệu cho hàng hoá được vận tải đến nơi tiêu thụ, nhưng không phải chỉ lo riêng vận tải mà còn làm những việc khác để di chuyển hàng hoá như bốc xếp, lưu kho, chuyển tải, đóng gói, thủ tục, chứng từ..."Có sách viết, hoạt động giao nhận có thể định nghĩa là tổ chức việc vận chuyển hàng hoá và thực hiện tất cả các công việc có liên quan đến việc vận chuyển hàng hóa đó".

Người kinh doanh dịch vụ giao nhận gọi là Người giao nhận. Về người giao nhận, chưa có một định nghĩa thống nhất được quốc tế chấp nhận. Người giao nhận có thể là chủ tàu, chủ hàng, công ty xếp dỡ hay kho hàng, người giao nhận chuyên nghiệp hay bất cứ một người nào khác có đăng ký kinh doanh hoạt động giao nhận hàng hoá. Theo Liên đoàn quốc tế các hiệp hội giao nhận thì " người giao nhận là người lo toan để hàng hóa được chuyên chở theo hợp đồng uỷ thác và hành động vì lợi ích của người uỷ thác mà bản thân anh ta

không phải là người vận tải. Người giao nhận cũng đảm nhận việc thực hiện mọi công việc liên quan đến hợp đồng giao nhận như bảo quản, lưu kho chung chuyển, làm thủ tục hải quan, kiểm hoá..”

Cùng với sự phát triển của thương mại quốc tế và sự tiến bộ kỹ thuật của ngành vận tải mà dịch vụ giao nhận cũng được mở rộng hơn. Ngay nay người giao nhận đóng vai trò quan trọng trong thương mại quốc tế và vận tải quốc tế. Người giao nhận không chỉ làm các thủ tục hải quan, hoặc thuê tàu mà còn cung cấp dịch vụ trọn gói về toàn bộ quá trình vận tải và phân phối hàng hoá. ở các nước khác nhau, người kinh doanh dịch vụ giao nhận được gọi các tên gọi khác nhau: “Đại lý hải quan” (Customs House Agent), “Môi giới hải quan” (Customs Broker), “Đại lý thanh toán” (Clearing Agent), “Đại lý gửi hàng và giao nhận” (Shipping and Forwarding Agent),” Người chuyên chở chính” (Principal Carrier)...

2. Vai trò của người giao nhận trong thương mại quốc tế:

Như đã nói trên, ngày nay do sự phát triển của vận tải container, vận tải đa phương thức, người giao nhận không chỉ làm đại lý, người uỷ thác mà còn làm cung cấp dịch vụ vận tải đóng vai trò như một bên chính- Người chuyên chở (Carrier).

Người giao nhận đã làm chức năng và công việc của những người sau:

2.1. Môi giới hải quan (Customs Broker):

Khi mới xuất hiện, người giao nhận chỉ hoạt động trong phạm vi trong nước. Nhiệm vụ của người giao nhận lúc bấy giờ là làm thủ tục hải quan đối với hàng nhập khẩu. Sau đó anh ta mở rộng hoạt động dịch vụ ra cả hàng xuất khẩu và dành chỗ chở hàng trong thương mại quốc tế hoặc lưu cước với các hãng tàu theo sự uỷ thác của người xuất khẩu hoặc người nhập khẩu tùy thuộc vào hợp đồng mua bán. Trên cơ sở được nhà nước cho phép, người giao nhận

thay mặt người xuất khẩu hoặc người nhập khẩu để khai báo, làm thủ tục hải quan như một môi giới hải quan.

2.2 Đại lý (Agent):

Trước đây người giao nhận không đảm nhiệm vai trò của người chuyên chở. Anh ta chỉ hoạt động như một cầu nối giữa người gửi hàng và người chuyên chở như một đại lý của người gửi hàng hoặc người chuyên chở. Người giao nhận nhận uỷ thác từ chủ hàng hoặc người chuyên chở để thực hiện các công việc khác nhau như: nhận hàng, giao hàng, lập chứng từ, làm thủ tục hải quan, lưu kho...trên cơ sở hợp đồng uỷ thác.

2.3. Người gom hàng (Cargo consolidator):

Ở Châu Âu, người giao nhận từ lâu đã cung cấp dịch vụ gom hàng để phục vụ cho vận tải đường sắt. Đặc biệt, trong ngành vận tải hàng hoá bằng container dịch vụ gom hàng là không thể thiếu được nhằm biến lô hàng lẻ (LCL) thành lô hàng nguyên (FCL) để tận dụng sức chở của container và giảm cước phí vận tải. Khi là người gom hàng, người giao nhận có thể đóng vai trò là người chuyên chở hoặc chỉ là đại lý.

2.4 Người chuyên chở (Carrier):

Ngày nay, trong nhiều trường hợp, người giao nhận lại đóng vai trò là người chuyên chở, tức là người giao nhận trực tiếp ký kết hợp đồng vận tải với chủ hàng và chịu trách nhiệm chuyên chở hàng hoá từ một nơi này đến một nơi khác. Nếu như người giao nhận ký hợp đồng mà không trực tiếp chuyên chở thì anh ta đóng vai trò là người thầu chuyên chở (Contracting carrier), nếu anh ta trực tiếp chuyên chở thì anh ta là người chuyên chở thực tế (Actual carrier).

2.5. Người kinh doanh vận tải đa phương thức (MTO):

Trong trường hợp người vận tải cung cấp dịch vụ đi suốt hoặc còn gọi là vận tải trọn gói từ cửa tới cửa “door to door”, thì người giao nhận đã đóng vai

trò là người vận đa phương thức (MTO). MTO cũng là người chuyên chở và phải chịu trách nhiệm về hàng hoá trong suốt hành trình vận tải.

Người giao nhận còn được coi là kiến trúc sư của vận tải, vì người giao nhận có khả năng tổ chức quá trình vận tải một cách tốt nhất, an toàn nhất và tiết kiệm nhất.

3. Phạm vi hoạt động của người giao nhận:

Phạm vi các dịch vụ giao nhận là nội dung cơ bản của dịch vụ giao nhận kho vận. Trừ khi bản thân người gửi hàng (hoặc người nhận hàng) muốn tự mình tham gia vào bất kỳ khâu thủ tục, chứng từ nào đó, còn thông thường người giao nhận có thể thay mặt người gửi hàng (hoặc người nhận hàng) lo liệu quá trình vận chuyển hàng hoá qua các công đoạn cho đến tay người nhận cuối cùng. Người giao nhận có thể làm dịch vụ một cách trực tiếp hoặc thông qua đại lý hoặc thuê dịch vụ của người thứ ba khác.

Những dịch vụ mà người giao nhận thường tiến hành là:

- + Chuẩn bị hàng hoá để chuyên chở
- + Tổ chức chuyên chở hàng hoá trong phạm vi ga, cảng,
- + Tổ chức xếp dỡ hàng hoá,
- + Làm tư vấn cho chủ hàng trong việc chuyên chở hàng hoá,
- + Ký kết hợp đồng vận tải với người chuyên chở, thuê tàu, lưu cước,
- + Làm thủ tục nhận hàng, gửi hàng,
- + Làm thủ tục hải quan, kiểm nghiệm, kiểm dịch,
- + Mua bảo hiểm cho hàng hoá,
- + Lập các chứng từ cần thiết trong quá trình nhận hàng, gửi hàng,
- + Thanh toán, thu đổi ngoại tệ,
- + Nhận hàng từ chủ hàng, giao cho người chuyên chở và giao cho người nhận
- + Thu xếp chuyển tải hàng hóa
- + Nhận hàng từ người chuyên chở và giao cho người nhận,

- + Gom hàng, lựa chọn tuyến đường chuyên chở, phương thức vận tải và người chuyên chở thích hợp.
- + Đóng gói bao bì, phân loại, tái chế hàng hoá,
- + Lưu kho, bảo quản hàng hoá,
- + Nhận và kiểm tra các chứng từ cần thiết liên quan đến quá trình vận chuyển hàng hoá,
- + Thanh toán cước phí, chi phí xếp dỡ, chi phí lưu kho, lưu bãi...
- + Thông báo tình hình đi và đến của phương tiện vận tải,
- + Thông báo tổn thất với người chuyên chở,
- + Giúp chủ hàng trong việc khiếu nại, đòi bồi thường.

Ngoài ra, người giao nhận cung cấp các dịch vụ đặc biệt theo yêu cầu của chủ hàng như: vận chuyển máy móc thiết bị cho các công trình xây dựng lớn, vận chuyển quần áo may sẵn trong các container đến thẳng cửa hàng, vận chuyển hàng triển lãm ra nước ngoài...Đặc biệt trong những năm gần đây, người giao nhận thường cung cấp dịch vụ vận tải đa phương thức, đóng vai trò là MTO và phát hành cả chứng từ vận tải.

II. Quyền hạn và trách nhiệm của người giao nhận:

1. Những căn cứ luật pháp về địa vị pháp lý của người giao nhận:

Cho đến nay, chưa có một văn bản luật pháp quốc tế nào về lĩnh vực giao nhận, nên địa vị pháp lý của người giao nhận ở từng nước khác nhau, tùy theo luật pháp hiện hành ở nước đó. ở những nước theo luật common law, là luật không thành văn thì địa vị pháp lý của người giao nhận dựa trên khái niệm về đại lý, thường là đại lý uỷ thác. Người giao nhận lấy danh nghĩa của người uỷ thác để giao dịch cho công việc của người uỷ thác. Hoạt động của người giao nhận khi đó phụ thuộc vào những quy tắc truyền thống về đại lý, như phải miễn cán thực hiện nhiệm vụ của mình, phải trung thực với người uỷ thác, tuân theo những chỉ dẫn của người uỷ thác, mặt khác được hưởng những quyền bảo

vệ và giới hạn trách nhiệm phù hợp với vai trò của một đại lý. Trong trường hợp, người giao nhận đảm nhận trách nhiệm của một bên chính, tự mình ký kết hợp đồng sử dụng người chuyên chở và các đại lý, thì anh ta không được hưởng những quyền bảo vệ và giới hạn trách nhiệm nói trên và anh ta phải chịu trách nhiệm cho cả quá trình vận tải hàng hóa kể cả khi hàng nằm trong tay những người chuyên chở và đại lý mà anh ta sử dụng.

Ở các nước có luật dân sự (Civil law), như các nước Châu Âu, người giao nhận theo thể chế đại lý hưởng hoa hồng. Đặc điểm của thể chế này là người đại lý hưởng hoa hồng vừa là bên chính, vừa là đại lý. Đối với khách hàng, anh ta là đại lý, nhưng đối các hợp đồng anh ta đã ký kết để thực hiện được nhiệm vụ được khách hàng uỷ thác, thì anh ta lại là bên chính.

Như vậy người giao nhận có bốn phận của người đại lý và cũng có quyền hạn của một bên chính để đòi hỏi thực hiện các hợp đồng mà anh ta ký kết để chuyên chở hàng của khách hàng. Tuy nhiên, thể chế mỗi nước có những điểm khác nhau. Nhiều nước, căn cứ vào luật quốc gia, các hiệp hội giao nhận xây dựng điều kiện kinh doanh tiêu chuẩn quy định quyền hạn, nghĩa vụ, trách nhiệm của người giao nhận. Những nơi chưa áp dụng điều kiện kinh doanh tiêu chuẩn thì hợp đồng giữa người giao nhận và khách hàng phải xác định rõ nhiệm vụ, trách nhiệm, quyền hạn của mỗi bên.

2. Điều kiện kinh doanh tiêu chuẩn (Standard trading conditions):

FIATA (Liên đoàn quốc tế các hiệp hội giao nhận) đã thảo một bản mẫu điều kiện kinh doanh tiêu chuẩn để các nước tham khảo xây dựng Điều kiện kinh doanh cho ngành giao nhận của mình:

- Người giao nhận phải thực hiện uỷ thác với sự chăm lo cần thiết nhằm bảo vệ lợi ích của khách hàng.
- Người giao nhận điều hành và lo liệu vận chuyển hàng hoá được uỷ thác theo chỉ dẫn của khách hàng và với cách thức thích hợp cho khách hàng.

- Người giao nhận không nhận đảm bảo hàng đến vào một ngày nhất định, có quyền tự do lựa chọn người lý hợp đồng phụ và tự mình quyết định sử dụng những phương tiện vận tải, tuyến đường vận tải thông thường, có quyền cầm giữ, lưu giữ hàng hoá để đảm bảo những khoản nợ của khách hàng.

- Người giao nhận chỉ chịu trách nhiệm về lỗi lầm của bản thân mình và người làm công cho mình, không chịu trách nhiệm về sai sót của bên thứ ba, miễn là đã tỏ ra cẩn mẫn thích đáng trong việc lựa chọn bên thứ ba đó.

Nhiều hiệp hội coi” Điều kiện kinh doanh tiêu chuẩn” là một trong những phương tiện chủ yếu nhằm duy trì và nâng cao tiêu chuẩn nghề nghiệp của ngành giao nhận và đã thông qua “ Điều kiện kinh doanh tiêu chuẩn cho hội viên của mình, làm căn cứ ký hợp đồng hoặc đính kèm với hợp đồng ký với khách hàng.

Nội dung của bản “ Điều kiện kinh doanh tiêu chuẩn “ có một số nội dung có bản sau:

a. Bản điều kiện kinh doanh tiêu chuẩn có 3 phần:

- Phần điều kiện chung
- Phần công ty đóng vai trò đại lý
- Phần công ty đóng vai trò bên chính

b. Công ty giao nhận có trách nhiệm thực hiện nghĩa vụ với tinh thần khẩn trương, khéo léo, có cân nhắc và quan tâm thích đáng theo sự đòi hỏi hợp lý của nghề nghiệp, tiến hành những bước hợp lý để thực hiện chỉ thị của khách hàng, bảo vệ lợi ích của khách hàng trong khi thực hiện Điều kiện kinh doanh tiêu chuẩn.

c. Có những quyền bảo vệ miễn trách, giới hạn bồi thường tổn thất được quy định rõ.

d. Xu hướng chung là người giao nhận muốn đóng vai trò đại lý, nhưng khi đã lấy danh nghĩa của mình ra làm bên chính ký kết hợp đồng để thực hiện chỉ thị

của khách hàng thì người giao nhận phải chịu trách nhiệm về hàng hoá tổn thất xảy ra từ khi nhận cho đến khi giao hàng.

3. Quyền hạn, nghĩa vụ, trách nhiệm của người giao nhận:

Như vậy, có thể phân biệt quyền hạn, nghĩa vụ, trách nhiệm của người giao nhận khi đóng vai trò là người đại lý và khi đóng vai trò là người uỷ thác. Ở địa vị nào, người giao nhận cũng phải chăm sóc chu đáo hàng hoá được uỷ thác, thực hiện đúng những chỉ dẫn của khách hàng về những vấn đề liên quan đến vận tải hàng hoá. Nhưng khi là đại lý, anh ta chấp nhận trách nhiệm do lỗi lầm sai sót của mình và của người làm công cho mình. Lỗi lầm sai sót đó có thể là giao hàng sai chỉ dẫn, gửi sai địa chỉ, lập chứng từ nhầm lẫn, làm sai thủ tục hải quan, quên thông báo cho khách hàng phải lưu kho tồn kém v.v... Anh ta không nhận trách nhiệm về tổn thất do lỗi của bên thứ ba miễn là anh ta đã biểu hiện quan tâm chu đáo trong việc lựa chọn bên thứ ba đó. Còn khi anh ta đóng vai trò bên chính, thì ngoài những trách nhiệm của đại lý nói trên anh ta còn chịu những trách nhiệm về hành vi sơ xuất của bên thứ ba mà anh ta sử dụng để thực hiện hợp đồng. Ở trường hợp này, anh ta thường thương lượng với khách hàng khoản giá dịch vụ (giá khoán, giá trọn gói) chứ không phải chỉ nhận khoản hoa hồng như đại lý. Người giao nhận thường đóng vai trò là bên chính khi đóng hàng lẻ gửi đi, khi kinh doanh dịch vụ vận tải đa phương thức, khi đảm nhận tự vận chuyển hàng hoá hay nhận bảo quản hàng hoá trong kho của mình. Quyền hạn của người giao nhận khi đóng vai trò đại lý hay khi là bên chính, trong việc hưởng giới hạn trách nhiệm cũng như trong việc thực hiện quyền gửi hàng đều như nhau.

III. Các mối quan hệ của người giao nhận:

Do tính chất nghề nghiệp và quy mô hoạt động trên phạm vi thế giới thế giới, người giao nhận có mối quan hệ khá rộng:

- Ở trong nước là quan hệ với các chủ hàng (người gửi hàng hay người nhận hàng); các tổ chức thuộc bên thứ ba (người chuyên chở đường bộ, đường sông, đường sắt, máy bay, người bốc xếp, tổ chức đóng gói, lưu kho, tổ chức bảo hiểm, kiểm nghiệm, ngân hàng thanh toán); các nhà đương cục hữu quan (hải quan, cảng vụ, ngân hàng kết nối, cơ quan thương mại (về giấy phép XNK), cơ quan giao thông vận tải (về việc cấp giấy phép vận tải), cơ quan lãnh sự nước ngoài, phòng thương mại (nếu có yêu cầu cấp giấy chứng nhận xuất xứ).
- Ở ngoài nước, người giao nhận có đại lý để lo liệu công việc giao nhận ở các cảng, sân ga hay ga xe lửa, hay các địa điểm khác. Nhiều công ty còn có các chi nhánh, đại diện ở nước ngoài. Người giao nhận thường tham gia Liên đoàn quốc tế các hiệp hội giao nhận (FIATA) để tăng cường mối quan hệ của người giao nhận.

IV. Các tổ chức giao nhận trên thế giới và ở Việt Nam:

1. Tổ chức các cơ quan giao nhận trên thế giới:

Ngay từ những năm 1522, hãng giao nhận đầu tiên trên thế giới đã xuất hiện ở Badiley (Thụy Sĩ), với tên gọi là E. Vasnai. Hãng này kinh doanh cả vận tải, giao nhận và thu phí rất cao, khoản 1/3 giá trị của hàng hoá.

Cùng với sự phát triển của vận tải và buôn bán quốc tế, giao nhận được tách ra khỏi vận tải và buôn bán, dần dần trở thành một ngành kinh doanh độc lập. Đặc điểm chính của tổ chức giao nhận thời kỳ này là:

- + Hầu hết là các tổ chức (hãng, công ty) tư nhân,
- + Đa số các hãng kinh doanh giao nhận tổng hợp,
- + Các hãng thường kết hợp giữa giao nhận nội địa và quốc tế,
- + Có chuyên môn hoá về giao nhận theo khu vực địa lý hay mặt hàng,

+ Cạnh tranh gay gắt lẫn nhau,

Sự cạnh tranh gay gắt giữa các công ty giao nhận dẫn đến sự ra đời các Hiệp hội giao nhận trong phạm vi một cảng, một khu vực hay một nước. trên phạm vi quốc tế hình thành các Liên đoàn giao nhận như: Liên đoàn nữnhững người giao nhận Bỉ, Hà Lan, Mỹ...đặc biệt là Liên đoàn quốc tế các hiệp hội giao nhận, gọi tắt là FIATA.

2. Liên đoàn quốc tế các hiệp hội giao nhận (FIATA):

Liên đoàn quốc tế các hiệp hội giao nhận thành lập năm 1926 là một tổ chức giao nhận vận tải lớn nhất trên thế giới. FIATA là một tổ chức phi chính trị, tự nguyện, là đại diện của 35.000 công ty giao nhận ở 130 quốc gia trên thế giới. Thành viên của FIATA là các hội viên chính thức (Ordinary Members) và hội viên hợp tác (Associated members). Hội viên chính thức là Liên đoàn giao nhận của các nước, còn hội viên hợp tác là các công ty giao nhận riêng lẻ.

FIATA được sự thừa nhận của các cơ quan Liên hiệp quốc như: Hội đồng kinh tế - xã hội LHQ (ECOSOC), Hội nghị của Liên hiệp quốc về thương mại và phát triển (UNCTAD), Ủy ban Châu Âu của Liên hiệp quốc (ECE) và ESCAP...

FIATA cũng được các tổ chức liên đoàn đến buôn bán và vận tải như: Phòng thương mại quốc tế, Hiệp hội vận chuyển hàng không quốc tế (IATA), các tổ chức của người chuyên chở và chủ hàng thừa nhận.

Mục tiêu chính của FIATA là bảo vệ và tăng cường lợi ích của người giao nhận trên phạm vi quốc tế, nâng cao chất lượng dịch vụ giao nhận, liên kết nghề nghiệp, tuyên truyền dịch vụ giao nhận vận tải, xúc tiến quá trình đơn giản hoá và thống nhất chứng từ và các điều kiện kinh doanh tiêu chuẩn nhằm cải tiến chất lượng dịch vụ của các hội viên, đào tạo nghiệp vụ ở trình độ quốc tế, tăng cường mối quan hệ phối hợp với các tổ chức giao nhận với chủ hàng và người chuyên chở. Phạm vi hoạt động của FIATA rất rộng, thông qua hoạt động của hàng loạt Tiêu ban:

- + Tiểu ban về các quan hệ xã hội
- + Tiểu ban nghiên cứu về kỹ thuật vận chuyển đường ô tô, đường sắt, đường hàng không....,
- + Ủy ban về vận chuyển đường biển và VTĐPT.
- + Tiểu ban luật pháp, chứng từ và bảo hiểm,
- + Tiểu ban đào tạo nghề nghiệp,
- + Ủy ban về đơn giản hoá thủ tục buôn bán
- + Tiểu ban về hải quan,

Hiện nay nhiều công ty giao nhận của Việt Nam đã trở thành một thành viên chính thức của FIATA.

3. Các công ty giao nhận hàng hoá xuất nhập khẩu ở Việt Nam:

Những năm 60 của thế kỷ 20, các tổ chức giao nhận quốc tế ở Việt Nam mang tính chất phân tán. Các đơn vị XNK tự đảm nhận việc tổ chức chuyên chở hàng hoá của mình, vì vậy các công ty XNK đã thành lập riêng phòng kho vận, chi nhánh XNK, trạm giao nhận ở các cảng, ga, đường sắt liên vận.

Để tập chung đầu mối quản lý, chuyên môn hoá khâu vận tải, giao nhận, năm 1970 Bộ Ngoại thương (nay là Bộ thương mại) đã thành lập hai tổ chức giao nhận:

- + Cục kho vận kiêm Tổng công ty giao nhận Ngoại thương, trụ sở ở HP,
- + Công ty giao nhận đường bộ, trụ sở tại HN

Năm 1976, Bộ ngoại thương đã sáp nhập hai tổ chức trên thành lập một Công ty giao nhận thống nhất là Tổng công ty giao nhận và kho vận ngoại thương (Vietrans). Trong thời kỳ bao cấp, Vietrans là công ty duy nhất được phép tiến hành tổ chức giao nhận hàng hóa XNK trên cơ sở uỷ thác của các đơn vị XNK.

Những năm gần đây, kinh tế nước ta chuyển sang nền kinh tế thị trường có sự điều tiết của nhà nước, dịch vụ giao nhận hàng hoá không còn do

Vietrans độc quyền nữa mà do nhiều cơ quan tổ chức khác tham gia, trong đó nhiều chủ hàng ngoại thương lại tự đảm nhiệm công tác giao nhận.

Do sự phát triển mạnh mẽ của thị trường giao nhận Việt Nam, để bảo vệ quyền lợi của các nhà giao nhận, Hiệp hội giao nhận Kho vận Việt Nam (VIFFAS) đã được thành lập năm 1994 và đã trở thành một hội viên chính thức của FIATA trong năm đó. Cho đến nay VIFFAS đã có 46 thành viên.

V. Vài nét về hoạt động giao nhận ngoại thương tại Việt Nam:

1. Hoạt động giao nhận ngoại thương trước năm 1986:

1.1. Khái quát chung về ngành vận tải ngoại thương:

Ngành vận tải ngoại thương có thể nói là một ngành còn non trẻ ở Việt Nam, chỉ mới thực sự ra đời vào những năm 1975-1976, khi mà đội tàu viễn dương bắt đầu có những con tàu lớn được trang bị hiện đại có thể đảm nhiệm được việc chuyên chở hàng hoá XNK.

Lúc này, cơ sở vật chất kỹ thuật hạ tầng của vận tải ngoại thương còn yếu kém. Hệ thống các cảng biển với một số cảng lớn như HP, SG trang bị kỹ thuật còn sơ sài, xếp dỡ chủ yếu bằng phương pháp thủ công. Đội tàu chuyên chở nhỏ bé, cũ kỹ...Do vậy, vận tải biển ngoại thương thời kỳ này chủ yếu là vận tải cận dương, một số tuyến đường chủ yếu là sang các nước thuộc khối XHCN cũ (Liên Xô, Ba Lan, Tiệp Khắc) và các nước Đông Nam Á (Bangkok-Nhật Bản, Băng kok- Philippin, Nhật Bản- Băngladest). Đội tàu buôn ngoại thương của ta chỉ chuyên vận tải những mặt hàng nguyên liệu như than, quặng...với khối lượng chuyên chở thấp, phải dùng cò tàu nước ngoài để hoạt động trên các tuyến vận tải quốc tế và cập các cảng nước ngoài. Hoạt động chính chính của vận tải ngoại thương giai đoạn này là chở hàng thuê và cho nước ngoài thuê tàu.

Thực tế trên là do kết quả trực tiếp và là tất yếu của nền kinh tế Việt Nam thời kỳ này.

2.2 Thực trạng hoạt động giao nhận ngoại thương:

Từ bức tranh trên cũng có thể dễ dàng hình dung ra thực tế ngành giao nhận ngoại thương thời kỳ này. Với môi trường sống là hoạt động giao lưu kinh tế với nước ngoài nói chung và ngành vận tải ngoại thương nói riêng, giao nhận ngoại thương không có đủ điều kiện phát triển.

Có thể hình dung ngắn gọn hoạt động giao nhận ngoại thương giai đoạn này ở một số nét tiêu biểu như sau:

- Giao nhận ngoại thương chưa có hình hài rõ nét của một ngành kinh doanh dịch vụ độc lập, mọi hoạt động mang tính chất phân tán. Phần lớn các đơn vị XNK tự thành lập riêng phòng kho vận, trạm giao nhận ở các cảng ga hoặc cán bộ phụ trách giao nhận.
- Cơ quan duy nhất của Nhà nước được phép giao nhận hàng hoá XNK trên cơ sở uỷ thác của các đơn vị XNK là Tổng công ty giao nhận và kho vận ngoại thương- Vietrans. Chính vì thế, có thể nói ngành kinh doanh này bấy giờ mang tính chất độc quyền dưới sự bao cấp của nhà nước. Cạnh tranh hầu như không có nên không thúc đẩy sự phát triển của toàn ngành.

Tuy vậy, hoạt động của Vietrans cũng không sôi động và tấp nập do các doanh nghiệp xuất nhập khẩu chưa thực sự quen với việc sử dụng dịch vụ của hãng giao nhận thay vì đứng ra thực hiện công tác giao nhận. Vào đầu những năm 80, có thêm Công ty vận tải và thuê tàu-Vietracht cũng tham gia vào lĩnh vực này.

- Các công việc giao nhận ngoại thương chủ yếu là các nghiệp vụ đơn giản gắn với khái niệm tiếp vận hàng hoá XNK, tức là tổ chức nhận và gửi hàng ở cảng, sân bay, lo liệu các thủ tục xuất nhập khẩu và thủ tục hải quan, vận chuyển nội địa, lưu kho lưu bãi... Các nghiệp vụ tổ chức cả quá trình chuyên chở hàng viễn dương hầu như không phát triển mà việc này do các hãng tàu biển và các hãng hàng không đảm nhiệm.

- Khối lượng và chủng loại các mặt hàng giao nhận kém, các tuyến đường chuyên chở đơn điệu. Đây cũng là một hậu quả dây chuyền do thực trạng chung của ngành ngoại thương.

- Nhìn chung, cơ sở hạ tầng kỹ thuật, các nghiệp vụ của giao nhận ngoại thương Việt Nam lúc này rất lạc hậu, chỉ phát triển bằng giai đoạn đầu của ngành giao nhận thế giới. Các chức năng và vai trò của người giao nhận chưa phát huy đầy đủ và hoàn thiện. Ngành giao nhận chưa có vai trò lớn trong các loại hình kinh doanh dịch vụ vận tải như chỗ đứng thực sự của nó trên thị trường vận tải lúc bấy giờ.

2. Ngành giao nhận ngoại thương chuyển mình với xu hướng mở cửa và hội nhập kinh tế:

2.1 Những tiền đề của sự phát triển:

* Bối cảnh nền kinh tế có những thay đổi thuận lợi:

Đại hội Đảng lần thứ 6 (1986) với việc thông qua và thực hiện các chính sách mở cửa nền kinh tế đã thổi một luồng sinh khí mới cho hoạt động kinh tế của đất nước.

Thật vậy, những năm cuối thập kỷ 80 và đầu thập kỷ 90 là thời điểm diễn ra những biến động lớn của nền kinh tế Việt Nam. Một loạt các sự kiện và hoạt động kinh tế quan trọng liên tiếp diễn ra đánh dấu sự chuyển mình của nền kinh tế đất nước sau cú hích lịch sử là “ chính sách mở “, trong đó phải kể đến việc Việt Nam tham gia vào các tổ chức kinh tế khu vực và trên thế giới. Năm 1995 Việt Nam chính thức trở thành thành viên của ASEAN, tham gia vào khu vực mậu dịch tự do ASEAN (AFTA), năm 1998 tham gia diễn đàn kinh tế Châu Á Thái Bình Dương (APEC), cùng thời gian này VN cũng nộp đơn tham gia vào tổ chức thương mại thế giới (WTO). Bên cạnh đó ta còn nỗ lực hoàn thiện cơ sở vật chất và điều kiện kinh tế để phù hợp với không khí kinh tế sôi động chung như : hoàn thiện luật đầu tư nước ngoài để thu hút vốn

bên ngoài, tiêu chuẩn hoá hệ thống thuế và thủ tục hải quan để tiến tới thực thi chương trình CEPT... Cũng không thể không nhắc tới vai trò quan trọng của việc Mỹ bỏ cấm vận kinh tế đối với Việt Nam năm 1995 và việc xúc tiến đẩy mạnh quan hệ hợp tác kinh tế thương mại với Mỹ mà minh chứng rõ nét là Hiệp định thương mại Việt- Mỹ. Ngoài ra Việt Nam còn tích cực tham gia các cuộc gặp gỡ Á- Âu (ASEM) và ký kết các hiệp định song phương về hợp tác kinh tế vùng, tiểu vùng, khu vực và toàn cầu.

Môi trường kinh tế mới, quan hệ thương mại hợp tác quốc tế mở rộng khiến cho hoạt động của các ngành kinh tế đều trở nên sôi động, đặc biệt là sự nhộn nhịp chưa từng có của thương mại và buôn bán quốc tế. Cơ hội tìm kiếm thị trường mới, các bạn hàng và hợp hợp đồng mới, các điều kiện và phương thức buôn bán quốc tế ngày càng thông thoáng và phong phú làm cho khối lượng hàng hoá lưu chuyển giữa Việt Nam và thế giới không ngừng tăng lên.

* Những thay đổi trong nội tại ngành vận tải:

Hoạt động xuất nhập khẩu không còn buồn chán và đơn điệu là cái đà cho sự phát triển của ngành vận tải ngoại thương- hai yếu tố vốn vẫn gắn bó chặt chẽ với nhau.

Cùng với sự tăng trưởng về hàng hoá chuyên chở, nhu cầu đa dạng hoá các phương thức vận tải, hiện đại và tiêu chuẩn hoá dịch vụ vận tải cũng tăng lên nhằm đáp ứng nhu cầu về một dịch vụ chất lượng cao của các khách hàng trong nước và quốc tế, đồng thời bắt kịp và hội nhập với nền vận tải thế giới đã phát triển từ lâu đời, đi trước chúng ta hàng chục năm.

Bảng 1: Sản lượng hàng hoá thông quan qua cảng Hải Phòng

Năm	Tổng sản lượng (tấn)	Nhập (tấn)	Xuất (tấn)	Container (TEU)
-----	----------------------	------------	------------	-----------------

1997	5,170,000	2,561,000	742,000	154,100
1998	5,232,000	2,756,000	751,000	162,400
1999	5,872,000	2,812,000	795,000	168,000
2000	6,012,400	2,924,000	801,000	169,530
2001	6,321,000	3,410,000	842,000	170,200
2002	6,412,000	3,523,000	856,000	182,000

Nguồn: Báo cáo tổng kết của cảng Hải Phòng 2002

Theo tinh thần chung của Đại hội VI và định hướng phát triển ngành vận tải mà Đại hội đã đề ra, Bộ Giao thông vận tải đã đưa ra Đề án kinh tế- Xã hội gồm 11 chương trình mà một trong số đó là :” Xây mạnh chương trình đẩy mạnh hợp tác Quốc tế”. Thực hiện chương trình hành động của đề án này, ngành vận tải đã mở rộng mối quan hệ hợp tác kiên doanh, liên kết, mở cửa đón sự tham gia của rất nhiều các hãng tàu biển, các hãng hàng không...của các nước trong khu vực và trên thế giới vào hoạt động vận tải Việt Nam.

Cơ sở hạ tầng của ngành vận tải có sự cải thiện đáng kể. Hệ thống các cảng biển và cảng hàng không đều được mở rộng, nâng cấp, lắp đặt trang thiết bị hiện đại toàn diện. Đội tàu ở Việt Nam hiện nay đã khá mạnh, một mặt nhờ vào củng cố thực lực, mặt khác nhờ vào liên doanh liên kết với các hãng nước ngoài. Hàng năm đều có sự tăng trưởng đáng kể về cả khối lượng hàng và cả tuyến đường chuyên chở.

Ngoài ra, không thể không kể đến việc áp dụng rộng rãi container vào chuyên chở hàng hoá XNK lần đầu tiên ở Việt Nam, bắt đầu từ những năm đầu thập kỷ 80. Đây là kết quả tất yếu của việc mở rộng quan hệ kinh tế đối ngoại đòi hỏi phải hiện đại hoá các quy trình tổ chức vận tải của sự hội tụ đầy đủ các điều kiện cần thiết để vận tải container phát triển tại VIệt Nam. Mặt khác điều này cũng phù hợp với xu thế tiến bộ khoa học rất nhanh chóng của vận tải quốc tế.

Đứng như quy luật phát triển chung của lịch sử vận tải quốc tế, sự bùng nổ và lan rộng của cuộc cách mạng container trong ngành vận tải Việt Nam vừa là tiền đề, vừa thúc đẩy việc thực hiện phương thức tổ chức vận tải mới- một hệ thống vận tải từ cửa đến cửa (door to door) với sự tham gia của nhiều phương thức vận tải (đường biển, đường hàng không, đường ô tô..), đó là vận tải đa phương thức- sản phẩm tất yếu của nhu cầu liên quan đến chuyên chở hàng hoá ngày càng phong phú và đa dạng, của tính chất cạnh tranh trở nên gay gắt trong ngành công nghiệp dịch vụ vận tải.

Đây chính là thời điểm hội tụ đủ điều kiện cho sự nhìn nhận và phát triển thực sự của ngành giao nhận ngoại thương như một loại hình kinh doanh dịch vụ vận tải mới mẻ.

2.2 Một số đặc điểm nổi bật của giao nhận ngoại thương hiện nay:

- Bắt đầu không khí nhộn nhịp chưa từng có trong lĩnh vực giao nhận mà nguyên nhân của nó chủ yếu là do tình trạng bao cấp và độc quyền trong kinh doanh dịch vụ vận tải không còn nữa. Đến nay đã có hàng trăm hãng giao nhận gồm cả công ty của quốc doanh, cổ phần, tư nhân và cả các hãng nước ngoài, trong đó một số công ty đã trở nên thực sự mạnh, quy mô, hoạt động vô cùng rộng, bao trùm và phát huy được mọi chức năng sở trường của một người giao nhận.

Riêng khối các công ty quốc doanh và cổ phần công ty Container Việt Nam, Công ty đại lý vận tải quốc tế, Công ty thương mại và dịch vụ hàng hoá, Công ty cổ phần và đại lý vận chuyên Gemadept...các hãng tư nhân cũng nhanh chóng len chân vào lĩnh vực hứa hẹn nhiều thu hoạch này, một số đã có tên tuổi hiện nay như : Đức Vinh. Anh Cao hay An Nhơn.

Nhưng phải nói rằng, tạo ra sự chuyển mình thực sự trong lĩnh vực này là do làn sóng của các hãng giao nhận quốc tế tham gia ngày càng sâu rộng vào dịch vụ vận tải Việt Nam. Đặc biệt là hàng loạt các công ty giao nhận nổi tiếng trên thế giới như Schenker, Birkart, Danzas...mở văn phòng đại diện tại

Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh nhằm mở rộng mạng lưới Sales- Marketing của mình ở Việt Nam, tăng cường sức cạnh tranh cũng như kiểm soát thị phần thị trường. Các hãng này với bề dày kinh nghiệm trên lĩnh vực giao nhận quốc tế, quy mô kinh doanh lớn, phương thức làm việc năng động đã đem lại sinh khí mới, cách hoạt động mới cho ngành giao nhận còn non trẻ của chúng ta. Chúng khiến cho mọi chức năng và nhiệm vụ của người giao nhận được phát huy một cách toàn diện, bàn tay của các hãng giao nhận đã vươn sâu tới mọi lĩnh vực kinh doanh dịch vụ vận tải, tạo ra một sự cạnh tranh gay gắt với các loại hình kinh doanh vận tải khác.

- Cũng như toàn ngành vận tải, hoạt động giao nhận ngoại thương vẫn mang tính chất có sự điều tiết và kiểm soát của nhà nước thông qua các chính sách quy định của pháp luật liên quan đến hoạt động của các hãng giao nhận nước ngoài tại Việt Nam.

Tính chất của thị trường giao nhận ở Việt Nam khác với các nước khác trên thế giới. Tại Châu Á, nơi được coi là trung tâm chính về việc vận chuyển hàng hóa đã và đang chứng kiến sự thay thế các công ty đại lý địa phương bằng các chi nhánh hoặc các công ty con của các công ty giao nhận quốc tế. Ví dụ như ở Đài Loan, Hồng Kông, Singapo... một số hãng giao nhận Châu Âu như Danzas, Raf, Karl & Mueller... thay cho việc chỉ định các đại lý tại các cảng họ đã thiết lập chi nhánh của mình tại các nước này vì các luật pháp của các nước này cho phép. Điều này khác so với nước ta. Theo luật pháp nước ta, các hãng giao nhận vận tải không được phép kinh doanh vận tải tại Việt Nam và chỉ được phép giới hạn trong phạm vi nghiên cứu, xúc tiến và phát triển thị trường. Vì vậy, phần lớn các hãng giao nhận quốc tế cũng hoạt động dưới hình thức hoặc chỉ định một doanh nghiệp Việt Nam làm đại lý cho họ, hoặc là thành lập công ty liên doanh hoặc thậm chí tự đảm nhận hoạt động khi núp dưới danh nghĩa của một đại lý liên doanh là doanh nghiệp Việt Nam.

Các doanh nghiệp Việt Nam làm đại lý cho các hãng giao nhận đều có nguồn thu từ hoa hồng đại lý.

Một số đại lý giao nhận tại Việt Nam

Công ty Việt Nam	Hãng nước ngoài
- Gemadept	- Schenker, Birkart, BJ, Ermey, Sunil Mezario...
-Vietfracht	- TWT, Sun epress, ACS,...
-Vinatrans	- Hapag Lloyd, Zim...

Nguồn: Thống kê của Tổng công ty hàng hải Việt Nam

- Các doanh nghiệp Việt Nam từ quốc doanh tới tư nhân có xu hướng chuyển hoạt động và nguồn thu chính sang lĩnh vực nhận đại lý cho các hãng nước ngoài hoặc liên doanh để thành lập một công ty mới kinh doanh cùng lĩnh vực.

Điển hình như Tổng công ty hàng hải Việt Nam (Vinalines) đã thành lập hẳn một công ty con trực thuộc là Công ty cổ phần đại lý liên hiệp vận chuyển (Gemadept) chuyên kinh doanh trên lĩnh vực nhận đại lý cho một số hãng giao nhận có tiếng như : Schenker, Birkart, BJ hay một số hãng tàu như Hyundai, Hanjin...và thông thường nhận phí hoa hồng trên sản lượng hàng xuất hoặc hàng nhập.

Ví dụ: Hợp đồng đại lý giữa Birkart và Gemadept quy định phí hoa hồng trả cho hãng đại lý như sau:

- Hàng đường biển:

+ 1 container 20 feet : USD 18.00 (không kể xuất hay nhập)

+ 1 container 40 feet: USD 36.00 (không kể xuất hay nhập)

+ 1 khối hàng lẻ :5 USD (đối với hàng xuất và nhập trong Châu Á)

7 USD (đối với hàng xuất và nhập trong Châu Âu)

Nguồn thu từ hoa hồng phí chiếm chủ yếu trong doanh số của công ty này. Lấy ví dụ: Gemadept làm đại lý cho hơn 10 hãng giao nhận lớn nhỏ, ngoài ra còn có những thương vụ riêng của họ. Nhưng chỉ nhìn vào thu nhập

từ hoa hồng làm đại lý cho hai hãng Birkart và Schenker, ta thấy nó chiếm một phần đáng kể trong doanh thu của công ty này.

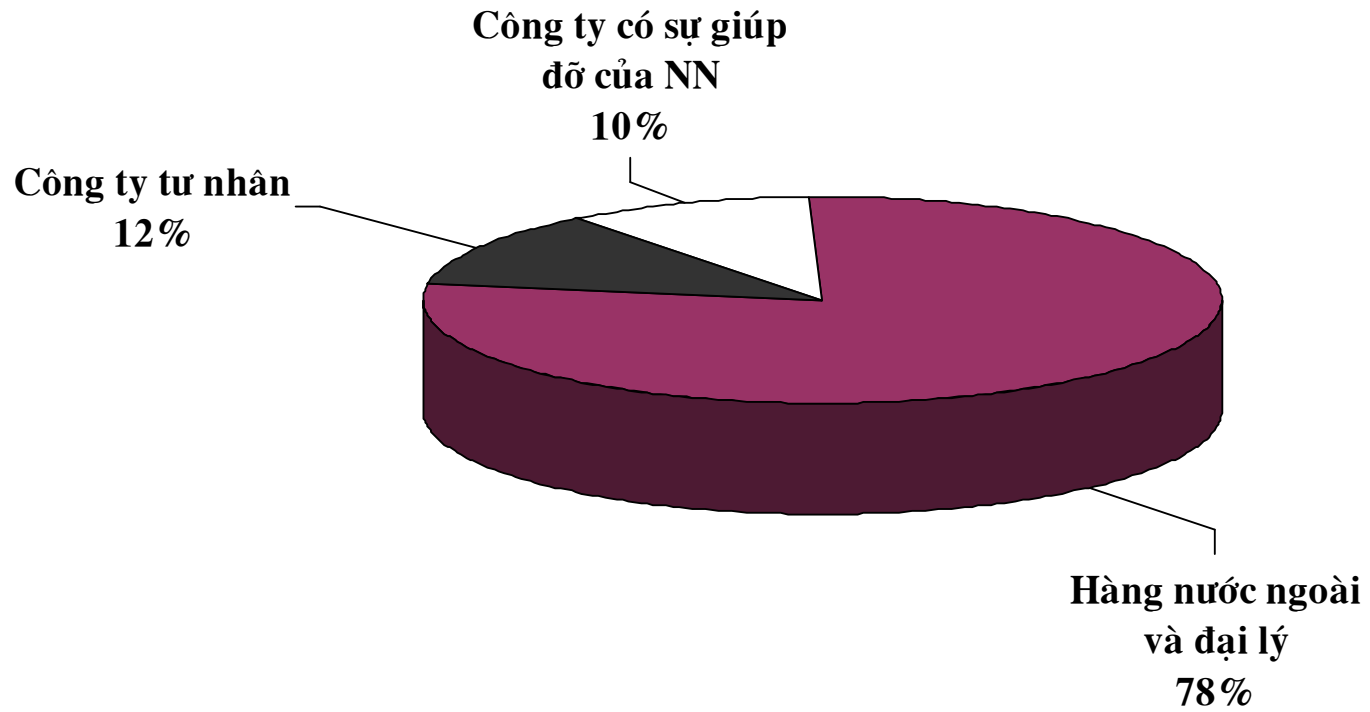
Doanh thu của Gemadept từ Birkart và Schenker

Tháng 1-6/2001 (Đơn vị:USD)

Hãng	1	2	3	4	5	6	Tổng	% Doanh thu
Birkart	2,401	1,737	1,456	2,840	2,952	3,401	13,887	12%
Schenker	1,453	1,002	1,651	2,323	3,010	2,980	14,419	11.5%

Nguồn: Báo cáo kết quả kinh doanh của Gemadept 2001

* Tham khảo biểu đồ thị phần



BIỂU ĐỒ THỊ PHẦN THỊ TRƯỜNG GIAO NHẬN NĂM 1998

Các hãng giao nhận nước ngoài đã chứng tỏ sự hơn hẳn về mọi mặt trong việc điều hành kinh doanh. Tình trạng ”ngoại nhập”, khống chế hầu như hoàn toàn thị trường này của các hãng nước ngoài là do những nguyên nhân có tính chất dây chuyền:

+ Thứ nhất, do đặc điểm buôn bán ngoại thương ở nước ta là các hợp đồng ngoại thương phần lớn ký kết trên cơ sở nhập khẩu theo giá CIF, xuất khẩu theo giá FOB. Nói dễ hiểu hơn là do các nhà kinh doanh xuất nhập khẩu của ta ít dành được quyền thuê tàu, khách hàng nước ngoài là người ký hợp đồng thuê tàu và trả tiền cước.

+ Trong khi các hãng giao nhận Việt Nam không phát triển được hệ thống chi nhánh, đại lý ở đầu ngoài lại càng khó xúc tiến Sales- Marketing chủ yếu là do không đủ năng lực về vốn thì những hãng quốc tế hoạt động rất mạnh ở khắp các thị trường xuất khẩu chủ lực của ta như Châu Âu (Hàng may mặc, giày dép), Địa Trung Hải (nông sản, gốm sứ, thủ công mỹ nghệ...). Do vậy, nguồn hàng chủ yếu với thị trường giao nhận Việt Nam là hàng chỉ định (Nominated shipment).

Trên thực tế, các hãng giao nhận nước ngoài chỉ nhận danh nghĩa của các công ty Việt Nam để được hoạt động hợp pháp trước pháp luật. Các công ty làm đại lý hầu như chỉ biết hưởng hoa hồng đúng hạn còn thì không được tham gia vào hoạt động điều hành của hãng. Khách hàng, nguồn hàng, quản lý hoạt động đều là người của bên đối tác nước ngoài.

- Khối lượng và chủng loại hàng hoá qua các hãng giao nhận tăng rõ rệt bởi nhiều nguyên nhân:

+ Do sự trưởng thành, lớn mạnh của ngành giao nhận nước nhà và giao lưu với những tiến bộ của nền kinh tế thế giới khiến cho các nhà xuất nhập khẩu Việt Nam bắt đầu quen với việc tổ chức vận tải trọn gói qua các hãng giao nhận- xu hướng phổ biến hiện nay.

+ Mấy năm gần đây, nền kinh tế Việt Nam đã tăng trưởng nhanh chóng như đã trình bày ở trên, lượng hàng xuất khẩu tăng nhanh cả về lượng lẫn cả về loại hình xuất khẩu. Đặc biệt hình thức nhập nguyên liệu về để gia công trong nước và rồi được tái xuất dưới dạng thành phẩm điển hình như đối với hàng dệt may, hàng giày dép... đã tạo điều kiện cho môi trường tổ chức quy trình vận tải khép kín từ nhận nguyên liệu tại kho từ người cung cấp đến phân phối sản phẩm tới từng cửa hàng, siêu thị của nước người nhập khẩu. Đây cũng chính là thế mạnh của người giao nhận.

* *Tham khảo đồ thị sản lượng:*

- Số tuyến đường chuyên chở tăng lên do quan hệ thương mại và buôn bán của ta đã được mở rộng. Nếu như trước đây, hoạt động vận tải nói chung cũng như giao nhận hàng hoá chỉ tập chung trong phạm vi Châu Á và Đông Âu thì giờ đây, các hãng giao nhận đã có tuyến đường đi khắp thế giới, mỗi tuyến chuyên một mặt hàng khác nhau.

+ Đi Châu Âu và Bắc Âu, tuyến này chủ yếu là hàng may mặc (garment), hàng nông sản (agricultural product), giày dép (footwear).

+ Đi Đông Âu và cộng đồng các quốc gia độc lập: các mặt hàng xuất chính là các mặt hàng thực phẩm, may mặc, thuốc y dược.

+ Đi vùng Trung Á: phần lớn là nông sản.

+ Đi Châu Phi: đồ gốm sứ các hàng chuyên chở tuyến này.

+ Đi Canada và Mỹ: đây là tuyến đang được tập trung khai thác hiện nay do đây là một thị trường tương đối mới và hứa hẹn sự phát triển trong tương lai sau khi Hiệp định thương mại Việt Mỹ được ký kết. Tuyến này đi đủ loại hàng nhưng nhiều nhất có thể kể đến là hàng nông sản và hàng may mặc.

+ Đi các nước Trung, Nam Mỹ và vùng Caribe (Mexico, Braxin, Chile...): tuyến phát triển với mặt hàng thủ công mỹ nghệ (handicraft), đồ gỗ (wooden furniture)...

+ Đi Úc và New Zealand: hàng gốm sứ, thủ công mỹ nghệ

+ Đi Nam Á Thái Bình Dương: chủ yếu là hàng cao su.

+ Đi Viễn Đông: các mặt hàng này chủ yếu là đồ gỗ, hàng thủ công mỹ nghệ sành sứ.

- Hầu hết các hãng giao nhận Việt Nam hiện nay không chỉ đơn thuần cung cấp những dịch vụ riêng lẻ theo sự uỷ thác của khách hàng và hưởng hoa hồng đại lý và đều tập trung phát triển và khuếch trương hoạt động của mình trong chức năng người cung cấp dịch vụ vận tải bằng mọi phương thức: đường biển, đường hàng không, vận tải đa phương thức.

Đặc biệt vận tải đa phương thức gần như là một phương thức độc quyền của người giao nhận so với các loại hình cung cấp dịch vụ vận tải khác. Từ cảng HP hoặc TP Hồ Chí Minh các hãng giao nhận thường tổ chức các lô hàng sea-air đi tuyến Châu Âu với địa điểm chuyển tải tại Dubai (Các Tiểu vương quốc Ả Rập) hoặc Singapore, một loại khác cũng khá phổ biến là mini-land-bridge chở hàng bằng đường biển từ sang các cảng thuộc bờ Tây nước Mỹ như Long Beach, Los Angeles sau đó dùng xe tải đưa hàng tới điểm đến cuối cùng tại các thành phố hoặc các cảng thuộc bờ Đông (New York, Savannah...). Dịch vụ này cũng tạo điều kiện cho việc tổ chức vận tải “door to door” phát huy mọi nghiệp vụ của người giao nhận.

Đa số các hãng giao nhận tại Việt Nam kinh doanh giao nhận tổng hợp nhưng chưa một hãng nào đủ mạnh để mở rộng hết mức phạm vi cung cấp dịch vụ của mình mà có sự chuyên môn hoá về từng loại hàng và theo từng khu vực đại lý.

Ví dụ: Transpacific, Phili-orient lines là những hãng rất mạnh về làm dự án tại TP Hồ Chí Minh cũng như tại Hà Nội,

Birkart, Raf, Danzas chuyên hàng may mặc đi Châu Âu

Schenker thầu hàng giày dép

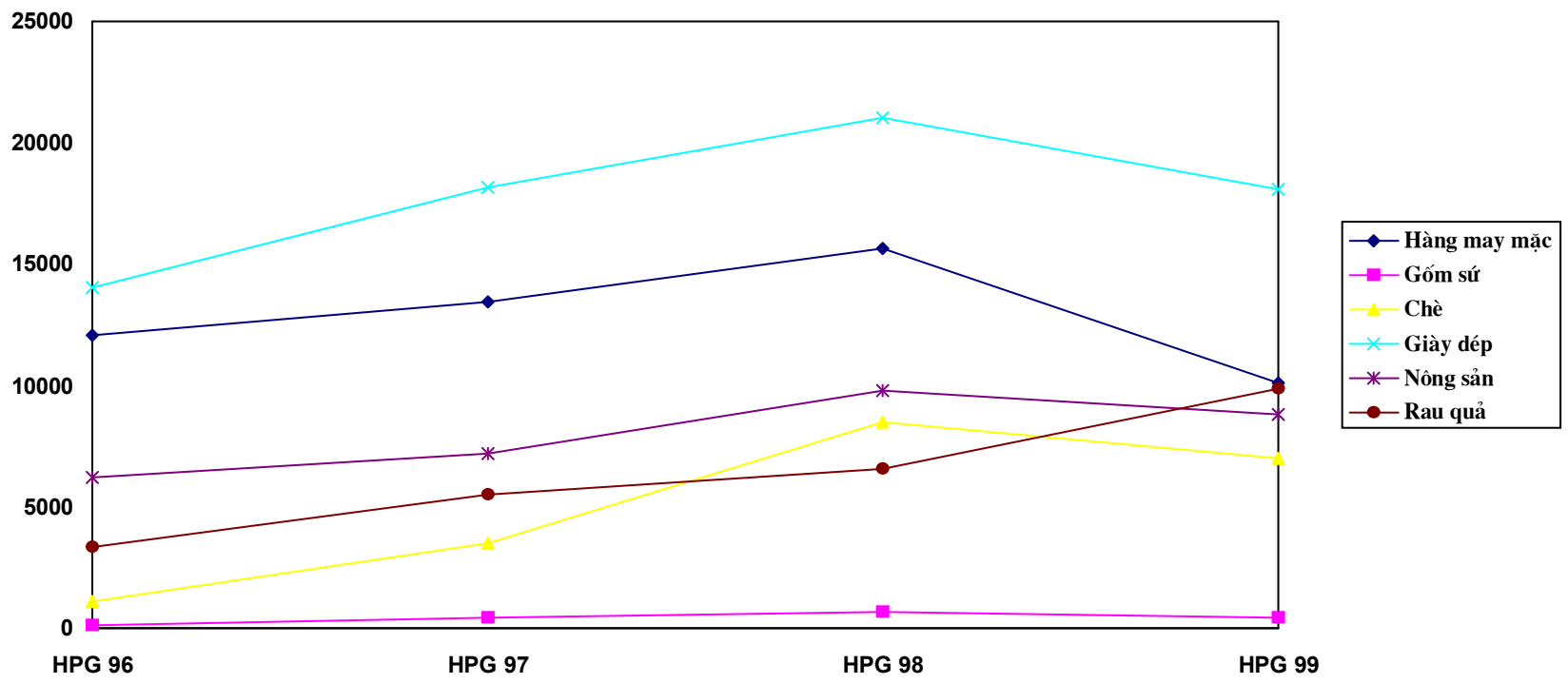
M&M tập trung khai thác hàng tươi sống và thực phẩm

Sản lượng các mặt hàng cơ bản xuất qua các hãng giao nhận từ cảng Hải Phòng năm 1996 đến tháng 6 năm 1999

Đơn vị: TEU

Xuất khẩu	Hàng may mặc	Gốm sứ	Chè	Giày dép	Nông sản	Rau quả	Tổng cộng
HPG 96	12075	112	1105	14018	6200	3350	36860
HPG97	13450	452	3500	18150	7200	5500	48252
HPG98	15650	655	8550	21045	9800	6580	62280
HPG99	10087	450	7015	18098	8800	9860	54310

Nguồn: Báo cáo tổng hợp của Cảng Hải Phòng



CHƯƠNG II:
HOẠT ĐỘNG GIAO NHẬN HÀNG HOÁ
XUẤT NHẬP KHẨU TẠI CÔNG TY GIAO NHẬN KHO VẬN NGOẠI
THƯƠNG (VINATRANS) HP

I. Giới thiệu chung về công ty Vinatrans :

1. Quá trình ra đời và phát triển của công ty Vinatrans:

Nói đến lĩnh vực giao nhận không thể không nhắc tới Vietrans Sài Gòn (Nay đã đổi tên thành (Vinatrans)

Được thành lập năm 1975, Vietrans Sài Gòn đã trải qua hơn hai mươi năm phát triển về phạm vi kinh doanh cũng như cơ sở vật chất kỹ thuật với nhiều tên gọi khác nhau và ngày nay là Vinatrans- một trong những doanh nghiệp làm ăn có hiệu quả khác trực thuộc Bộ Thương Mại.

Vinatrans là thành viên chính thức của:

- Liên đoàn quốc tế các hiệp hội giao nhận- FIATA (International Federation of Freight Forwarder Association).
- Hiệp hội vận tải hàng không quốc tế- IATA (International Air Transport Association).
- Hiệp hội môi giới và đại lý tàu biển Việt Nam- VISABA (Vietnam Ship Agent & Brokers Association)
- Phòng thương mại công nghiệp Việt Nam- VCCI (Vietnam Chamber of Commerce and Industry).
- Hiệp hội giao nhận Việt Nam- VIFFAS (Vietnam Freight Forwarders Association).

Có thể điểm qua vài nét trong tiến trình phát triển của công ty Vinatrans qua những mốc thời gian sau:

- Năm 1975 : thành lập công ty dưới tên Vietrans Sài Gòn.
- Năm 1978: Thành lập phòng vận tải, bắt đầu làm hàng container xuất nhập khẩu.

- Năm 1979 : Xây dựng 12.000 m nhà kho ở quận 7
- Năm 1980 : Bắt đầu thực hiện vận chuyển hàng không xuất nhập khẩu
- Năm 1981 : Bắt đầu kinh doanh chuyển tải, chuyển nhà
- Năm 1987: Bắt đầu kinh doanh giao nhận quốc tế, đóng vai trò đại lý của người chuyên chở không có tàu

- Năm 1990: Thành lập phòng đại lý tàu biển.
- Năm 1991: Bắt đầu thực hiện dịch vụ chuyển phát nhanh, làm hàng triển lãm và công trình.

- Năm 1993: Đặt văn phòng tại sân bay Tân Sơn Nhất.

- Năm 1995: Đặt văn phòng chi nhánh Quy Nhơn.

- Năm 1996: Đặt văn phòng chi nhánh Hà Nội.

Đặt văn phòng chi nhánh Đà Nẵng

Đưa 2000m văn phòng tại 147 Nguyễn Tất Thành vào sử dụng.

- Năm 1997: Thành lập công ty liên doanh kho lạnh JAVITRANS.

- Năm 2003: Tiến hành cổ phần hoá toàn bộ doanh nghiệp

Bắt đầu xây dựng 2000 m² văn phòng ở Hà Nội và 700 m² phòng vận tải Hàng không ở Thành phố Hồ Chí Minh.

Kể từ khi thành lập năm 1975, đến nay Vinatrans đã có 25 phòng và hơn 500 nhân viên. Ngoài trụ sở chính tại 406 Nguyễn Tất Thành, quận 4 Thành phố Hồ Chí Minh, công ty còn có chi nhánh Vinatrans Hà Nội, Vinatrans Hải Phòng, Vinatrans Đà Nẵng và Vinatrans Quy Nhơn.

Các hoạt động kinh doanh gồm có:

- + Vận chuyển đường biển (Cả hàng nguyên container và hàng lẻ)

- + Vận chuyển hàng không

- + Vận chuyển kết hợp đường biển và đường không.

- + Đại lý tàu biển.

- + Thuê và môi giới tàu biển.

- + Chuyển hàng qua cảnh đến Lào và Campuchia.

- + Làm hàng triển lãm và công trình.
- + Dịch vụ chuyển phát nhanh
- + Dịch vụ từ cửa đến cửa (door to door)
- + Vận tải đường bộ
- + Lưu kho
- + Gom hàng
- + Đóng container
- + Đóng gói
- + Tư vấn bảo hiểm và thương mại.

Nói đến kinh doanh giao nhận và vận tải không thể bỏ qua các thiết bị, phương tiện, trụ sở cho hoạt động kinh doanh. Đó là hệ thống kho, trạm đóng container, đội xe...

Hệ thống kho của Vinatrans gồm có:

- 40.000 m² nhà kho có mái bao gồm: Nhà kho 196 Tôn Thất Thuyết

Nhà kho 131 Bến Vân Đồn

Nhà kho 18A Tân Thuận Đông

Nhà kho Phú Mỹ

Nhà kho 1650-1652 Phạm Thế Hiển

Nhà kho Lí Hải

- 50.000 m² kho bãi ngoài trời

- Kho lạnh 18A Tân Thuận Đông, quận 7 với công suất 2.800 tấn.

Hệ thống trạm đóng container cho cả đường không và đường biển:

Trạm đóng container nhập khẩu

Trạm đóng container xuất khẩu

Các thiết bị hỗ trợ:

Xe đầu kéo: 70 chiếc (cả dành cho container 20 feet và 40 feet)

Xe tải: 22 chiếc

Cần cầu : 5 chiếc

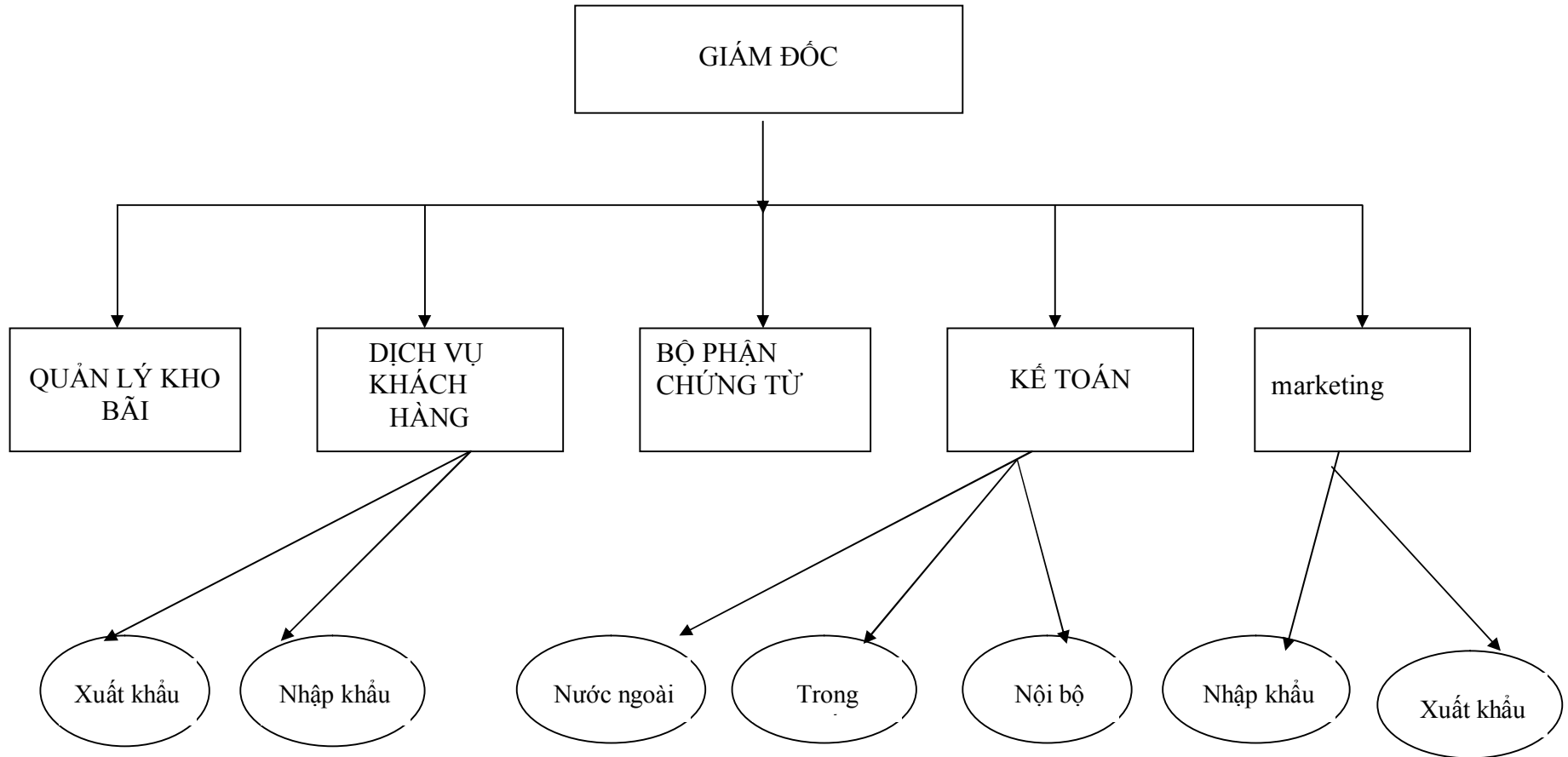
Xe nâng: 7 chiếc

2. Cơ cấu tổ chức nhân sự của chi nhánh công ty Vinatrans tại Hải Phòng:

Đảm nhiệm toàn bộ công việc của đại lý giao nhận và đại lý hãng tàu theo hợp đồng đã ký kết của công ty Vinatrans với cơ quan của công ty trong nước và với hãng tàu nước ngoài. Vinatrans Hải Phòng là các công việc khai thác hàng, thủ tục hải quan, xếp hàng vào container, vận chuyển ra nước ngoài, lập các chứng từ vận chuyển, lập hoá đơn thanh toán chi phí... cho các hãng vận tải và giao nhận Hapag- Loyd, Lloyd-Triestino, Kuehne-Nagel, Panapina...

a. Sơ đồ tổ chức:

SƠ ĐỒ TỔ CHỨC VINATRANS HP



b. Chức năng, nhiệm vụ của các bộ phận nghiệp vụ

* Bộ phận bán hàng/ tìm nguồn hàng (sales-marketing)

Đảm nhận đầu vào trong hoạt động kinh doanh, bộ phận này thực hiện các hoạt động sau:

- Lên kế hoạch bán hàng và thăm viếng khách hàng hàng tuần, lập chỉ tiêu sản lượng phần đầu mục tiêu đạt được cho hàng tháng, quý năm.

- Viết báo cáo sau mỗi lần gặp khách hàng, phối hợp với trưởng phòng để giải quyết các vấn đề ngoài thẩm quyền.

- Phối hợp với mạng lưới giao nhận ở nước ngoài trong việc khai thác thông tin, tìm nguồn hàng, khai thác danh sách khách hàng (Sales list) do đại lý gửi đến và viết danh sách khách hàng, hướng dẫn đại lý tiếp cận với khách hàng ở nước ngoài để có quyết định hàng chỉ định.

- Trả lời, giải quyết các thư từ, telex, fax, thông tin liên quan đến khách hàng.

- Khuyến khích, giới thiệu các dịch vụ giao nhận của công ty như door to door, cosolidator.

- Lập chương trình phần mềm để thống kê, lập danh sách phân loại khách hàng để có đối sách và chế độ thích hợp.

- Dựa trên bảng đánh giá của hãng tàu, xem xét tình hình cạnh tranh từng thời điểm để lập một bảng giá cước của Vinatrans và một bảng giá dịch vụ phụ trợ khác.

- Dự báo và đề xuất với trưởng phòng về đối pháp Marketing thích hợp cho từng thời điểm.

- Khi lô hàng đã được chỉ định hoặc khách hàng đồng ý sử dụng dịch vụ của Vinatrans, hình thành hồ sơ vụ việc (job file) và nhận hướng dẫn từ chủ hàng cho lô hàng, chuyển hồ sơ hướng dẫn cùng hướng dẫn từ chủ hàng cho lô hàng, chuyển hồ sơ hướng dẫn cùng hướng dẫn vận chuyển (Shipping instuction) cho bộ phận vận chuyển (Operation) để thực hiện.

- Đặt chỗ (booking space) với hãng tàu và nhận xác nhận (Confirmation) từ hãng tàu.

- Lên bảng giá (giá mua, giá bán, hoa hồng đề nghị và các chi khác) và chuyển qua bộ phận kế toán để lên hoá đơn, báo bộ phận hiện trường để phát hành vận đơn.

- Dựa trên cơ sở hồ sơ vụ việc (job file) và hướng dẫn vận chuyển (Shipping instruction) đã hình thành và được chuyển giao từ bộ phận Bán hàng, bộ phận Hiện trường sẽ phối hợp cùng bộ phận khách hàng (Customer' Service) theo dõi tiến hành các bước giao nhận.

Bộ phận này sẽ gồm hai tổ: Tổ chứng từ tại văn phòng

Tổ làm hàng

+) Tổ là hàng sẽ là những nhiệm vụ sau:

- Tiến hành nhận hàng tại các địa điểm mà chủ hàng thông báo trong thư hướng dẫn đã lập sẵn

- Đưa hàng vào kho cảng, bốc dỡ lưu kho nếu có yêu cầu,

- Kiểm tra tình trạng bao bì, đóng gói, nhãn hiệu

- Kiểm tra tính hợp lệ đúng đắn của các chứng từ do khách hàng cung cấp (giấy phép xuất nhập khẩu, hoá đơn, phiếu đóng gói)

- Khai báo hải quan: Lập tờ khai, kiểm hoá hải quan, thanh lý tờ khai.

- Cân, đo, đóng, đếm xếp vào container.

- Liên hệ với các hãng tàu phát hành vận đơn chủ (Master bill of lading- MB/L)

- Lập vận đơn nhà (House Bill of Lading- HB/L)

- Lập tờ khai hàng hoá (Cargo manifest) cho các lô hàng gom.

- Trả phí lưu kho nếu có.

- Kiểm tra, đối chiếu các chi tiết gửi hàng trong MB/L và HB/L dựa trên booking của hãng tàu và hướng dẫn gửi hàng (Shipping instruction).

- Thống kê, vào sổ liệu hàng xuất trong ngày, tuần, tháng. Photocopy vận đơn và chi tiết có liên quan để lưu trữ hồ sơ.

+) Tổ chứng từ thực hiện các nhiệm vụ sau:

- Tổ chức thực hiện lịch gửi hàng hàng ngày, phân công cụ thể cho nhân viên hiện trường thực hiện các lô hàng được giao để phân định các lô hàng cụ thể.

- Kiểm tra giám sát toàn bộ các lô hàng xuất đi trong ngày, kiểm tra lại việc cân đếm (Trọng lượng tịnh, trọng lượng cả bì, thể tích).

- Tập trung, thống kê và chuyển toàn bộ chứng từ đã lập trong ngày cho bộ phận Customer's service để viết Pre- alert hoặc Shipping advice cho đại lý nước ngoài cũng như đôn đốc, kiểm tra với các hãng tàu hoặc đại lý giao nhận về tuyến đường đi và thời gian vận chuyển lô hàng.

* Bộ phận kế toán

Nói chung, bộ phận kế toán có các nhiệm vụ:

- Thanh toán cước phí với các hãng tàu
- Thanh toán cước phí với hãng giao nhận
- Thanh toán cước phí với khách hàng
- Thanh toán cước phí nội địa và các nhiệm vụ phát sinh
- Báo cáo doanh thu, doanh chi hàng tháng, lập bảng lương, chấm công.

Với các chủ hàng, bộ phận kế toán lập hoá đơn thu tiền cước phí và dịch vụ với các lô hàng xuất từ các chủ hàng.

Đối với đại lý giao nhận, kế toán lập Credit note hay Debit note cho đại lý hàng tháng, thu cước phí collect và lệ phí nhờ thu của các lô hàng từ đại lý nước ngoài gửi về.

Với hãng tàu phải đối chiếu cước phí, xác nhận thanh toán, lập hoá đơn, thu phí hoa hồng với hãng tàu.

Trong việc thanh toán nội bộ, kế toán thực hiện các công việc sau:

- Lập hoá đơn thu nội bộ các phòng ban trong công ty đưa hàng lại.

- Thanh toán cước phí nội địa trong nước đối với các dịch vụ chuyển tải và hàng door to door.

- Chi trả tiền lương cho cán bộ công nhân viên trong phòng, các nguồn thu nhập theo quy định của công ty.

- Thanh toán các khoản tạm ứng, các chi phí phát sinh hàng ngày.

- Theo dõi công nợ phát sinh, kịp thời báo cáo lãnh đạo phòng và phòng kế toán tài vụ kịp thời lãnh đạo theo dõi.

- Lập bản doanh thu hàng tuần, hàng tháng trong đơn vị, báo cáo tình hình phát sinh công nợ trong tuần.

* Bộ phận Customer service (Dịch vụ khách hàng)

Bộ phận này có nhiệm vụ:

- Trả lời các thông tin đến bộ phận Bán hàng và bộ phận Hiện trường hàng xuất

- Phối hợp với bộ phận Bán hàng và Hiện trường để giải quyết các thông tin bán hàng.

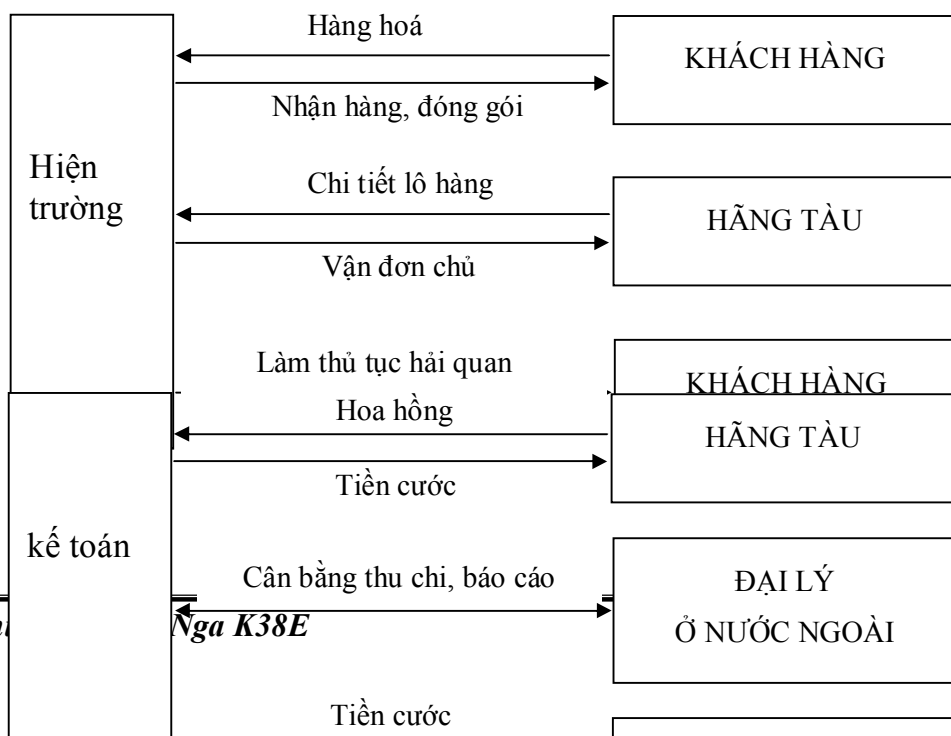
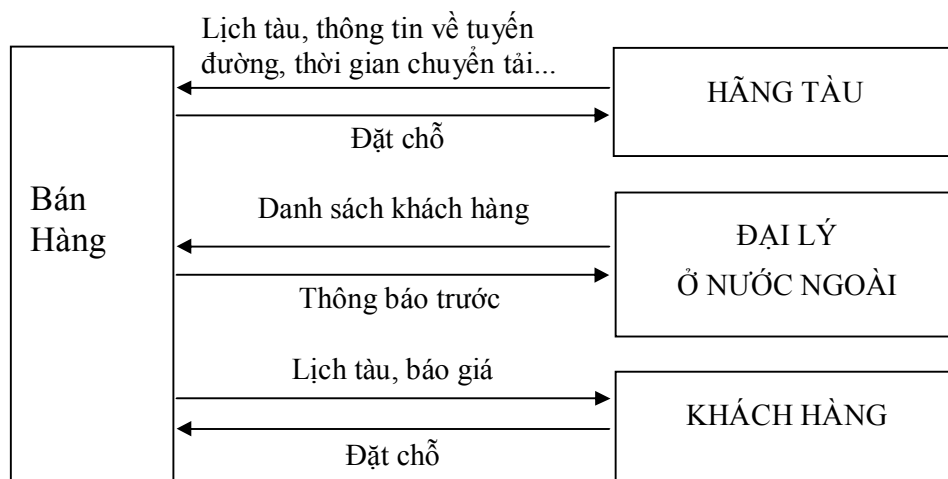
- Thông báo trước (Pre-alert) hoặc Thông báo vận tải (Shipping advice) cho mạng lưới đại lý nước ngoài dựa trên mẫu lập sẵn và theo danh mục của các đại lý, đảm bảo đúng người có trách nhiệm và đúng bộ phận đảm nhiệm ở nước ngoài. Nội dung của Pre-alert thông báo những chi tiết bắt buộc về xếp hàng như chuyến tàu, số MB/L, số HB/L, term of payment, số tiền nhờ thu, tên người gửi, người nhận, và các loại hình dịch vụ theo yêu cầu của khách hàng.

Trường hợp hàng gấp, dễ hỏng, dễ vỡ phải thông báo cho đại lý và khách hàng để làm chứng từ nhập trước khi hàng đến cho kịp thời.

- Trả lời fax, telex, thư và các vấn đề có liên quan đến hàng xuất do trưởng phòng giao.

- Lập các thống kê, vào sổ lưu, lập hồ sơ cho các lô hàng xuất trong ngày, tuần, tháng. Lưu các hồ sơ chứng từ liên quan.

SƠ ĐỒ CHỨC NĂNG CÁC BỘ PHẬN NGHIỆP VỤ



II. Tình hình vận tải và giao nhận hàng hoá của Vinatrans HP:

1. Đại lý hãng tàu (Shipping Agent):

a. Các nghiệp vụ của đại lý hãng tàu:

Các đại lý hãng tàu có chức năng, nhiệm vụ gần giống nhau cho dù nó là đại lý hãng tàu của Hapag- Lloyd hay đại lý cho hãng tàu Lloyd- Triestino hay bất cứ một hãng tàu nào. Trách nhiệm của mỗi một đại lý hãng tàu là:

- Làm đại lý vỏ container và các dịch vụ liên quan đến việc giao nhận container của hãng tàu mình xuất nhập khẩu qua Cảng Hải Phòng
- Thực hiện đầy đủ và đúng mọi quy định của hãng tàu.
- Lập đầy đủ các chứng từ có liên quan
- Giám sát mọi hoạt động dịch vụ của hãng tàu trong khu vực
- Giám sát theo dõi mọi hoạt động của cảng, người vận tải nội địa nếu sử dụng dịch vụ của họ.
- Phát triển dịch vụ của hãng tàu

Công việc cụ thể của mỗi đại lý hãng tàu được chia thành nhiều chức năng: Người làm hàng nhập, người làm hàng xuất, quản lý container rỗng, thu cước phí vận tải biển.

*** Hàng nhập**

- Thường xuyên liên hệ với các hãng tàu feeder (tàu chặng 2 đi từ các cảng trong khu vực Singapore, Kaoshiung, Hongkong về Việt Nam) theo dõi tình hình hàng nhập về. Thông báo hàng sắp về và phát hành lệnh giao hàng kịp

thời, đúng lúc và đủ theo vận đơn. Tập hợp đầy đủ các bản vận đơn copy, bản lược khai cước của từng lô hàng.

Mọi vướng mắc có chỉnh sửa, thay đổi đều thông báo cho hãng tàu biết để phối hợp cùng giải quyết

- Đảm nhận và tổ chức vận tải nội địa theo yêu cầu của mỗi đại lý Hãng tàu mà mình làm.

- Thu đủ phí phạt lưu vỏ container rút hàng chậm theo quy định kể cả phí lưu bãi đầy, phí mượn vỏ về kho riêng.

- Đối với container hàng nhập về trong tình trạng hư hỏng, không tốt, seal bị đứt, phải kịp thời lập biên bản với cảng, feeder trước khi giao hàng cho chủ hàng. Giao hàng biên cập chì.

- Hàng tháng báo cáo số lượng nhập về kho Hãng tàu theo biểu mẫu quy định của Hãng.

* Hàng xuất

- Thường xuyên liên hệ với khách hàng

- Theo dõi tình hình tàu feeder để vào đăng ký hàng xuất

- Ký booking note với khách hàng trên cơ sở giá cước đã được hãng tàu chấp thuận hoặc hàng đã có chỉ định hợp đồng với Hãng tàu.

- Giao container rỗng và niêm chì cho khách hàng đóng trên cơ sở booking hoặc hàng chỉ định có hợp đồng vận chuyển với Hãng tàu để tránh trường hợp giao nhầm vỏ.

- Bố trí cán bộ hiện trường theo dõi tình hình đóng hàng và giao hàng lên tàu.

- Khi đóng hàng lẻ phải kiểm đếm từng kiện hàng, mã hàng, số đo, kích thước, số lượng, khối lượng cụ thể.

- Ngay sau khi tàu feeder rời cảng Hải Phòng, chuyển Shipment Advice cho hãng tàu, gửi copy B/L đúng và đủ các chi tiết giao hàng, trên mỗi vận đơn ghi rõ ruoting party (hợp đồng) freight payer (người thanh toán). Giao vận đơn

chính cho khách hàng và chịu trách nhiệm về việc phát hành vận đơn đúng theo quy định của hãng tàu.

- Đẩy mạnh công tác Sales- Marketing tăng số lượng hàng xuất nhập khẩu qua cảng Hải Phòng theo giá cước chỉ đạo của hãng tàu với từng lô hàng.

- Báo cáo tình hình hàng xuất của hãng tàu, báo cáo thống kê hàng tháng theo biểu mẫu và quy định.

- * Quản lý container rỗng

- Tiếp nhận và quản lý tốt toàn bộ container của hãng tàu mà mình làm đại lý, nhập, xuất rỗng. Việc sử dụng container rỗng theo nguyên tắc container nào nhập vào trước sẽ xuất đi trước (first in- first out). Việc sử dụng container theo đúng quy định của hãng tàu.

- Ký hợp đồng lưu kho bãi, bảo quản container với sự chấp thuận của hãng tàu.

- Hàng tuần thông báo kịp thời số lượng và tình trạng container hư hỏng. Lập đầy đủ biên bản container hư hỏng với các bên có liên quan, thông báo cho hãng tàu biết để lên kế hoạch để sửa chữa kịp thời, toàn bộ chi phí sửa chữa thuộc bên gây ra chịu. Trường hợp container hư hỏng thuộc trách nhiệm của đại lý thì phải có sự chấp thuận của hãng tàu mới tiến hành sửa chữa.

- Cân đối lượng vỏ container để đáp ứng nhu cầu, phải thông báo kế hoạch cung cấp vỏ cho hãng tàu trước 2 tuần. Điều động vỏ container đi các cảng khác khi cần thiết.

- Báo cáo đúng, đủ tình hình diễn biến container hàng ngày và các chế độ khác cho hãng tàu theo quy định.

- * Thu cước phí vận tải đường biển, đường bộ và các chi phí khác

- Chịu trách nhiệm thu đúng, thu đủ tất cả các cước phí đường biển, đường bộ và tất cả các chi phí khác liên quan theo đúng quy định và yêu cầu của hãng tàu.

- Chịu trách nhiệm về các thiệt hại và rủi ro do việc thu thiếu, không đủ, không đúng tất cả các cước phí đường biển, đường bộ và tất cả các chi phí khác có liên quan từ khách hàng trên cơ sở cước trả trước hoặc trả sau. Thực hiện nghiêm túc biểu giá của hãng tàu.

- Các chi phí phát sinh trong qua trình thực hiện nhiệm vụ của hãng tàu phải có xác nhận trước của hãng tàu mới được thực hiện.

- Thay mặt hãng tàu thanh toán chi phí lưu kho bãi container, các chi phí vận tải nội địa và các chi phí các có liên quan đến dịch vụ mà mình làm đại lý theo yêu cầu của khách hàng.

b. Tình hình hoạt động của các đại lý hãng tàu:

Bảng 2: Doanh thu từ hợp đồng uỷ thác đại lý hãng tàu năm 2002

Hãng tàu	Số hợp đồng kí kết		Tuyến Feeder	Giá cước (USD)	Hoa hồng đại lý	Số cont vận chuyển		Doanh thu (USD)
	Thực hiện	Không thực hiện				Có hàng	Không có hàng	
Hapag-lloyd	285	27	Singapore	480	2%	308	60	2956
			Hongkong	350	2%	220	30	1540
			Busan	750	2%	255	15	3825
Lloyd triestino	196	18	Busan	750	2.5%	550	0	10312.5
			Hongkong	350	2.5%	250	15	2187
Hãng khác	189	19	Bangkok	520	2%	187	5	2431
			Hongkong	350	2%	500	12	4375
Tổng	670	64				2270	145	27627

Nguồn: Báo cáo tài chính 2002

Bảng 3: Xác định hao phí lao động chi dịch vụ đại lý hãng tàu

Hàng giao nhân	Khấu hao nhà, kho bãi (usd)	Tiền lương	Phong tiện	Ci phí khác	Thuế doanh thu
Hapag-lloyd	4107	6658	1280	2000	5026
Lloyd triestino	3521	5887	740	1395	3937
Hãng khác	2572	3629	460	1128	3360
Tổng	10200	16174	2480	4523	12323

Nguồn: Báo cáo tài chính năm 2002

Qua những số liệu ở bảng 2 và bảng 3 cho thấy kết quả đạt được của năm 2002 đã tăng đáng kể so với kết quả của năm 2001. Có được kết quả trên là nhờ các yếu tố sau:

+ Về khách quan, sản lượng hàng hoá xuất nhập khẩu thông quan qua cảng Hải Phòng năm 2002 cũng tăng so với năm 2001 là 13% đặc biệt là sản lượng hàng container xuất nhập khẩu thông quan qua cảng container Chùa Vẽ. Sở dĩ sản lượng tăng cũng nằm trong nhận định chung về tình hình hàng hoá xuất nhập khẩu của khu vực Miền Bắc nói chung và sự phát triển kinh tế của khu vực tam giác Hải Phòng- Hà Nội- Quảng Ninh.

+ Yếu tố chủ quan cũng không kém phần quan trọng trên cơ sở định hướng đúng của công ty trong hoạt động đại lý Hãng tàu đã tăng cường cán bộ, cơ sở vật chất trang thiết bị và mở rộng tìm kiếm nguồn hàng trong và ngoài nước đặc biệt là các hợp đồng vận tải mua FOB và bán CIF với số lượng hàng hoá lớn như: hàng nông sản, giày dép may mặc.

2. Đại lý giao nhận (Freight Fowarder):

Vinatrans HP hiện đang làm đại lý giao nhận cho một số những hãng giao nhận lớn trên thế giới như Kuehne & Nagel, Panalpina, M&M.... Đại lý giao nhận là người trung gian giữa người có hàng (hàng xuất nhập khẩu) với người vận tải. Đại lý giao nhận tổ chức thu gom hàng hoá (đối với hàng xuất khẩu) hoặc phân phối chia lẻ hàng hoá thu gom từ nước ngoài gửi đến (đối với hàng nhập) sau đó lo liệu cho việc vận tải. Đối với khách hàng thì đại lý giao

nhận đóng vai trò là người chuyên chở nhưng đối với hãng tàu thì đại gia nhận đóng vai trò là khách hàng.

a. Quy trình tổ chức giao nhận:

Hoạt động giao nhận hàng hoá phải dựa trên những nguyên tắc sau:

- Việc giao nhận hàng hoá xuất nhập khẩu tại Cảng là do Cảng tiến hành trên cơ sở hợp đồng giữa chủ hàng hoặc người được chủ hàng uỷ thác với Cảng

- Trường hợp hàng không qua Cảng (không lưu kho tại Cảng thì chủ hàng hoặc người được chủ hàng uỷ thác có thể giao nhận trực tiếp với người vận tải. Trong trường hợp này, chủ hàng phải quyết toán trực tiếp với tàu, chỉ thoả thuận với Cảng địa điểm bốc dỡ, thanh toán chi phí bốc dỡ và các chi phí phát sinh khác.

- Việc bốc dỡ hàng hoá trong phạm vi Cảng do cảng tổ chức thực hiện. trong trường hợp chủ hàng muốn đưa phương tiện và công nhân vào để bốc dỡ hàng thì chủ hàng phải thoả thuận với Cảng và trả các lệ phí có liên quan cho Cảng.

- Khi được uỷ thác nhận hàng từ tàu, Cảng nhận hàng bằng phương thức nào thì giao hàng bằng phương thức ấy.

- Người nhận hàng phải xuất trình các chứng từ hợp lệ xác nhận quyền được nhận hàng và phải nhận liên tục trong một thời gian nhất định với khối lượng hàng hoá ghi trên chứng từ.

- Cảng không chịu trách nhiệm về hàng hoá khi hàng đã ra khỏi kho bãi của cảng.

Khi tiến hành giao nhận một lô hàng xuất nhập khẩu, người giao nhận có thể thực hiện với tư cách là đại lý hay là người được chủ hàng uỷ thác. Với tư cách là đại lý cho hãng tàu thì quy giao nhận rất đơn giản, đối với hàng xuất, người gia nhận chỉ phải thực hiện mỗi việc là thuê khoang lưu cước và sau đó thông báo cho chủ hàng ; đối với hàng nhập, người giao nhận lấy bộ hồ sơ từ đại lý của họ ở nước ngoài gửi hàng giao cho người nhận cùng với giấy uỷ quyền nhận hàng. Tuy nhiên, khi người giao nhận thực hiện với tư cách là người được chủ hàng uỷ thác, thì người giao nhận phải thực hiện tất cả các công việc có

liên quan đến việc giao nhận từ việc chuẩn bị kho bãi để tiếp nhận hàng từ người gửi, đóng hàng, kê ký mã hiệu cho lô hàng...đến việc giao nhận hàng với người chuyên chở. Và khi thực hiện với tư cách là người được uỷ thác, quy trình giao nhận một lô hàng xuất nhập khẩu như sau:

a.1 Giao hàng xuất khẩu:

Trong buôn bán quốc tế hiện nay, việc thanh toán hầu hết sử dụng phương thức tín dụng chứng từ. Vì vậy, việc thực hiện hợp đồng xuất nhập khẩu, nhất là việc giao hàng và lập các chứng từ không chỉ tuân theo hợp đồng mua bán, mà còn phải tuân theo các điều khoản của L/C và phải đúng một cách máy móc các bước giao nhận hàng xuất khẩu:

* Chuẩn bị hàng hoá

+ Nhận hàng từ người gửi và cấp các chứng từ giao nhận cho họ, lưu kho hàng hoá. Nếu hàng hoá có tính chất nguy hiểm thì người gửi hàng phải có chỉ dẫn giao nhận vận chuyển hàng nguy hiểm.

Có thể cấp cho người gửi hàng một trong những chứng từ giao nhận sau:

- Giấy chứng nhận nhận hàng của người giao nhận
- Giấy biên nhận lưu kho hàng hoá
- Giấy chứng nhận vận chuyển của người giao nhận.
- Vận đơn nhà (House B/L) nếu người giao nhận là một người gom hàng.

+ Tiến hành đóng gói và kê ký mã hiệu hàng hoá:

Theo yêu cầu của người gửi, người giao nhận thực hiện việc đóng gói và kê ký mã hiệu, thực chất là việc gia cố bên ngoài đảm bảo an toàn cho quá trình chuyên chở.

* Chuẩn bị các giấy tờ cho lô hàng

+ Hoá đơn thương mại; bản kê chi tiết hàng hoá trong kiện; các giấy tờ khác có liên quan (đối với hàng xuất khẩu có những quy định riêng).

+ Tiến hành các thủ tục kiểm nhiệm, kiểm dịch hàng hoá và lấy giấy chứng nhận kiểm nhiệm, kiểm dịch và giấy chứng nhận vệ sinh.

+ Làm thủ tục hải quan:

- Người giao nhận tự khai vào mẫu tờ khai do Tổng cục hải quan quy định rồi gửi cho cơ quan Hải quan kèm theo các giấy tờ cần thiết khác, hợp đồng mua bán, bản kê chi tiết và các giấy tờ khác (đối với hàng xuất khẩu có điều kiện và quy định riêng).

- Xuất trình hàng hoá để cơ quan Hải quan kiểm tra, vào ngày quy định, người giao nhận sẽ xuất trình hàng hoá để có quan hải quan kiểm tra và đối chiếu với tờ khai. Sau đó cơ quan hải quan sẽ có quyết định và tiến hành niêm phong hải quan. Từ đó hàng hoá phải đặt dưới sự giám sát của hải quan.

- Nộp thuế xuất nhập khẩu và lệ phí hải quan.

* Tiến hành việc giao hàng với tàu.

+ Lập tờ khai hàng hoá chuyên chở (cargo list) gửi cho cảng, cho tàu hoặc đại lý hãng tàu. Nghiên cứu lịch trình của tàu để biết được ngày, giờ tàu vào cảng.

+ Chấp nhận chính xác thông báo sẵn sàng xếp dỡ (notice of readiness-NOR) với tàu để không bị thiệt khi tính thưởng phạt xếp dỡ hàng.

+ Lấy hồ sơ xếp hàng lên tàu (stowage plan) theo dõi lịch trình bốc hàng của tàu để lập kế hoạch giao hàng lên tàu.

+ Ký hợp đồng với cảng để thuê phương tiện bốc dỡ, nhân công (nếu cần)

+ Đến ngày giao hàng đã thoả thuận với hãng tàu và cảng vụ, tiến hành trở hàng ra cảng và giao cho tàu chở hàng.

+ Cùng với tàu, cảng theo dõi đơn đốc việc giao hàng lên tàu.

+ Lập các biên bản cần thiết khi có sự hư hỏng thiếu hụt hàng hoá.

+ Lấy biên lai thuyền phó cho số hàng đã giao cho mỗi ca làm việc.

+ Tập hợp các biên lai thuyền phó và đối lấy vận đơn đường biển khi kết thúc việc giao nhận và phải lấy được bộ vận đơn đầy đủ

* Lập bộ chứng từ thanh toán

+ Gửi vận đơn và các chứng từ cần thiết cho người gửi hàng.

+ Thông báo cho người nhận hàng, người gửi hàng biết ngày tàu rời cảng

+ Lập bộ chứng từ đòi tiền người nhập khẩu gồm:

. Hoá đơn thương mại

. Vận đơn đường biển

. Giấy chứng nhận phẩm chất, giấy chứng nhận trọng lượng, giấy chứng nhận xuất xứ, chứng từ bảo hiểm (nếu có).

+ Ngoài ra người giao nhận có thể giúp đỡ người xuất khẩu thu xếp việc mua bảo hiểm, giải quyết khiếu nại, bồi thường người chuyên chở, người bảo hiểm (nếu người gửi hàng yêu cầu)

a.2 Nhận hàng nhập khẩu:

Giao nhận hàng nhập khẩu là một nhiệm vụ hết sức phức tạp vì hàng hoá kết thúc quá trình chuyên chở trên một hành trình dài nên có thể xảy ra nhiều biến cố. Vì vậy, trong quá trình giao nhận hàng nhập khẩu, người giao nhận phải tiến hành một cách cẩn thận chu đáo, đặc biệt là khâu kiểm tra hàng hoá trước khi nhận hàng với tàu và nếu phát hiện hoặc nghi ngờ hàng hoá có tổn thất hư hỏng thì cần phải yêu cầu giám định, lập các chứng từ cần thiết để đảm bảo quyền lợi cho người nhận hàng trong việc khiếu nại, đòi bồi thường bên thứ ba có liên quan cũng như đảm bảo quyền lợi của anh ta. Các bước giao nhận hàng nhập khẩu gồm có:

* Trước khi nhận được giấy báo thời gian dự kiến tàu đến (ETA-estimated time of arrival)

+ Thông qua hãng tàu:

Để nắm được thông tin về tàu như: tên tàu, quốc tịch tàu, ngày tàu sẽ đến cảng dỡ hàng, cầu cảng mà tàu sẽ cập.

Lấy bản lược khai hàng hoá trên tàu (cargo manifest), thông tin về tiền cước (freight in) thường do đại lý tàu biển lập, dùng để biết được thông tin và khai báo hải quan.

Lấy B/L copy.

+ Liên hệ với chủ hàng để:

Lấy B/L gốc và lấy giấy chứng nhận phẩm chất

Lấy các giấy tờ cần thiết khác (đối với hàng nhập khẩu có điều kiện hoặc có quy định riêng)

Biết được kế hoạch phân phối hàng cho các đơn vị nội địa.

* Sau khi nhận được giấy báo thời gian dự kiến tàu đến (ETA)

Người giao nhận tiến hành:

+Viết giấy báo nhận hàng gửi cho chủ hàng nội địa lần một

+ Làm thủ tục hải quan:

- Lập tờ khai hải quan

- Nộp tờ khai cho cơ quan hải quan cùng với hợp đồng thương mại, bản kê chi tiết, vận đơn (bản sao), các giấy tờ khác (đối với hàng nhập khẩu có điều kiện và có quy định riêng).

- Đặt hàng dưới sự kiểm soát của hải quan

- Nộp thuế nhập khẩu và lệ phí hải quan.

+ Lập lệnh giao hàng (Delivery order)

* Sau khi nhận được thông báo xếp hàng (NOR- notice of readiness).

Trong vòng 24 giờ sau khi nhận được NOR, người giao nhận sẽ thông báo cho chủ hàng lần hai.

Tiến hành nhận hàng từ tàu và giao cho chủ hàng nội địa.

+ Nhận hàng từ tàu: Người giao nhận cùng với cảng vụ tiến hành việc nhận hàng từ tàu và lập các biên bản cần thiết khi nhận hàng. Công việc nhận hàng gồm các bước:

- Lấy sơ đồ xếp hàng (cargo plan) và sơ đồ hầm tàu (hacht list) nhằm biết rõ vị trí hàng hoá để biết rõ hàng và kiểm tra trạng thái của hàng hoá trước khi dỡ.

- Trước khi dỡ hàng cần phải kiểm tra hầm tàu, tình hình niêm phong kẹp chì, tình hình sắp xếp và tình hình hàng hoá trong hầm tàu; nếu phát hiện hàng được chất xếp lung tung, có nhiều kiện đổ vỡ, hư hỏng, hàng mất mùi,

mộc bản thì lập biên bản giám định sắp xếp hàng trong hầm tàu. Biên bản này do người nhận hàng (cảng) và thuyền trưởng lập đối tịch hoặc do giám định viên do người nhận hàng mời đến.

- Khi đã dỡ hàng xong toàn bộ, cảng tiến hành kết toán với tàu và lập biên bản kết toán nhận hàng với tàu ROROC (Report on receipt of cargo) xác nhận số lượng hàng thực tế mà thuyền trưởng đã giao cho Cảng. Tàu giao hàng theo phương thức nào thì quyết toán theo phương thức ấy.

- Nếu số lượng hàng thực tế giao ít hơn so với số lượng ghi trong vận đơn thì Cảng phải yêu cầu lấy giấy chứng nhận hàng thiếu CSC (Certificate of shortlanded cargo), thường do đại lý tàu biển cấp.

- Sau khi dỡ hàng, nếu thấy hàng đổ vỡ hư hỏng thì Cảng tiến hành lập biên bản hàng đổ vỡ hư hỏng COR (Cargo outturn report) với tàu, trong biên bản xác định rõ bao nhiêu kiện bao bị đổ vỡ hư hỏng và xác định tổn thất thực tế là bao nhiêu.

- Nếu trong COR chỉ ghi số lượng là bao kiện thì sau đó người giao nhận phải mời giám định đến để giám định, lập biên bản giám định tổn thất, xác định cụ thể mức độ tổn thất thực tế của số bao kiện đổ vỡ, hư hỏng.

- Trong trường hợp nghi ngờ hàng có tổn thất thì trong vòng ba ngày kể từ ngày dỡ hàng xong, cần phải lập thư dự kháng LR (letter of reservation) để nhằm bảo lưu quyền đòi bồi thường cho chủ hàng, để chứng minh rằng Cảng đã có thông báo là hàng có tổn thất không rõ rệt cho người chuyên chở hoặc đại lý của hãng tàu.

- Lập thư dự kháng xong, người giao nhận cần phải tiến hành giám định, xác định mức độ tổn thất thực tế của hàng hoá là bao nhiêu và lập biên bản giám định tổn thất hàng hoá thực tế theo LR.

+ Giao hàng cho người nhận có thể tiến hành theo hai phương pháp:

- Giao hàng tại cầu cảng: Hàng được cẩu trực tiếp từ tàu vào phương tiện của chủ hàng. Chính vì thế người ta gọi đây là phương pháp lấy hàng đi thẳng

(không lưu kho ở cảng). Theo cách này thì thời gian xếp dỡ hàng ra khỏi tàu cũng chính là thời gian giao hàng cho chủ hàng.

Phương pháp này có ưu điểm nổi bật là hàng không phải vận chuyển và lưu trong kho nên chủ hàng tiết kiệm được chi phí lưu kho, hạn chế được tổn thất đối với hàng hoá, hàng được đưa vào sử dụng nhanh hơn.

- Giao hàng tại kho bãi của cảng: Hàng được đưa vào kho bãi bảo quản sau đó mới giao cho chủ hàng.

- Theo phương pháp này, chủ hàng phải tốn kém chi phí vận chuyển hàng hàng từ cảng vào kho và chi phí lưu kho. Tuy nhiên, trên thực tế các chủ hàng thường dùng phương pháp này vì phương tiện và cơ sở vật chất của chủ hàng nội địa không sẵn có để lấy hàng đi thẳng.

a.3 Giám định

Khi nhận hàng nhập khẩu, nếu thấy có tổn thất hàng hoá thì cần phải tiến hành giám định nhằm tìm ra nguyên nhân, mức độ tổn thất và phạt định trách nhiệm.

Việc giám định được tiến hành trên cơ sở giấy yêu cầu giám định của một hoặc các bên liên quan như chủ hàng, người chuyên chở...

Các cơ quan tham gia giám định gồm:

- + Cơ quan giám định
- + Công ty bảo hiểm
- + Hải quan
- + Người giao nhận
- + Cảng
- + Các chủ hàng nội địa

Đối với các tổn thất dễ nhận thấy như hàng ẩm ướt, mốc... cần tiến hành giám định ngay trên hiện trường hoặ trên kho bãi của Cảng trong vòng 60 ngày kể từ ngày dỡ hàng ra khỏi tàu.

Đối với những tổn thất khó nhận thấy như tổn thất về số lượng, trọng lượng có thể tiến hành tại kho của chủ hàng.

Thời gian giám định trong vòng 30 ngày đối với tổn thất về mặt số lượng, trọng lượng và 45 ngày đối với tổn thất về phẩm chất kể từ ngày dỡ hàng ra khỏi tàu

Trong qua trình giao nhận, đặc biệt khi hàng tổn thất, người giao nhận phải lập một cách đầy đủ và chính xác các biên bản và chứng từ cần thiết để có thể đòi bồi thường đối với các bên liên quan nhằm bảo vệ quyền lợi của người uỷ thác.

* Yêu cầu chung đối với hoạt động giao nhận hàng hoá:

- Phải tiến hành một cách nhanh chóng nhằm:

+ Giảm thời gian lưu kho

+ Giảm thời gian lập chứng từ, giám định kiểm tra hàng hoá

- Chất lượng giao nhận phải tốt

+ Giao hàng phải đảm bảo chính xác

+ Đảm bảo an toàn cho hàng hoá

+ Đáp ứng cao với yêu cầu giao nhận

- Chi phí giao nhận phải thấp, hợp lý.

b. Các nghiệp vụ của đại lý giao nhận:

Công việc của đại lý giao nhận cũng gần giống công việc của đại lý hãng tàu, chỉ khác ở chỗ đại lý hãng tàu thì có tàu để chuyên chở, còn đại lý giao nhận chỉ là trung gian nên họ phải lựa chọn tuyến đường vận tải, hãng tàu vận tải thích hợp để đảm bảo hàng hoá di chuyển nhanh chóng, an toàn, chính xác, tiết kiệm để đáp ứng yêu cầu của nhà xuất khẩu hay nhà nhập khẩu.

* Hàng nhập

- Thường xuyên liên hệ với tàu feeder, các đại lý hãng tàu theo dõi tình hình hàng nhập về. Thông báo hàng về và nhận bộ chứng từ của bên đại lý giao nhận của mình ở nước ngoài.

- Đối với hàng lẻ (LCL/LCL): Forwarder ký một giấy uỷ quyền cho khách hàng sang một đại lý giao nhận khác để làm thủ tục nhận hàng vì đại lý giao nhận đó gom đủ nguyên container.

- Đối với hàng nguyên container chia lẻ (FCL/LCL): Fowarder làm thủ tục Hải quan và giám định để đưa hàng về kho bãi của mình, sau đó phát lệnh giao hàng cho khách hàng đến kho làm thủ tục Hải quan để nhận hàng.

- Đảm nhận việc tổ chức vận tải nội địa (door to door service) theo yêu cầu của khách hàng.

- Thu đủ phí khai thác hàng (CFS) và phí lưu kho nếu có.

* Hàng xuất

- Nhận booking, giao lệnh lấy vỏ container của đại lý hãng tàu cho khách hàng đóng hàng và giao hàng xuất, đăng ký tàu cho đại lý hãng tàu hoặc feeder theo lịch trình đảm bảo quá trình vận tải liên tục.

- Lập và giao vận đơn chính cho khách hàng. Đẩy mạnh công tác Sales-Marketing- đây là yếu tố vô cùng quan trọng.

- Giao lệnh lấy container rỗng và niêm chì cho khách hàng đóng hàng trên cơ sở booking, thực hiện mọi nhiệm vụ giao nhận, làm thủ tục hải quan, vận chuyển nội địa.

- Sau khi tàu chạy, làm Shipment Advice/ Pre-alert gửi cho đại lý hãng tàu giao nhận ở nước ngoài.

c. Tình hình hoạt động của các đại lý giao nhận:

Bảng 4: Doanh thu từ hợp đồng uỷ thác đại lý Giao nhận năm 2002

Hãng giao nhận	Số hợp đồng kí kết		Tuyến Feeder	Giá cước (usd)	Hoa hồng đại lý	Số cont vận chuyển		Doanh thu (USD)
	Thực hiện	Không thực hiện				Có hàng	Không có hàng	
Kuehne & Nagel	102	2	Singapore	600	2%	227	15	2.724
			Hongkong	500	2%	250	8	2.750
Panalpina	137	2	Busan	750	2.5%	550	0	10.312
			Hongkong	550	2.5%	250	15	3.437
Jardine	138	3	Hamburg	1.650	1.5%	135	8	3.341
			Rot	1.575	1.5%	187	0	4.417

Hãng khác	144	3	Busan	520	2%	187	5	1.944
			Hongkong	350	2%	500	12	3.500
Tổng	521	10				2.286	55	32.428

Nguồn: Báo cáo tài chính 2002

Bảng 5: Xác định hao phí lao động chi dịch vụ đại lý Giao nhận 2002

Hãng giao nhận	Khấu hao nhà, kho bãi (usd)	Tiền lương	Phương tiện	Chi phí khác	Thuế doanh thu
Kuehne & Nagel	1.500	2.300	450	858	2.200
Panalpina	2.426	3.200	689	1.492	3.300
Jardine	3.000	3.000	625	1.350	3.220
Hãng khác	8.960	3.500	1.080	1.800	3.740
Tổng		12.000	2.870	5.500	12.460

Nguồn: Báo cáo tài chính năm 2002

Qua những số liệu nêu ở bảng 3 và 4 cho thấy kết quả đạt được của năm 2002 đã tăng đáng kể với kết quả năm 2001. Có được kết quả trên là nhờ các yếu tố sau:

- Về khách quan, sản lượng hàng hoá xuất nhập khẩu thông quan qua Cảng Hải Phòng năm 2002 tăng so với năm 2001 là 13%, đặc biệt là container xuất nhập khẩu thông quan qua cảng container Chùa Vẽ. Sở dĩ sản lượng tăng cũng nằm trong nhận định chung về tình hình hàng hoá xuất nhập khẩu giao nhận của khu vực miền Bắc nói chung và sự phát triển kinh tế của tam giác Hà Nội- Hải phòng- Quảng Ninh.

- Yếu tố chủ quan cũng không kém phần quan trọng trên cơ sở định hướng đúng của chi nhánh trong hoạt động giao nhận, đã tăng cường cán bộ, cơ sở vật chất trang thiết bị khai thác tốt phương tiện thông tin sẵn có- đặc biệt là internet và mở rộng tìm kiếm nguồn hàng trong và ngoài nước đặc biệt là các hợp đồng vận tải mua FOB và bán CIF với số lượng hàng hoá lớn như: hàng nông sản, giày dép, hàng may mặc. Đặc biệt là các Đại lý giao nhận nước ngoài (đối tác của công ty) trong năm 2002 đã ký được nhiều hợp đồng chỉ định hàng may mặc,

giày dép từ khu vực phía Bắc vào sâu trong nội địa các nước EU theo phương thức “Door to door”.

Ngày nay với sự ra đời và phát triển của việc chuyên chở hàng hoá bằng container, phần lớn hàng hoá được đóng vào container ngay tại nhà máy hoặc hàng nằm sâu trong nội địa. Sau đó container được chở bằng tàu biển đến nước nhập khẩu hoặc bằng một phương tiện nào đó. Từ cảng nước mua hàng, container lại được để nguyên chở thàng vào nội địa tới kho của người nhận hàng cuối cùng tiêu thụ. Như vậy, chúng ta dễ dàng hình dung ra rằng nếu người xuất khẩu (người nhập khẩu) phải giao dịch với từng chủ phương tiện trên từng chặng đường khác nhau thì quả là tốn kém thời gian, công sức và chi phí vận tải sẽ chiếm một phần không nhỏ trong giá thành. Đó là chưa kể nếu xảy ra hư hỏng, mất mát trong hành trình thì chủ hàng khó lòng được bồi thường thỏa đáng vì không biết tổn thất xảy ra ở chặng nào, thuộc người vận tải phương tiện gì.

Chính trong bối cảnh đó cần có một nhà tổ chức vận tải đứng ra bao thầu toàn bộ quá trình chuyên chở, đảm bảo cho chủ hàng chỉ cần gõ một cửa và ký một hợp đồng vận tải nhưng hàng hoá được vận chuyển kịp thời, an toàn với giá hợp lý từ kho của người bán đến cửa kho của người mua (door to door service). Người bao thầu kinh doanh vận tải gọi là người làm dịch vụ giao nhận. Với lý do đó đã xuất hiện nhiều hãng giao nhận trên thế giới như M&M. Kuehne& Nagel, Panalpina và ngày càng phát triển do nhu cầu vận chuyển hàng hoá xuất nhập khẩu hàng hoá bằng container tăng cao. Với những hãng giao nhận lớn như vậy, bao giờ họ cũng đặt đại lý của mình ở nhiều nước trên thế giới để thực hiện việc vận chuyển của nước đó, đồng thời cũng nhằm phát triển Hãng. Chúng ta hy vọng đến một lúc nào đó Việt Nam có thể thành lập hãng giao nhận đủ sức cạnh tranh trên thị trường, sau khi học tập được kinh nghiệm làm việc cũng như quản lý trong một tương lai không xa.

3. Tổng sản lượng vận tải và giao nhận hàng hoá xuất nhập khẩu của chi nhánh Vinatrans HP:

Bảng 5: Tổng hợp số liệu Vinatrans thông qua cảng HP

Năm 2001

Hợp đồng thực hiện		Sản lượng				
		Chuyển	GRT	Nhập (TEU)	Xuất (TEU)	Cộng (TEU)
- Hợp đồng bốc xếp, giao nhận cont: Hãng ZIM-GSL và RCL - Hợp đồng lưu kho bãi: Hãng ZIM-GSL, RCL, Hapag- Lloyd - Hợp đồng khai thác kho CFS Chùa Vẽ - Hợp đồng bốc xếp hàng bách hoá: Hãng: Richmer, Bow Shipping	Tàu cont	7	44.671	5.672	6.037	11.709
	Tàu bách hoá	9	16.512	7.655	7.655	
	Hàng CFS			124	450	
	Hàng khác			1.938	2.244	3.200

Năm 2002

Hợp đồng thực hiện		Sản lượng				
		Chuyển	GRT	Nhập (TEU)	Xuất (TEU)	Cộng (TEU)
- Hợp đồng bốc xếp, giao nhận cont: Hãng ZIM-GSL và RCL - Hợp đồng lưu kho bãi: Hãng ZIM-GSL, RCL, Hapag- Lloyd - Hợp đồng khai thác kho CFS Chùa Vẽ - Hợp đồng bốc xếp hàng bách hoá: Hãng: Richmer, Bow Shipping	Tàu cont	11	44.671	5.672	6.037	11.709
	Tàu bách hoá	11	155.772	11.538		
	Hàng CFS			162	560	
	Hàng khác			1.938	2.244	4.182

Nguồn: Báo cáo kết quả kinh doanh Vinatrans 2001-2002

Năm 2002, công ty đã ký kết được 1625 hợp đồng giao nhận vận tải hàng hoá xuất nhập khẩu bằng container với các công ty trong nước và thực hiện được 1230 hợp đồng (số còn lại được thực hiện tiếp vào năm 2002.) trong đó

giao nhận vận chuyển 4312 container các loại và nhiều hàng khác. Cả năm thực hiện được 7300 tấn chè của VINATEA. Đầu năm 2002, khai thác được 400 tấn đay. Hàng vật tư VINADAIESUNG làm được 182 container hàng xuất nhập khẩu, giao 328 tàu/ 52000 tấn trong đó có 1656 container. Công ty đã áp dụng chính sách khuyến khích thu hút khách hàng, do vậy số chủ hàng tăng lên và khối lượng hàng hoá cũng tăng lên. Còn đối với hàng nhập, sản lượng làm thủ tục nhập khẩu tăng lên nhiều hơn. Trong tổng số sản lượng giao nhận vận tải, hàng nội địa chiếm 50% có doanh thu cao hơn năm 2001 trên 1.5 tỷ đồng. Đối với hàng làm thủ tục hải quan, chỉ có một số bộ hàng ngoại quan con vớng mắc. Công ty đã chú trọng các khâu làm thủ tục đảm bảo chứng từ pháp lý, tuân theo quy chế. Nhiều lô hàng, chứng từ thiếu đồng bộ, tàu vào nhanh, hàng hoá phức tạp cũng đã cố gắng giải quyết tốt. Kết quả khai thác được một lượng hàng khá lớn, tạo được doanh thu vận tải, lưu kho, bảo quản liên hoàn đã kết hợp tốt nhất và khi bắt đầu thực hiện đạt hiệu quả (bột mì chuyên tải, hàng triển lãm, thiết bị...)

Doanh thu hoạt động giao nhận vận tải container năm 2002 đạt hơn 13 tỷ cao hơn năm 2001 4 tỷ đồng. Hoạt động diễn ra không đồng đều, đến cuối quý III có phần giảm sút do tình hình thị trường gặp nhiều khó khăn, có rất nhiều hãng tàu khác được phép làm đại lý giao nhận cho các hãng giao nhận và các hãng tàu khác trên thị trường Hải Phòng. Từ cuối quý IV, do phải cạnh tranh công ty nên cũng phải giảm giá cước và thực hiện cơ chế linh hoạt với từng đối tượng khách hàng. Có lô hàng như thiết bị điện thoại, thủ tục phức tạp, hàng về nhiều, thủ tục thiếu đồng bộ nhưng công ty đã cố gắng phối hợp tốt với Hải quan và công việc đã hoàn thành đạt hiệu quả đáng kể. trong qua trình giao nhận vận tải, cán bộ công nhân viên thường xuyên tiến hành rút kinh nghiệm kịp thời nên đã giữ được uy tín, tín nhiệm với khách hàng, do đó chất lượng công việc ngày một tăng. Ngoài ra công ty mở rộng thêm làm đại lý xuất nhập cảnh cho cá tàu Trung Quốc, một số hãng tàu như Zimline, RCL...được xúc

tiến tạo cơ hội cho hàng mở luồng tịa Hải Phòng. Tất cả các công việc trên được thực hiện để phát huy hiệu quả cho năm 2003 và những năm tiếp theo.

Đạt được doanh thu trên 10 tỷ đồng là do sự đóng góp lớn lao của tập thể đội ngũ chi nhánh Vinatrans HP với trình độ nghiệp vụ cao, phục vụ khách hàng nhanh và thuận tiện; luôn được khách hàng khen ngợi và tin cậy. Do đại lý vận tải đòi hỏi có các thiết bị chuyên dụng, cách quản lý hiện đại phù hợp với trong nước và quốc tế nên công ty chú trọng đầu tư các thiết bị quản lý vận tải, rút và đóng hàng vào container hiện đại, cho kết quả cao, chất lượng công việc tốt. Hệ thống máy vi tính của phòng được trang bị kịp thời và đầy đủ giúp khâu đại lý hàng chính xác, nhanh gọn, mang tính quốc tế hoá. Những thủ tục giao nhận container được hoàn thành đúng tiêu chuẩn quốc tế, tạo điều kiện thuận lợi an toàn cho hàng hoá xuất nhập khẩu của chủ hàng. Việc quản lý container nhanh gọn còn thể hiện việc sắp xếp hàng hóa cho các chủ hàng, chủ tàu hợp lý, rút ngắn thời gian lưu kho bãi, làm lợi cho chủ hàng.

Sự tăng trưởng nhanh chóng của doanh thu chi nhánh Vinatrans HP trong năm 2002 đã khẳng định tính đúng đắn trong việc đầu tư đào tạo con người và áp dụng công nghệ mới. Đó cũng là một lý do Vinatrans HP đứng vững trên thị trường vận chuyển container đầy cạnh tranh hiện nay trên thị trường HP.

CHƯƠNG III

TRIỂN VỌNG CỦA NGÀNH GIAO NHẬN NÓI CHUNG VÀ CỦA CÔNG TY VINATRANS NÓI RIÊNG. MỘT SỐ GIẢI PHÁP KIẾN NGHỊ

I. Đối với ngành giao nhận ở Việt Nam:

1. Phương hướng của ngành giao nhận trong thời gian tới:

Trong thời gian tới cùng với sự phát triển như vũ bão của hoạt động thương mại quốc tế cũng như nền kinh tế Việt Nam đang dần đi vào ổn định và phát triển thì nhu cầu về giao nhận và vận tải quốc tế sẽ không ngừng tăng lên, nhất là hoạt động giao nhận và vận tải biển.

Theo số liệu từ “ Nguồn tạp chí thông tin vận tải 3- 1995”, nhu cầu về vận tải biển trong những năm tới sẽ là: (đơn vị 1000 Tấn)

Hoạt động	Năm 2000	Năm 2005	Năm 2010
Xuất khẩu	45.000	70.000	88.000

Nhập khẩu	17.000	38.000	45.000
Nội địa	6.000	15.000	39.000
Tổng	68.000	123.000	172.000

Nguồn: Tạp chí thông tin vận tải 3/1999

Theo số liệu bảng trên, ta có thể nhận thấy nhu cầu về giao nhận và vận tải biển từ nay đến năm 2010 là rất lớn. Lượng hàng hoá xuất khẩu chuyên chở bằng đường biển năm 2000 mới là 45000 nghìn tấn, nhưng đến năm 2010 đã tăng lên 88000 nghìn tấn (tăng gần gấp đôi), trong khi đó lượng hàng nhập khẩu chuyên chở bằng đường biển tăng gần gấp ba từ 17000 nghìn tấn năm 2000 lên 45000 nghìn tấn năm 2010 và đặc biệt là vận tải nội địa tăng hơn sáu lần từ 6000 nghìn tấn lên 39000 nghìn tấn. Như vậy, để có thể nắm được những cơ hội quý báu đó và đẩy nhanh hoạt động giao nhận, bắt kịp với sự phát triển của ngành giao nhận thế giới thì ngay từ bây giờ các doanh nghiệp Việt Nam đang hoạt động trong lĩnh vực giao nhận và kho vận nói riêng cũng như ngành giao nhận Việt Nam nói chung cần phải nhanh chóng đề ra những phương hướng hoạt động cụ thể từng năm của doanh nghiệp mình cũng như toàn thể ngành giao nhận Việt Nam thì mới có thể đáp ứng được nhu cầu ngày càng cao của hoạt động kinh tế đối ngoại của đất nước nói chung cũng như hoạt động ngoại thương Việt Nam nói riêng.

Phương hướng hoạt động của ngành giao nhận Việt Nam trong những năm tới là:

- Đối với các doanh nghiệp Việt Nam đang hoạt động trong lĩnh vực giao nhận vận tải cần phải:

Không ngừng nâng cao năng lực, trình độ cũng như phẩm chất đạo đức nghề nghiệp đối với cán bộ trong ngành, tạo điều kiện giúp đỡ các cán bộ nâng cao trình độ chuyên môn cũng như tạo môi trường làm việc thuận lợi để họ có thể phát huy được năng lực, những điểm mạnh của bản thân mình. Bên cạnh đó, với tư cách là người quản lý, thì các giám đốc, phó giám đốc, các trưởng

phó phòng phải biết kết hợp được những ưu điểm của mỗi cá nhân để tạo nên sức mạnh cho tập thể nhằm nâng cao hơn nữa hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp.

Không ngừng đổi mới và cải tiến trang thiết bị, nhà xưởng như kho bãi các phương tiện vận chuyển chuyên chở, tiến hành đầu tư mua sắm các trang thiết bị từ các nước tiên tiến trên thế giới để có thể phục vụ ngày càng tốt hơn các hoạt động kinh tế của đất nước và phù hợp với các hình thức vận tải mới trên thế giới chẳng hạn như tàu chở container, tàu LASH, tàu RORO. Bên cạnh đó thì các doanh cũng cần phải hoàn thiện hệ thống thông tin để xử lý nhanh chóng các thông tin việc thông báo lịch tàu, các hãng trên các luồng chuyên chở chính.

Cần mở rộng đa dạng hoá và phát triển các loại hình dịch vụ giao nhận sao cho phù hợp với sự ra đời và phát triển của các phương thức vận chuyển mới và có thể theo kịp được sự phát triển của ngành giao nhận vận tải thế giới, đặc biệt là dịch vụ gom hàng, dịch vụ chia lẻ hàng, dịch vụ giao nhận từ cửa đến cửa “ Door to Door ”.

Không ngừng mở rộng mối quan hệ với khách hàng cũng như các hãng, các công ty nước ngoài đang hoạt động trong lĩnh vực này trên cơ sở hợp tác và hỗ trợ lẫn nhau. Quan hệ với tất cả các khách hàng và các bạn hàng trên thế giới nhằm tranh thủ được nguồn vốn dồi dào của họ cũng như tận dụng được khả năng chuyên chở, các phương tiện chuyên chở tiên tiến của họ. Tiến hành học hỏi, đúc rút kinh nghiệm quản lý, điều hành hoạt động giao nhận vận tải của các hãng nổi tiếng trên thế giới.

Ngày càng hoàn thiện nghiệp vụ giao nhận vận tải quốc tế, hoàn thiện các điều kiện giao nhận, các thủ tục giấy tờ, tìm ra phương án hoạt động tối ưu nhất để tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng, đối tác làm ăn khi giao dịch với doanh nghiệp.

Hoạt động giao nhận phải đáp ứng kịp thời nhu cầu của chủ hàng, người chuyên chở, với vai trò là người tư vấn để người chuyên chở và chủ hàng tìm đến.

- Đối với ngành giao nhận Việt Nam, mà cơ quan đứng đầu và đóng vai trò chủ đạo đối với toàn ngành giao nhận Việt Nam đó là Hiệp hội các nhà giao nhận Việt Nam- VIFFAS.

Phương hướng hoạt động trong thời gian tới của Hiệp hội giao nhận Việt Nam là phải không ngừng phối hợp hoạt động của các thành viên nhằm bảo vệ lợi ích chính trị và nâng cao địa vị của nước CHXHCN Việt Nam trong các mặt liên quan tới lĩnh vực giao nhận vận tải quốc tế cũng như quyền lợi của các thành viên, kiến tạo mối quan hệ hợp tác, liên kết, hỗ trợ và giúp đỡ nhau giữa các đơn vị hội viên thuộc mọi thành phần kinh tế hoạt động trong lĩnh vực giao nhận vận tải, nhằm tạo môi trường cạnh tranh lành mạnh, thúc đẩy hoạt động giao nhận của các hội viên.

Hiệp hội cần phải tận dụng mọi điều kiện, phương tiện, tổ chức để giúp hội viên nâng cao và cải tiến chất lượng trong lĩnh vực giao nhận kho vận nhằm nắm bắt kịp thời các yêu cầu ngày càng cao của bạn hàng và đối tác.

Hiệp hội đại diện cho quyền lợi của cộng đồng các doanh nghiệp Việt Nam về lĩnh vực giao nhận kho vận trong các quan hệ kinh doanh và hợp tác quốc tế.

Bên cạnh đó, hiệp hội cũng cần phải giúp đỡ các hội viên trong việc đào tạo, bồi dưỡng, nâng cao trình độ nghiệp vụ trong hoạt động giao nhận kho vận để đáp ứng yêu cầu các đồng nghiệp trên thế giới.

2. Biện pháp nâng cao hiệu quả hoạt động giao nhận:

Từ những vướng mắc, tồn tại trong hoạt động của ngành giao nhận như đã được chỉ ra ở trên kết hợp với việc xem xét phương hướng hoạt động của các công ty nói riêng cũng như của toàn ngành giao nhận nói chung trong thời

gian tới, để ngày càng nâng cao hiệu quả cũng như chất lượng của ngành giao nhận có thể đáp ứng được yêu cầu ngày càng cao của hoạt động giao nhận trong nước, hoạt động giao nhận quốc tế, tôi xin đưa ra một số kiến nghị của bản thân mình như sau:

a. Trước tiên là về phía các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực giao nhận kho vận:

- Các đơn vị cần phải khắc phục tình trạng cán bộ non kém về trình độ nghiệp vụ, xây dựng đội ngũ cán bộ có trình độ hiểu biết về các mặt như luật pháp quốc tế, cũng như luật pháp của các quốc gia về thương mại, giao nhận, vận tải, hải quan, bảo hiểm. Bên cạnh đó, các cán bộ nghiệp vụ cũng phải nắm rõ được tập quán buôn bán của từng vùng, từng khu vực của các cảng và có trình độ ngoại ngữ thông thạo. Và để làm được việc đó các đơn vị cần phải:

+ Có chế độ tuyển dụng hợp lý để thu hút những người có trình độ và năng lực, đặc biệt là đối với các đơn vị còn non yếu, mới tham gia vào hoạt động giao nhận.

+ Chú trọng việc củng cố nghiệp vụ, nâng cao trình độ cho đội ngũ cán bộ thông qua các hình thức khác nhau như kết hợp với các cơ quan, các ban ngành chức năng và đặc biệt là trường đại học ngoại thương trong việc mở các lớp đào tạo nghiệp vụ ngắn hạn hoặc dài hạn. Cử cán bộ đi học ở các lớp chuyên ngành về giao nhận vận tải ở trong và ngoài nước nhằm giúp đỡ họ làm tốt công việc giao nhận vận tải, có được bằng chứng nhận nghiệp vụ đạt tiêu chuẩn quốc tế để tạo điều kiện cho đơn vị có thể tham gia các tổ chức giao nhận quốc tế, có thể làm đại lý cho các đối tác nước ngoài, có đủ khả năng giải quyết những vấn đề thực tiễn đặt ra có hiệu quả khoa học.

+ Không ngừng tăng cường đội ngũ cán bộ nghiệp vụ. Có chế độ đãi ngộ, thưởng phạt thích đáng đối với cán bộ để khuyến khích họ phát huy hết khả năng của mình.

+ Có quy chế, điều lệ rõ ràng để tạo cho đội ngũ cán bộ có tác phong làm việc nhạy bén, năng động.

- Các đơn vị cần tạo được sự chủ động trong kinh doanh, mở rộng mối quan hệ bạn hàng thông qua việc:

+ Các đơn vị cần phải luôn tăng cường công tác marketing tìm khách hàng, liên hệ trực tiếp với khách hàng có nhu cầu về giao nhận vận tải. Muốn thực hiện được điều này thì các doanh nghiệp cần phải có chính sách khách hàng, chính sách giá cả hợp lý nhằm củng cố mối quan hệ với khách hàng cũ, thu hút, hấp dẫn thêm khách hàng và các đối tác mới.

+ Tham gia các cuộc hội thảo chung, hội thảo chuyên đề với các đơn vị trong ngành cũng như là với khách hàng để có thể trao đổi, học hỏi kinh nghiệm của các đơn vị cùng ngành cũng như là ngày càng tăng cường củng cố mối quan hệ với bạn hàng, nắm bắt được tâm tư nguyện vọng, nhu cầu của khách hàng để ngày càng phục vụ tốt hơn.

+ Kịp thời nắm bắt các thông tin của ngành, các thông tin có liên quan đến hoạt động giao nhận trong nước và trên thế giới.

+ Hướng tới hoạt động với vai trò là người kinh doanh giao nhận vận tải quốc tế, có đủ các điều kiện để ký hợp đồng uỷ thác, là bạn hàng trong mối quan hệ với các hãng giao nhận nước ngoài chứ không phải là đại lý của họ.

- Các đơn vị cần phải hoàn thiện mối quan hệ với các tổ chức giao nhận vận tải quốc tế dưới các hình thức như:

+ Ký kết các hợp đồng đại lý, hợp đồng uỷ thác với các công ty, các hãng giao nhận vận tải nước ngoài.

+Ký kết các hợp đồng với các tổ chức các hãng giao nhận quốc tế trong việc đào tạo chuyên gia, trao đổi chuyên gia.

+Ký kết các hợp đồng hợp tác liên doanh với các hãng nước ngoài nhằm tranh thủ vốn, kỹ thuật cũng như trình độ quản lý, điều hành tiên tiến của họ.

- Các đơn vị cần tăng cường cơ sở vật chất kỹ thuật có liên quan trực tiếp tới giao nhận vận tải hàng hoá bằng cách đầu tư mua sắm trang thiết bị, xây dựng kho bãi nhà xưởng thông qua nguồn vốn dự trữ, thông qua hình thức liên doanh, liên kết với các đơn vị trong và ngoài nước...

b. Về phía ngành giao nhận Việt Nam:

Để có thể giải quyết được tình trạng cạnh tranh không lành mạnh như hiện nay và để có thể thống nhất được hoạt động giao nhận về một mối thì toàn ngành giao nhận vận tải Việt Nam cần phải:

- Thay đổi phương pháp làm việc, thực hiện phương châm “ làm hết việc chứ không làm hết giờ ”, gây tín nhiệm với khách hàng bằng chính chất lượng công việc và dịch vụ mà mình cung cấp.

- Có thái độ đúng đắn trong kinh doanh với bạn hàng, đại lý, chủ tàu, giữ mối quan hệ tốt, hợp tác với cơ quan ngành giao nhận vận tải và các cơ quan chức năng.

- Các đơn vị giao nhận cùng giúp đỡ, hỗ trợ nhau phát triển, cùng tìm việc, chia sẻ công việc cho nhau khi nhu cầu về giao nhận tăng. Tránh tình trạng đổ kỵ nhau khiến cho các tổ chức giao nhận nước ngoài lợi dụng giành hết công việc rồi lại uỷ thác lại cho ta.

- Cạnh tranh trên cơ sở hợp tác: Các đơn vị cần cùng nhau tham khảo đưa ra một phương pháp tính giá chung, có biểu giá cước ổn định, rõ ràng, nên chào giá dịch vụ trọn gói, song linh hoạt; nên có chính sách giảm giá, thưởng cho khách hàng có mối quan hệ làm ăn lâu dài thường xuyên nhưng vẫn đảm bảo lợi nhuận.

- Thông qua hiệp hội giao nhận Việt Nam:

+ Xây dựng, ban hành điều kiện kinh doanh tiêu chuẩn phù hợp với điều kiện Việt Nam, tạo định hướng chung cho các đơn vị trong ngành.

+ Đưa ra các biểu mẫu chứng từ thống nhất cho các đơn vị có thể áp dụng

+ Cung cấp các thông tin, tư liệu về tình hình giao nhận của ngành cũng như tình hình giao nhận trên thế giới, giúp đỡ các đơn vị áp dụng kỹ thuật mới.

+ Tổ chức các hội nghị, hội thảo chuyên đề để các nhà giao nhận có điều kiện gặp gỡ nhau trao đổi kinh nghiệm.

+ Tổ chức các lớp đào tạo nghiệp vụ giao nhận vận tải quốc tế

c. Về phía Nhà nước và các cơ quan quản lý:

- Nhà nước và các cơ quan quản lý Nhà nước cần phải sử dụng các công cụ vĩ mô có hiệu quả để quản lý hoạt động giao nhận đi vào nề nếp kỷ cương,

Các cơ quan quản lý cần quản lý chặt chẽ hoạt động giao nhận của các đơn vị theo đúng pháp luật, không để các tổ chức cá nhân kinh doanh trá hình, không đăng ký, trốn lậu thuế.

- Chính phủ, Bộ Thương mại cần có những quy định cụ thể về điều kiện trình độ chuyên môn giao nhận vận tải mà cán bộ làm nghiệp vụ giao nhận phải đạt được trước khi cấp giấy phép đăng ký kinh doanh.

Trước mắt trong thời gian tới, cương quyết không cấp giấy phép kinh doanh giao nhận cho các đơn vị không có đủ điều kiện, khắc phục tình trạng mua bán lại dịch vụ, cạnh tranh không lành mạnh...

Các văn bản, quy định của Nhà nước, các ngành cần phải được sửa đổi cho phù hợp với tình hình thực tế.

- Nhà nước cần phải đầu tư để cải tạo nâng cấp xây mới các cầu đường bến cảng đạt tiêu chuẩn quốc tế.

II. Đối với công ty Vinatrans:

1. Đánh giá tình hình công tác vận tải và giao nhận hàng hoá của Vinatrans

Hải phòng trong thời gian qua:

Từ khi thành lập đến nay Vinatrans Hải phòng đã vượt qua sóng gió của nền kinh tế thị trường và ngày càng phát triển. Trong thời kỳ đầu, kinh doanh trong cơ chế thị trường khốc liệt và mọi công việc đều mới mẻ, đội ngũ cán bộ

nhân viên hạn chế do vậy gặp rất nhiều khó khăn trong hoạt kinh doanh của mình. Cùng với những nỗ lực của chính mình cũng như sự hỗ trợ của công ty từ năm 2001 chi nhánh đã có những bước phát triển rõ rệt. Đến nay, doanh nghiệp đã khẳng định được vị trí của mình trong ngành vận tải và giao nhận. Kết quả đó được chứng minh qua sự phát triển không ngừng và khả năng vững mạnh về tài chính của Chi nhánh trong những năm gần đây.

Hầu hết các chỉ tiêu của năm 2002 đều cao hơn các chỉ tiêu của năm 2001. Điều đó cho thấy rằng dù trong điều kiện khủng hoảng kinh tế của các nước trong khu vực nhưng bản thân chi nhánh với sự nỗ lực cố gắng của mọi cán bộ công nhân viên, chi nhánh đã tạo ra sự đi lên nhanh chóng của chi nhánh. Ta thấy rằng doanh thu tăng mà thực chất của vấn đề là tăng được lượng tiền và động thời cũng tăng được cả số lượng và chất lượng dịch vụ hàng hoá của Vinatrans Hải phòng, góp phần mở rộng quan hệ buôn bán với các nước trên thế giới, mở rộng giao lưu kinh tế và văn hoá.

Mặt khác đã không ngừng tìm kiếm thị trường để tạo công ăn việc làm và thu nhập cho cán bộ công nhân viên trong chi nhánh, giải quyết được việc đó cũng là điều trăn trở khó khăn của bao doanh nghiệp Nhà nước khi đứng trước sự chuyển đổi nền kinh tế thị trường cạnh tranh nóng bỏng của Nhà nước ta.

Với sự phát triển của chi nhánh Vinatrans Hải phòng đã góp phần không nhỏ trong việc khẳng định công ty Vinatrans là một pháp nhân được đánh giá là một doanh nghiệp hàng đầu trong lĩnh vực này ở Việt Nam, có trình độ chuyên môn tương đương với các nước trong khu vực.

2. Phương hướng phát triển công tác vận tải và giao nhận hàng hoá XNK của công ty trong thời gian tới:

Trên đà phát triển của nền kinh tế Việt Nam cũng như của khu vực hay trên toàn thế giới, các mối quan hệ làm ăn ngày càng rộng và chặt hơn, các

nước đi vào chuyên môn hoá sâu, lượng hàng sản xuất và luân chuyển ngày càng nhiều. Thêm vào đó khoa học kỹ thuật ngày càng phát triển tạo điều kiện thuận lợi cho thương mại dịch vụ phát triển qua việc cung cấp thông tin cập nhật, các trang thiết bị hỗ trợ, nâng cấp cải tiến phương tiện, công cụ hỗ trợ...

Nền kinh tế ngày càng phát triển thì khu vực dịch vụ sẽ ngày càng chiếm tỷ trọng lớn trong nền kinh tế quốc dân. Trong điều kiện thuận lợi như vậy, ngành giao nhận- một ngành dịch vụ có nhiều khả năng và điều kiện phát triển. Tuy nhiên sự phát triển lâu bền và vững vàng thì chỉ có được khi có một đường lối phát triển đúng đắn, phù hợp đặc biệt với một công ty lớn như Vinatrans. Hơn thế nữa trong sự cạnh tranh gay gắt trên thị trường thì việc đề ra một phương hướng phát triển hợp lý lại càng cần thiết.

Ý thức được tầm quan trọng của việc đề ra phương hướng chiến lược phát triển, ban lãnh đạo công ty đã hết sức chú tâm nghiên cứu tình hình công ty, khả năng, tiềm năng của công ty mình cũng như khuynh hướng, xu hướng phát triển của nền kinh tế trong nước và quốc tế, sự biến động và phát triển của thị trường trong và ngoài nước để đề ra được phương hướng phát triển thích hợp.

Bước sang thiên niên kỷ mới, phương hướng phát triển của công ty chú trọng vào những điểm sau:

- Tăng cường công tác quản lý, đổi mới công tác chỉ đạo, điều hành trong ban giám đốc và các phòng ban mà vẫn đảm bảo được sự tự do phát huy năng lực của nhân viên.

- Thực hiện giao khoán cho các đơn vị trực thuộc trên cơ sở giao chỉ tiêu kinh tế, cho phép các đơn vị được tự do hạch toán, kế toán nhằm đẩy mạnh hiệu quả sản xuất kinh doanh của các đơn vị nhưng đến cuối kỳ hoặc theo định kỳ sẽ phải báo cáo cho công ty về tình hình sản xuất kinh doanh.

- Tiếp tục quan tâm tìm kiếm và mở rộng thị trường đồng thời củng cố duy trì các mối làm ăn sẵn có, mở rộng mạng lưới dịch vụ và kết hợp linh hoạt các hình thức kinh doanh.

- Hoạt động dịch vụ của công ty phải đặt yêu cầu hiệu quả, an toàn, thuận lợi cho khách hàng lên đầu. Chất lượng dịch vụ cao phải là điều quan tâm trước hết.

3. Các biện pháp để nâng cao hiệu quả của công tác vận tải và giao nhận hàng hoá XNK:

Để theo đúng được phương hướng đã đề ra, công ty đã đưa ra những nhiệm vụ cần phải thực hiện trong thời gian tới cụ thể như sau:

- Tăng cường hoạt động Marketing tìm kiếm nguồn hàng, đặc biệt là từ các chủ hàng trực tiếp để nâng cao hiệu quả kinh doanh. Cụ thể là: Nâng lượng hàng không chỉ định đường biển từ 10% lên 20%, nâng lượng hàng không chỉ định đường không từ 40% lên 45%.

- Mở rộng hoạt động dịch vụ mới, đặc biệt là chuyển phát nhanh Feedex. Đây là hoạt động mới song có lợi nhuận tiềm năng cao.

- Phân đầu đưa doanh thu tăng lên từ 10% đến 15% so với năm trước.

- Xây dựng và hoàn thiện quy trình nghiệp vụ giao nhận lên ngang tầm trình độ của ngành giao nhận quốc tế.

- Thực hiện chế độ hạch toán thống kê, báo cáo thu chi theo quy định hiện hành của công ty.

Để hoàn thành được nhiệm vụ đặt ra, ngoài nỗ lực của ban lãnh đạo và toàn bộ nhân viên của công ty thì cũng như các doanh nghiệp kinh doanh vận tải và giao nhận khác trên thị trường Việt Nam công ty cũng còn rất nhiều điều phải chú ý. Dưới đây là hướng của các bộ phận nghiệp vụ:

* Bộ phận bán hàng- tìm nguồn hàng (Sales- Marketing)

- Tổ chức việc thu thập thông tin một cách khoa học để khai thác hiệu quả phù hợp với khả năng của mình. Thu thập thông tin về khách hàng như những khách hàng nào có khả năng đi bằng đường biển, sản lượng hàng tháng là bao nhiêu, hay đang đi cho hãng giao nhận nào để có đối sách thích hợp, khai thác nguồn hàng cho thời gian tới.

- Lên hồ sơ khách hàng cụ thể bằng việc phân loại khách hàng như khách hàng tiềm năng, khách hàng đang theo dõi, khách hàng đã sử dụng dịch vụ nhưng đến nay thì không.

- Thiết lập các bước nên theo để nâng cao chất lượng, loại bỏ sai sót ví như:

Thu thập thông tin

Xử lý thông tin: Phân tích thị trường, lược bỏ những thông tin cần thiết, quan trọng cho công việc

Duy trì quan hệ: Luôn tạo cho khách hàng ấn tượng tốt về chất lượng dịch vụ cao và uy tín của công ty ngay cả khi họ chưa có nhu cầu sử dụng dịch vụ. Quan hệ với khách hàng dựa trên nguyên tắc hai bên cùng có lợi.

* Bộ phận hiện trường (Operation)

- Cần có sự phối hợp chặt chẽ với nhân viên các bộ phận khác đặc biệt là bộ phận Marketing để thực hiện chính xác yêu cầu của khách hàng hay những yêu cầu đặt ra với hàng.

- Nhanh nhẹn cẩn thận khi làm hàng

- Cần có mối quan hệ tốt đối với các cơ quan có trách nhiệm để thực hiện công việc tốt hơn.

* Bộ phận dịch vụ khách hàng (Customer Service)

- Thực hiện công việc nhanh nhẹn, chính xác

- Phối hợp chặt chẽ với các bộ phận khác

Ngoài vấn đề chính sách con người cụ thể còn phải chú trọng tới xây dựng cơ cấu quản lý của công ty sao cho hợp lý. Bản thân ngành nghề này rất linh hoạt nên cũng phải có cơ cấu quản lý mềm dẻo, tránh sự cứng nhắc trong quản lý chỉ đạo. Cơ cấu phải năng động, phối hợp chặt chẽ đồng bộ giữa các bộ phận nghiệp vụ.

Trước tình hình cạnh tranh ngày càng gay gắt của thị trường trong nước và quốc tế, chất lượng là yếu tố then chốt đảm bảo sự tồn tại và phát triển của các công ty giao nhận. Các công ty cần thấy rõ yêu cầu phải xây dựng áp dụng hệ thống quản trị chất lượng có hiệu quả và được chứng nhận của tổ chức công nhận chất lượng uy tín trên thế giới về việc phù hợp với tiêu chuẩn ISO 9002. Nhờ vậy công ty sẽ có uy tín cao với cả khách hàng, bạn hàng ở trong nước và nước ngoài trong lĩnh vực giao nhận quốc tế tạo chỗ đứng vững trong môi trường cạnh tranh gay gắt hiện tại.

KẾT LUẬN

Với đà phát triển của nền kinh tế hàng hoá, ngành giao nhận với mạng lưới dịch vụ đa dạng ngày càng mở rộng trở thành một ngành công nghiệp hiện đại có quy mô lớn và có tổ chức chặt chẽ. Số lượng các tổ chức giao nhận tăng nhanh và ngày càng nhiều trên thế giới.

Ở Việt Nam, từ khi thực hiện chủ trương mở cửa nền kinh tế, nhu cầu hàng hoá nhập khẩu tăng lên về chủng loại cũng như số lượng, phục vụ cho cả nhu cầu tiêu dùng của dân cư và các tổ chức cũng như nhu cầu đầu vào cho sản xuất. Song song với hàng nhập khẩu, lượng hàng xuất khẩu cũng tăng lên rõ rệt.

Trong một môi trường có nhu cầu vận chuyển hàng hoá lớn với vai trò một ngành dịch vụ nằm trong khâu lưu thông, ngành giao nhận mà đặc biệt là ngành giao nhận đường biển đã phát triển nhanh chóng, giúp hàng hoá lưu

thông, tránh ứ đọng, vận chuyển an toàn với giá cước giảm, tạo cho hàng hoá có lợi thế cạnh tranh trên thị trường.

Tuy rằng quy mô phương tiện kỹ thuật cũng như trình độ nghiệp vụ của ngành giao nhận Việt Nam chưa sánh được với nhiều nước khác song cũng đã bao quát được hết các hoạt động của dịch vụ này. Các hoạt động này đòi hỏi người giao nhận phải có trình độ chuyên môn vững trong lĩnh vực giao nhận, hiểu biết về các cảng biển, các tuyến đường cùng với luật lệ các khu vực. Để phát triển ngành thì nỗ lực từ phía người giao nhận là chưa đủ mà còn cần phải có sự hỗ trợ từ phía Nhà nước, đặc biệt là phương diện luật pháp. Nhà nước cần đưa ra những nguyên tắc, quy định cho hoạt động giao nhận cùng với những chính sách hỗ trợ phát triển cho ngành.

Trên con đường phát triển của mình, ngành giao nhận còn có rất nhiều vấn đề cần quan tâm như tình trạng cơ sở vật chất, sự cạnh tranh gay gắt trên thị trường giao nhận- nhưng vấn đề về luật pháp vẫn là quan trọng nhất. Đây là nền tảng cho sự phát triển của ngành. Ngành giao nhận cũng đòi hỏi có sự phối hợp chặt chẽ giữa người giao nhận và Nhà nước với sự nỗ lực từ cả hai phía để đưa ngành lên ngang tầm với các nước trên thế giới.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Báo cáo tổng hợp của công ty Vinatrans HP từ năm 1999 - 2002 và các tài liệu khác
2. PGS. TS. Đinh Ngọc Viện - *Giao nhận vận tải hàng hoá quốc tế* - NXB Giao thông vận tải, 2002
3. Huỳnh Tấn Phát - *Nghiệp vụ container* - NXB Giao thông vận tải, 1999
4. *Tạp chí hàng hải 3/1999*
5. Tập thể giáo viên trường ĐH Ngoại thương - *Hoạt động giao nhận hàng hoá trong ngoại thương* - NXB Giao thông vận tải
6. *Sổ tay giao nhận*, 1996.
7. *Viet Nam freign forwarder handbook 2000-2003*