



TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ TP.HCM
KHOA KINH DOANH QUỐC TẾ - MARKETING

**ĐỀ XUẤT CÁC GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG
LỰC CẠNH TRANH VỀ DỊCH VỤ VẬN CHUYỂN
HÀNG XUẤT KHẨU HÀNG KHÔNG QUỐC TẾ
CỦA CÔNG TY TNHH AGILITY VIỆT NAM**

Sinh viên: Lê Thị Thu Thủy

Chuyên ngành: Ngoại thương

Khóa: 24.2

GVHD: ThS. Nguyễn Quốc Nam

NĂM 2021



TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ TP.HCM
KHOA KINH DOANH QUỐC TẾ-MARKETING

ĐỀ XUẤT CÁC GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH VỀ DỊCH VỤ VẬN CHUYỂN HÀNG XUẤT KHẨU HÀNG KHÔNG QUỐC TẾ CỦA CÔNG TY TNHH AGILITY VIỆT NAM

Sinh viên: Lê Thị Thu Thủy

Chuyên ngành: Ngoại thương Khóa: 24.2

GVHD: ThS. Nguyễn Quốc Nam

UEH UNIVERSITY OF
ECONOMICS
HO CHI MINH CITY

HCM, NĂM 2021

LỜI CẢM ƠN

Lời đầu tiên, em xin được kính gửi đến Ban Giám Hiệu trường Đại học Kinh tế và quý thầy cô Khoa Kinh doanh Quốc tế - Marketing lời cảm ơn chân thành nhất. Để giúp chúng em đạt được lượng kiến thức chuyên môn cũng như kiến thức thực tế là nền tảng cho công việc trong tương lai Quý thầy cô đã truyền đạt, giảng dạy và nhất là khơi dậy ngọn lửa đam mê đối với ngành Xuất – Nhập Khẩu trong suốt thời gian qua cho chúng em.

Và đặc biệt em xin chân thành cảm ơn ThS Nguyễn Quốc Nam mặc dù thầy có rất nhiều công việc nhưng thầy đã không quản ngại thời gian, công sức để hỗ trợ giúp em hoàn thành tốt trong thời gian thực tập. Thầy đã tận tình hướng dẫn, chỉ dẫn giúp em khắc phục những sai sót và hướng dẫn một cách chi tiết để bài báo cáo của em được hoàn thành một cách tốt nhất.

Tiếp đến em xin gửi lời cảm ơn đến Giám đốc Công ty TNHH Agility Việt Nam đã tạo cơ hội cho em được làm việc tại Công ty. Bên cạnh đó, em cũng xin cảm ơn các anh, chị trong công ty đặc biệt là các anh, chị trong phòng Airfreight đã chỉ dạy, giúp đỡ và hỗ trợ em trong quá trình làm việc. Em hy vọng sẽ được tiếp tục đồng hành cùng sự phát triển của Công ty trong thời gian tới.

Tuy nhiên, do thời gian cũng như lượng kiến thức hạn hẹp nên bài báo cáo sẽ không tránh khỏi sai sót, em rất mong nhận được sự góp ý chân thành từ quý thầy, cô và quý anh, chị trong công ty trên bước đường tìm hiểu, thu nạp kiến thức của mình.

Sau cùng, em xin kính chúc quý thầy, cô và quý anh, chị trong công ty nhiều sức khỏe và thành công. Chúc cho Công ty TNHH Agility Việt Nam ngày càng phát triển lớn mạnh và tiến xa hơn trong ngành Xuất Nhập Khẩu. Chúc cho trường Đại học Kinh tế sẽ đào tạo được nhiều sinh viên giỏi hơn nữa để đáp ứng được những yêu cầu khắc khe của thị trường lao động đồng thời đáp ứng nhu cầu lao động trong thời đại mở rộng thị trường thế giới ngày nay.

LỜI CAM KẾT

Em xin cam đoan toàn bộ nội dung trong bài khóa luận tốt nghiệp này là kết quả nghiên cứu của riêng em, được thực hiện dưới sự hướng dẫn khoa học của Giảng viên hướng dẫn ThS. Nguyễn Quốc Nam, đảm bảo trung thực về các nội dung của khóa luận và tuân thủ các quy trình về trích dẫn, tài liệu tham khảo, tuân thủ theo quy định chống đạo văn của Trường Đại học Kinh tế TP. HCM.

Lê Thị Thu Thủy



TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ TP.HCM
KHOA KINH DOANH QUỐC TẾ - MARKETING

BẢNG ĐÁNH GIÁ CỦA DOANH NGHIỆP

Khoa Kinh doanh quốc tế - Marketing, Trường Đại học Kinh tế TP.HCM chân thành cảm ơn quý doanh nghiệp đã tiếp nhận sinh viên: _____ Lớp: _____

Khóa: _____

Đến thực tập tại doanh nghiệp trong thời gian từ: _____ đến _____

Sinh viên được thực tập và làm việc tại bộ phận/phòng: _____

Tại công ty

Thời gian làm việc trong tuần: _____ ngày/tuần

Học kỳ doanh nghiệp là cơ hội giúp sinh viên tiếp cận môi trường làm việc thực tiễn, chuyên nghiệp tại doanh nghiệp. Chúng tôi kính đề nghị Ông/bà - người phụ trách thực tập của sinh viên - đánh giá quá trình thực tập của sinh viên tại doanh nghiệp theo bảng tiêu chí dưới đây.

Xin vui lòng đánh giá quá trình thực tập của sinh viên tại Doanh nghiệp theo các tiêu chí sau (bằng cách khoanh tròn vào mức độ tương ứng):

Tiêu chí đánh giá	Chưa đạt	Cần cải thiện	Đạt yêu cầu	Khá	Tốt
1. Kiến thức chuyên môn (nắm vững kiến thức và công cụ sử dụng trong lĩnh vực thực tập)	1	2	3	4	5
2. Kỹ năng nghề nghiệp cá nhân (khả năng ra quyết định, khả năng lập kế hoạch và tổ chức công việc, quản lý thời gian hiệu quả, kỹ năng văn phòng...)	1	2	3	4	5
3. Kỹ năng làm việc nhóm (thành viên tích cực hoặc lãnh đạo nhóm hiệu quả, giao tiếp tích cực, đóng góp tốt cho nhóm ...)	1	2	3	4	5
4. Thái độ thực tập (trung thực, tác phong chuyên nghiệp, thân thiện, ý thức kỷ luật, chủ động học hỏi, sáng tạo, yêu thích công việc...)	1	2	3	4	5
5. Mức độ hoàn thành nhiệm vụ (thực hiện công việc đúng yêu cầu, đúng thời hạn, đảm bảo chất lượng công việc)	1	2	3	4	5
6. Hiệu quả đóng góp của khóa luận tốt nghiệp đối với công ty (đề tài thú vị, cần thiết; thể hiện hiểu biết tốt về DN; giải pháp khả thi, thực tiễn; hiệu quả đóng góp cao)	1	2	3	4	5

(Lưu ý: Mục tiêu chí 5 và 6 sẽ tính điểm hệ số 2, tổng điểm tối đa là 40 điểm).

Trân trọng cảm ơn sự hỗ trợ của quý doanh nghiệp.

Xác nhận của Doanh nghiệp:

Họ tên người xác nhận: _____

Chức vụ: _____ Email : _____

Ký tên và đóng dấu



TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ TP.HCM
KHOA KINH DOANH QUỐC TẾ - MARKETING

BẢNG ĐÁNH GIÁ KẾT QUẢ HỌC KỲ DOANH NGHIỆP CỦA GVHD

TÊN SINH VIÊN: _____ **MSSV:** _____ **LỚP:** _____

ĐƠN VỊ THỰC TẬP: _____

TIÊU CHÍ	ĐIỂM TỐI ĐA	GVHD CHẤM ĐIỂM
PHẦN 1: NHẬT KÝ THỰC TẬP	15	
1. Nội dung (thông tin chi tiết, cụ thể, bám sát quá trình thực tập, bài học rút ra...)	10	
2. Hình thức trình bày (hình thức trình bày theo quy định, cách thức trích dẫn, bố cục chuyên nghiệp...)	5	
PHẦN 2: KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP	45	
1. Nội dung (hiểu biết về doanh nghiệp tốt, nội dung mang tính thực tiễn cao, phù hợp với chương trình đào tạo, tính logic, tính đầy đủ, tính sáng tạo trong xác định vấn đề hoặc xây dựng giải pháp...)	20	
2. Kỹ năng nghiên cứu độc lập (tìm kiếm tài liệu đầy đủ và phù hợp, phân tích/đánh giá thông tin, phương pháp nghiên cứu phù hợp, hoàn thành bám sát tiến độ kế hoạch...)	5	
3. Kỹ năng giải quyết vấn đề (xác định vấn đề chính xác, xây dựng cơ sở đề xuất phù hợp với chuyên môn, xây dựng và chi tiết hóa bộ giải pháp mang tính thực tiễn và khả thi...)	10	
4. Hình thức trình bày (văn phong rõ ràng, súc tích, không có lỗi ngữ pháp, văn phạm, trình bày theo đúng quy định....)	5	
5. Thái độ, hành vi (chuyên nghiệp, trung thực, cầu tiến, quản trị thời gian, chủ động, tích cực...)	5	
TỔNG ĐIỂM	60	

Họ & tên GVHD: _____

Chữ ký: _____

Ngày: _____

TÓM TẮT ĐỀ TÀI

Cùng với sự phát triển của lực lượng sản xuất và sự hỗ trợ đắc lực của cuộc cách mạng khoa học kĩ thuật trên thế giới, khối lượng hàng hoá và sản phẩm vật chất được sản xuất ra ngày càng nhiều. Câu hỏi đặt ra là làm thế nào để đẩy mạnh tiêu thụ sản phẩm đối với nhà sản xuất và chọn lựa sản phẩm phù hợp, dễ dàng tiếp cận với người tiêu dùng? Để trả lời cho câu hỏi đó hàng loạt các công ty giao nhận đã ra đời nhằm đáp ứng những nhu cầu cần thiết của nền kinh tế Việt Nam. Đứng trước thời kỳ nền kinh tế mở như hiện nay, nhà nước ta khuyến khích lưu thông hàng hoá quốc tế nhằm phục vụ cho công cuộc công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước. Các công ty Logistics không ngừng cạnh tranh, hoàn thiện các quy trình để mang đến chất lượng dịch vụ cao, đáp ứng được nhu cầu của khách hàng.

Mục tiêu của đề tài là vận dụng các lý thuyết về Xuất khẩu hàng hóa, các nhân tố tác động tới hoạt động kinh doanh dịch vụ Xuất khẩu để xác định các nhân tố tác động đến dịch vụ Xuất khẩu của Công ty TNHH Agility. Thông qua những chỉ tiêu đánh giá kết quả và hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp sẽ phân tích và đánh giá tình hình kinh doanh của doanh nghiệp. Bên cạnh đó, đề tài còn chỉ ra năng lực cạnh tranh của Công ty so với các đối thủ cùng ngành, những điểm mạnh, điểm yếu và đưa ra những giải pháp cụ thể nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ. Với hi vọng góp phần nhỏ giúp công ty hoàn thiện được quy trình, chất lượng dịch vụ được nâng cao hơn nữa để mang lại sự thỏa mãn cho khách hàng, từ đó góp phần làm tăng doanh thu và lợi nhuận của công ty.

MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN	I
LỜI CAM KẾT	II
BẢNG ĐÁNH GIÁ CỦA DOANH NGHIỆP	III
BẢNG ĐÁNH GIÁ KẾT QUẢ HỌC KỲ DOANH NGHIỆP CỦA GVHD	IV
TÓM TẮT ĐỀ TÀI.....	V
MỤC LỤC BẢNG, BIỂU ĐỒ.....	VIII
DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT	IX
LỜI MỞ ĐẦU	1
CHƯƠNG 1. GIỚI THIỆU VỀ CÔNG TY TRÁCH NHIỆM HỮU HẠN AGILITY VIỆT NAM.....	3
1.1 Tổng quan về công ty TNHH Agility Việt Nam.....	3
1.1.1 Lịch sử hình thành và tiến trình phát triển Công ty.....	3
1.1.2 Chức năng và lĩnh vực hoạt động của doanh nghiệp.....	5
1.1.3 Tầm nhìn và sứ mạng.....	5
1.1.4 Cơ cấu và tổ chức của Công ty.	6
1.2 Tình hình hoạt động kinh doanh của Công ty từ năm 2018 - 2019.	7
1.2.1 Tóm tắt kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty năm 2018-2019.....	7
1.2.2 Kết quả hoạt động kinh doanh hàng xuất của Công ty.....	9
1.2.3 Định hướng phát triển của Công ty trong tương lai	9
1.3 Giới thiệu vị trí, phòng ban làm việc.	9
1.3.1 Chức năng, nhiệm vụ, cơ cấu phòng Airfreight.	9
1.3.2 Giới thiệu trí Nhân viên nhập liệu chứng từ.....	10
1.3.3 Khái quát những kết quả chính trong quá trình làm việc tại phòng Airfreight	11
CHƯƠNG 2. ĐÁNH GIÁ NĂNG LỰC CẠNH TRANH VỀ DỊCH VỤ VẬN CHUYỂN HÀNG XUẤT KHẨU HÀNG KHÔNG QUỐC TẾ CỦA CÔNG TY TNHH AGILITY VIỆT NAM.....	12
2.1 Phân tích tình hình hoạt động kinh doanh của Công ty.	12

2.1.1 Phân tích các yếu tố bên ngoài.	12
2.1.2 Phân tích các yếu tố bên trong.	15
2.1.3 Phân tích các yếu tố vận hành công nghệ.	17
2.1.4 Những cân nhắc về thị trường.	18
2.2 Phương pháp và các bước thực hiện.	18
2.2.1 Vấn đề nghiên cứu.	18
2.2.2 Cách thức nghiên cứu.	19
2.2.3 Phương pháp nghiên cứu.	19
2.2.4 Các dữ liệu cần thu thập.	19
2.2.5 Phương pháp nghiên cứu.	19
2.2.6 Các bước nghiên cứu.	20
2.3 Kết quả nghiên cứu chính.	28
CHƯƠNG 3. MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH VỀ DỊCH VỤ VẬN CHUYỂN HÀNG XUẤT KHẨU HÀNG KHÔNG QUỐC TẾ CỦA CÔNG TY TNHH AGILITY VIỆT NAM.	30
3.1 Mục tiêu, kế hoạch kinh doanh của công ty Agility Việt Nam trong năm 2021.	30
3.2 Mục tiêu và kế hoạch nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh về dịch vụ vận chuyển hàng xuất khẩu hàng không quốc tế của Công ty Agility Việt Nam qua từng giai đoạn.	30
3.3 Giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh về dịch vụ vận chuyển hàng xuất khẩu hàng không quốc tế của công ty TNHH Agility Việt Nam.	30
3.1.1 Giải pháp 1. Về mặt nhân sự.	30
3.1.2 Giải pháp 2: Nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng.	32
3.1.3 Giải pháp 3. Về việc ứng dụng công nghệ thông tin.	33
KẾT LUẬN	35
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	37

MỤC LỤC BẢNG, BIỂU ĐỒ

Bảng 1.1: Báo cáo hoạt động kinh doanh của Công ty giai đoạn 2017 – 2019.....	7
Bảng 2.1: Cơ cấu doanh thu tính theo hàng nhập khẩu và xuất khẩu giai đoạn 2017 – 2019.....	20
Bảng 2.2: Bảng đánh giá ma trận hình ảnh cạnh tranh CPM từ Ban điều hành.....	27
Biểu đồ 1.1: Sơ đồ cơ cấu tổ chức Công ty.....	6
Biểu đồ 2.1: Doanh thu của phòng Airfreight năm 2017 – 2019.....	16
Hình 2.1: Hệ thống Control quản lý hàng xuất khẩu.....	17

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

CÁC KÝ HIỆU CHỮ VIẾT TẮT	GIẢI NGHĨA	CHÚ THÍCH
TNHH		Trách nhiệm hữu hạn
FCL	Full Container Load	Hàng full container
LCL	Less than Container Load	Hàng lẻ
SKU	Stock Keeping Unit	Đơn vị lưu kho
VNĐ		Việt Nam đồng
XNK		Xuất nhập khẩu
DN		Doanh nghiệp
VN		Việt Nam
GTVT		Giao thông vận tải
CNTT		Công nghệ thông tin
WTO	World Trade Organization	Tổ chức Thương mại Thế giới
TP. HCM		Thành phố Hồ Chí Minh
ISO	International Organization for Standardization	
CPM	Competitive Profile Matrix	
CPT	Custom Brokerage Transportation	

LỜI MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Có thể nói xu thế quốc tế hóa thương mại đã liên kết các quốc gia có chế độ chính trị khác nhau thành một thị trường thống nhất, sự phát triển nền kinh tế thế giới đã đạt tới mức biên giới các quốc gia chỉ còn lại ý nghĩa về mặt hành chính. Vận tải hàng không được xem như chất xúc tác thúc đẩy nền kinh tế quốc gia phát triển và mở rộng hợp tác về kinh tế, quan hệ chính trị và giao lưu văn hóa xã hội. Trong đó, hoạt động xuất nhập khẩu bằng đường hàng không hiện tại khá phổ biến. Vì vậy, việc nâng cao năng lực cạnh tranh về dịch vụ vận chuyển hàng xuất khẩu bằng đường hàng không quốc tế là một trong những yếu tố quan trọng giúp phát triển kinh tế xã hội.

Từ thực tế trên, Công ty TNHH Agility Việt Nam đã ra đời. Công ty hoạt động kinh doanh trong lĩnh vực chuyên cung cấp dịch vụ làm thủ tục hải quan, dịch vụ giao nhận hàng hóa xuất nhập khẩu trong nước và quốc tế bằng đường biển, đường hàng không, đường bộ và dịch vụ đại lý. Trong lĩnh vực xuất nhập khẩu hiện tại có rất nhiều Công ty kinh doanh theo chuỗi vận tải như trên.

Vì vậy, để nâng cao năng lực cạnh tranh hiệu quả cho Công ty cũng như tìm ra các khó khăn, thiếu sót trong quy trình và đưa ra các giải pháp nhằm khắc phục và hoàn thiện kịp thời. Nhận thức được điều này, em đã chọn đề tài ***“Đề xuất các giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh về dịch vụ vận chuyển hàng xuất khẩu hàng không quốc tế của công ty TNHH Agility Việt Nam”*** để tìm hiểu những khó khăn hiện tại mắc phải trong suốt quá trình thực hiện nghiệp vụ của công ty để từ đó có những giải pháp khắc phục, đẩy mạnh được hoạt động của công ty.

1. Mục tiêu nghiên cứu.

- Hiểu rõ năng lực cạnh tranh hiện tại của công ty TNHH Agility Việt Nam.
- Xác định những khó khăn, thách thức gặp phải trong quá trình thực hiện nghiệp vụ.
- Đề xuất một số giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh của công ty TNHH Agility Việt Nam.

2. Phạm vi nghiên cứu.

- Công ty TNHH Agility Việt Nam.
- Thông tin và số liệu được dùng để phân tích trong bài luận được lấy từ năm 2018 đến quý 2 năm 2020.

- Đề tài tập trung nghiên cứu về dịch vụ vận chuyển hàng xuất khẩu hàng không quốc tế của công ty TNHH Agility Việt Nam.

3. Phương pháp nghiên cứu.

Có rất nhiều phương pháp được sử dụng để nghiên cứu, tuy nhiên trong bài chỉ tập trung sử dụng các phương pháp nghiên cứu như sau:

- **Phương pháp nghiên cứu tài liệu:** là phương pháp thu thập thông tin hoàn toàn gián tiếp, không tiếp xúc với đối tượng khảo sát, nghiên cứu dựa trên việc phân tích và tổng hợp báo cáo, tạp chí, tài liệu, số liệu thống kê từ các trang web.
- **Phương pháp thu thập dữ liệu:** là phương pháp dựa trên nguồn thông tin sơ cấp và thứ cấp thu thập được từ những tài liệu nghiên cứu trước đây để xây dựng cơ sở luận cứ để chứng minh giả thuyết. Trong phương pháp này, số liệu được thực hiện bằng cách quan sát, theo dõi... Bằng phương pháp này thu thập các số liệu từ việc kinh doanh của công ty, những cơ sở lý luận về các vấn đề liên quan đến bài luận, từ đó xây dựng khung lý thuyết đầy đủ.
- **Phương pháp phi thực nghiệm:** là tên gọi chung cho một nhóm phương pháp thu thập thông tin như phương pháp quan sát, phương pháp phỏng vấn, điều tra bằng câu hỏi, phương pháp hội nghị,... Các phương pháp này được thực hiện trong quá trình thực tập tại công ty. Có những thông tin, dữ liệu không có sẵn trên giấy tờ, vì vậy cần phải quan sát, trao đổi trực tiếp với nhân viên, nhằm học hỏi và ghi nhận lại những thông tin, số liệu, quy trình giao nhận hàng hóa xuất khẩu.

4. Bố cục khóa luận.

Ngoài chương mở đầu, kết luận, bài khóa luận bao gồm các nội dung sau:

- Chương 1: Giới thiệu về công ty TNHH Agility Việt Nam.
- Chương 2: Đánh giá năng lực cạnh tranh về dịch vụ vận chuyển hàng xuất khẩu hàng không quốc tế của công ty TNHH Agility Việt Nam.
- Chương 3: Một số giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh về dịch vụ vận chuyển hàng xuất khẩu hàng không quốc tế của Công ty TNHH Agility Việt Nam.

CHƯƠNG 1. GIỚI THIỆU VỀ CÔNG TY TRÁCH NHIỆM HỮU HẠN AGILITY VIỆT NAM.

1.1 Tổng quan về công ty TNHH Agility Việt Nam.

1.1.1 Lịch sử hình thành và tiến trình phát triển Công ty.

Năm 1979, Agility được thành lập ở Kuwait, Basel, Thụy Sĩ với sự nổi lên của các thị trường mới nổi trong nền kinh tế toàn cầu. Công ty đã bắt đầu hoạt động như một nhà cung cấp kho hàng địa phương ở Kuwait và trở thành công ty logistics lớn nhất ở Trung Đông. Công ty đã mua hơn 40 thương hiệu logistics trên toàn thế giới và ngày nay là một trong những nhà cung cấp dịch vụ hậu cần tích hợp lớn nhất thế giới và là chủ sở hữu tư nhân lớn nhất và là nhà phát triển bất động sản công nghiệp ở Trung Đông và Bắc Phi.

Agility thực hiện các công việc vận chuyển, quản lý và phân phối hàng hóa làm nền tảng cho thương mại toàn cầu. Agility cung cấp dịch vụ giao nhận, vận tải hàng hóa, hàng không, đại dương và đường bộ, dịch vụ kho bãi, phân phối và các dịch vụ chuyên ngành trong dự án hậu cần, hội chợ và sự kiện và hóa chất. Các giải pháp của Agility được cung cấp bởi công nghệ hàng đầu trong ngành.

Ngày nay, Agility là một trong những nhà cung cấp dịch vụ hậu cần tích hợp lớn nhất thế giới với hơn 22.000 nhân viên và hoạt động tại 100 quốc gia, kết nối với hơn 60.000 khách hàng toàn cầu, mạng lưới nhà cung cấp và các mối quan hệ và hoạt động trên mặt đất mạnh mẽ.

Sau khi thực hiện chính sách mở cửa nền kinh tế, tình hình đầu tư và hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu ngày càng phát triển. Để hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu có hiệu quả và mở rộng ra trên toàn thế giới, 2008 Công ty TNHH Agility Việt Nam (gọi tắt là “Công ty” hay “Agility Việt Nam”) được thành lập theo giấy phép kinh doanh số 0303588782 do Sở Kế Hoạch và Đầu Tư cấp.

Tên công ty: **AGILITY VN CO., LTD.**

Địa chỉ: 364 đường Cộng Hòa, Phường 13, Quận Tân Bình, Tp.Hồ Chí Minh.

Mã số thuế: 0303588782.

Người ĐDPL: Ông FULVIO MOLETI.

Website: www.agility.com



17/09/2008 Agility Việt Nam ra đời đánh dấu cho sự phát triển mới của Agility trong hoạt động giao nhận hàng hóa xuất nhập khẩu. Việt Nam là một nước đang phát triển và đó cũng là một môi trường sôi động hỗ trợ sự phát triển thương mại ở các nước Đông Dương. Các tuyến đường mà Agility đi qua đã tạo ra cầu nối đáng tin cậy thông qua các dịch vụ vận chuyển thường xuyên kết nối Việt Nam và Campuchia với Malaysia, Singapore, Lào và Thái Lan.

Hệ thống xe tải đảm bảo rằng nguồn cung cấp được giao kịp thời, đúng lúc kể cả trong thời gian cao điểm.

Trong suốt thời gian vận hành công việc, gồm thời điểm không gian và thời gian ở mức cao, Agility có khả năng để đảm bảo rằng các lô hàng đến được đích của họ.

Dịch vụ Agility Việt Nam bao gồm vận tải hàng không và đường biển, phân phối nội địa, hội chợ và sự kiện và hậu cần dự án, và 9,800 mét vuông không gian nhà kho.

Agility Việt Nam đã có cho mình một số chứng nhận như: ISO 9001, ISO 14000/1, OHSAS / An toàn sức khỏe – 18001. Ngoài ra, công ty còn có cho mình giải thưởng Green and Corporate Social Responsibility (CSR) được trao tặng bởi Vietnam Supply Chain Community.

Sau 1 năm hoạt động, 10/03/2009 Agility Việt Nam đã có thêm chi nhánh ở Hà Nội nhằm phục vụ cho công tác giao nhận và đại lý tại các tỉnh phía Bắc.

Chi nhánh Hà Nội.

BRANCH OF AGILITY VIET NAM COMPANY LIMITED

Địa chỉ: Phòng 1001, tầng 10, CMC Tower, số 11 phố Duy Tân, Phường Dịch Vọng Hậu, Quận Cầu Giấy, Hà Nội.

Mã số thuế: 0303588782-002.

Người ĐDPL: Ông FULVIO MOLETI.

Website: www.agility.com

1.1.2 Chức năng và lĩnh vực hoạt động của doanh nghiệp.

➤ Chức năng:

- Thực hiện, ký kết hợp đồng mua bán hàng hóa Quốc Tế để thực hiện chức năng kinh doanh
- Nhận uỷ thác các mặt hàng cho các Công Ty và các Tổ chức kinh tế.
- Quản lý và tổ chức các trạm tiếp nhận và phát hàng lẻ. Tiến hành việc gom, gói hàng, các loại hàng mậu dịch và phi mậu dịch.
- Tổ chức thực hiện các nhiệm vụ có liên quan đến giao nhận vận tải như: thay mặt chủ hàng làm thủ tục xin giấy phép xuất nhập khẩu, làm thủ tục Hải quan, các thủ tục giao nhận tại cảng, giám định, kiểm dịch, sản xuất xuất khẩu, mua bảo hiểm hàng hoá.

➤ Lĩnh vực hoạt động của doanh nghiệp:

Theo chứng nhận nhận đầu tư, công ty kinh doanh các ngành nghề chính là:

- Cung cấp dịch vụ giao nhận hàng hóa xuất nhập khẩu cho các khách hàng trong nước và quốc tế.
- Cung cấp dịch vụ đại lý vận tải đường biển và đường hàng không cho các hãng vận tải và giao nhận trên toàn thế giới (trừ dịch vụ đại lý tàu biển).
- Cung cấp dịch vụ giao nhận vận tải liên quan đến dịch vụ vận tải hàng hóa bằng đường bộ.
- Vận chuyển hàng hóa nội địa, lưu kho và phân phối, thông quan xuất nhập khẩu hàng hóa.
- Hội chợ và Triển lãm và vận chuyển hàng dự án, siêu trường, siêu trọng.

1.1.3 Tầm nhìn và sứ mạng

➤ Tầm nhìn:

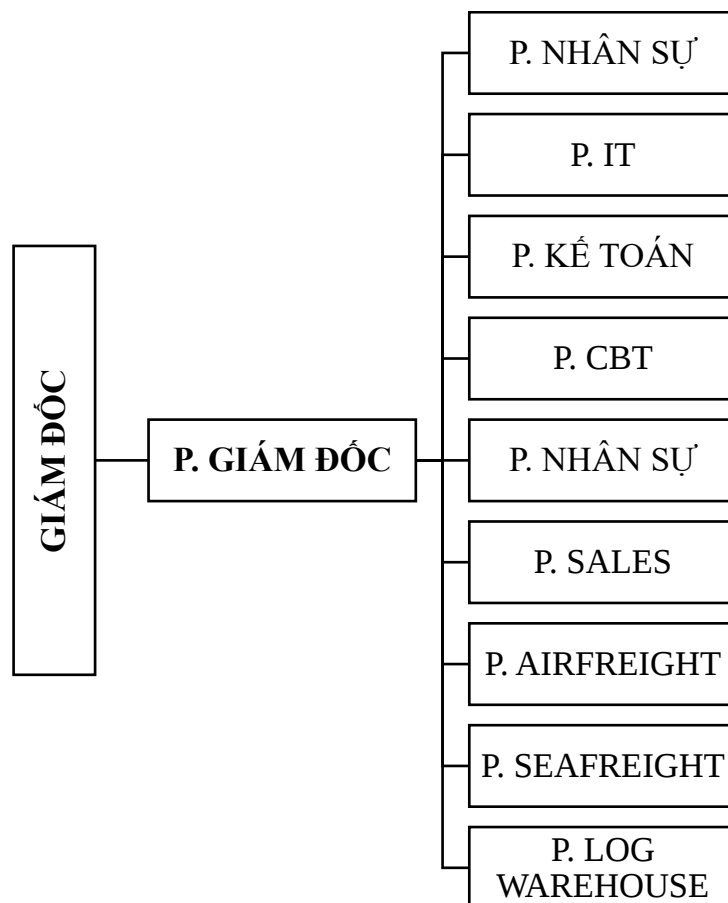
Công ty TNHH Agility Việt Nam hướng tới phát triển trở thành một trong những doanh nghiệp hàng đầu trong dịch vụ logistics. Agility khác biệt bởi mạng lưới toàn cầu và vị trí dẫn đầu tại các thị trường mới nổi; sự sẵn sàng để tùy chỉnh các giải pháp cung cấp cho khách hàng; một nền văn hóa kinh doanh đã dẫn Agility đầu tư và phát triển trong lĩnh vực mà người khác nhìn thấy chủ yếu là rủi ro; và một cam kết sâu sắc để tôn trọng khách hàng của Agility và các cộng đồng xung quanh chúng ta.

➤ **Sứ mệnh:**

Agility Việt Nam là một trong những nhà cung cấp dịch vụ hậu cần trọn gói hàng đầu của đất nước và là chuyên gia trong lĩnh vực vận chuyển chuỗi lạnh và kho lạnh. Agility Việt Nam cung cấp các giải pháp giao nhận hàng hóa, hậu cần hợp đồng và chuỗi cung ứng giúp kết nối doanh nghiệp của bạn với các nhà cung cấp và thị trường trên toàn thế giới. Vận chuyển hàng hóa bằng đường hàng không, đường biển (FCL / LCL), đường bộ và các giải pháp đa phương thức để vận chuyển hàng hóa của bạn. Nhập kho và phân phối đẳng cấp thế giới cho hàng tồn kho. Dịch vụ thông quan và môi giới để hàng hóa của bạn được vận hành suôn sẻ. Các giải pháp hậu cần chuyên dụng trong các cuộc triển lãm và sự kiện cũng như dịch vụ hậu cần cho dự án và vận tải hạng nặng. Công nghệ và công cụ hàng đầu trong ngành của Agility cung cấp khả năng hiển thị ở cấp SKU, nâng cao hiệu quả, giảm chi phí và giảm rủi ro cho chuỗi cung ứng.

1.1.4 Cơ cấu và tổ chức của Công ty.

Biểu đồ 1.1: Sơ đồ cơ cấu tổ chức Công ty.



Nguồn: Phòng Nhân sự.

1.2 Tình hình hoạt động kinh doanh của Công ty từ năm 2018 - 2019.

1.2.1 Tóm tắt kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty năm 2018-2019.

Với thị trường logistics sôi động như hiện nay, mục tiêu trở thành nhà cung cấp dịch vụ logistics hàng đầu tại Việt Nam không phải là một việc dễ dàng. Sức ép cạnh tranh từ các đối thủ, những biến động của nền kinh tế trước cuộc chiến tranh kinh tế Mỹ - Trung khiến tình hình kinh doanh của Agility 3 năm gần đây cũng có nhiều biến động.

Dưới đây là bảng tổng hợp một số chỉ số tài chính của Agility Việt Nam từ 2017 – 2019:

Bảng 1.1: Báo cáo hoạt động kinh doanh của Công ty giai đoạn 2017 – 2019.

Đơn vị: triệu VNĐ.

Chỉ tiêu	Năm 2017	Năm 2018	Năm 2019
Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ	898,021	945,286	1,152,113
Doanh thu hoạt động tài chính	7,542	7,939	502
Giá vốn hàng bán	807,855	850,374	1,044,047
Lợi nhuận gộp về bán hàng và cung cấp dịch vụ	90,166	94,912	108,066
Tổng doanh thu thuần hoạt động kinh doanh	905,564	953,225	1,152,615
Chi phí tài chính	13,107	13,797	5,308
Chi phí quản lý doanh nghiệp	80,725	84,974	86,698
Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh	3,876	4,080	16,561
Thu nhập khác	3,120	3,285	1,261
Chi phí khác	35.83	38	177
Lợi nhuận khác	3,084	3,247	1,084
Tổng lợi nhuận kết toán trước thuế	6,961	7,327	17,645
Lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp	4,221	4,443	11,395
Tỉ suất lợi nhuận thuần (ROS)	0,4661	0,4661	0,9886

Nguồn: Phòng Kế toán, công ty TNHH Agility Việt Nam.

Nhận xét:

– Doanh thu.

Doanh thu thuần năm 2019 đạt 1,152,113 triệu VNĐ tăng 206,827 triệu VNĐ so với năm 2018, hay tăng 20.91%. Trong khi đó tổng doanh thu chỉ tăng 199,390 triệu VNĐ, tăng 20,92%. Sự chênh lệch này là do doanh thu tài chính, doanh thu bán hàng tăng. Năm 2019 hoạt động kinh doanh của công ty tăng nhanh do ảnh hưởng của kinh tế thế giới làm nguồn hàng của các nhà máy ở Việt Nam tăng. Ngoài khách hàng lớn lâu năm thì năm 2019 lượng khách hàng lẻ cũng tăng nhiều bởi uy tín của công ty trên thị trường góp phần giúp cho doanh số tăng đáng kể.

Có thể thấy tổng doanh thu của công ty năm 2018 tăng 47,661 triệu VNĐ so với năm 2017, doanh thu thuần tăng 47,265 triệu VNĐ. Sự chênh lệch này không đáng kể, có thể thấy công ty có những chính sách tốt trong việc cân bằng giữa chi phí và doanh thu.

– Chi phí.

Toàn thế giới là chịu sự khủng hoảng kinh tế đồng thời các chi phí logistics tăng cao và gặp một số khó khăn trong quá trình làm thủ tục thông quan hoạt động xuất, nhập khẩu hàng hóa. Do đó, chi phí cho hoạt động xuất nhập khẩu cũng tương đối cao. Năm 2019 chi phí cho việc quản lý doanh nghiệp tăng không đáng kể nhưng các chi phí khác lại tăng rất nhanh, tăng 139 triệu VNĐ so với năm 2018.

– Vốn.

Cùng với sự mất giá của VNĐ và sự leo thang giá vốn của toàn thị trường, Agility phải tăng giá vốn hàng bán của mình. Một số hãng tàu tăng các chi phí liên quan nên cũng ảnh hưởng không ít đến giá vốn của công ty. Năm 2019 giá vốn tăng 193,673 triệu VNĐ so với năm 2018, tăng 236,192 triệu VNĐ so với năm 2017.

– Lợi nhuận.

Kết quả phân tích của bảng báo cáo cho thấy năm 2019 tổng lợi nhuận sau thuế của công ty tăng mạnh hơn so với năm 2018 (cụ thể tăng 6,952 triệu VNĐ hay tăng 156%, hiệu suất sinh lợi năm 2019 đạt 0,9886% tăng 0,5225% so với 2018).

Công ty vẫn luôn thực hiện nghĩa vụ nộp thuế đầy đủ cho nhà nước. Mặc dù chịu nhiều tác động và ảnh hưởng từ nền kinh tế song công ty vẫn đảm bảo được lợi nhuận cho

hoạt động của công ty. Điều này chứng minh rằng công ty vẫn phát triển tốt trong thời kỳ kinh tế khó khăn hiện nay, hiệu quả kinh doanh của Agility năm 2019 có sự tăng trưởng mạnh so với năm 2017 và 2018.

1.2.2 Kết quả hoạt động kinh doanh hàng xuất của Công ty.

Nhìn chung kết quả kinh doanh hàng xuất đường hàng không quốc tế của công ty TNHH Agility Việt Nam từ năm 2017 đến năm 2019 tăng trưởng khá mạnh, đặc biệt là năm 2019, tình hình kinh doanh của công ty khá khả quan.

1.2.3 Định hướng phát triển của Công ty trong tương lai

- Nâng cao chất lượng dịch vụ trở thành top forwarding
- Phát triển Công ty trên nền tảng công nghệ, ứng dụng phần mềm quản lý, tương tác với khách hàng.
- Mục tiêu lớn nhất của các công ty giao nhận nói chung và Công ty TNHH Agility là tối ưu hóa chi phí để đạt lợi nhuận cao nhất.
- Mở rộng quan hệ giao dịch đối ngoại với các tổ chức giao nhận quốc tế.
- Thu hút được nhiều khách hàng trong và ngoài nước, ngoài ra mở thêm được nhiều đại lý ở các nước để phục vụ cho quy trình xuất nhập khẩu thuận tiện và nhanh chóng hơn.
- Tạo thêm nhiều mối quan hệ với hãng hàng không, Hải quan để phục vụ cho công tác làm thủ tục khai báo và xuất hàng.

1.3 Giới thiệu vị trí, phòng ban làm việc.

1.3.1 Chức năng, nhiệm vụ, cơ cấu phòng Airfreight.

Bộ phận kinh doanh.

Đây là bộ phận trung tâm đầu não quan trọng nhất trong công ty. Nhân viên kinh doanh có nhiệm vụ tìm kiếm khách hàng, chào cước dịch vụ đến đại lý hoặc các khách hàng sao đó xin giá tốt nhất từ các hãng hàng không. Nếu các bên cùng đồng thuận thống nhất các tiêu chí đưa ra thì ký kết hợp đồng giao nhận.

Bộ phận giao nhận.

- Quản lý về công tác chuyên môn, nghiệp vụ xuất nhập khẩu; giao thương quốc tế và hợp tác quốc tế và thực hiện các dịch vụ kinh doanh xuất nhập khẩu.
- Tiếp nhận các thông tin về hàng hóa và các chứng từ liên quan đến hàng hóa để lên tờ khai.

- Kết hợp với phòng kế toán theo dõi công nợ của khách hàng và đại lý hãng tàu.
- Kết hợp với phòng kinh doanh để liên hệ với các đối tác kinh doanh.
- Hỗ trợ khách hàng trong mọi thủ tục nhập hoặc xuất khẩu với mục tiêu là sự thuận tiện và nhanh chóng nhất.

Bộ phận chứng từ.

- Theo dõi, quản lý, lưu trữ các chứng từ, công văn. Báo cáo định kỳ hằng tháng với ban quản lý về lượng hàng trong tháng.
- Thực hiện các hợp đồng chuyên chở xuất nhập khẩu bằng đường biển, đường hàng không.
- Làm các giấy tờ, chứng từ cần thiết cho việc nhập hay xuất hàng.
- Soạn thảo hợp đồng, các điều kiện và thương thảo với đối tác về lô hàng.
- Thường xuyên theo dõi quá trình làm hàng, liên hệ với người giao nhận để thông báo những thông tin cần thiết về lô hàng.
- Nhận booking tàu, container từ các đại lý.
- Sắp xếp lịch tàu, thông báo tình trạng hàng hóa cho khách hàng.

Bộ phận kế toán.

- Lập kế hoạch tài chính, định mức, vốn lưu động cần thiết đảm bảo cho quá trình kinh doanh. Nghiên cứu tình hình thị trường Logistics trong nước và thế giới nhằm điều chỉnh và đưa ra mức giá hợp lý.
- Kiểm tra, kiểm soát việc thu chi, xuất hóa đơn VAT, và thanh toán các khoản nợ, nộp thuế cho nhà nước và trả lương cho nhân viên, lập báo cáo theo định kỳ.

→ Các phòng ban có mối liên hệ mật thiết với nhau, việc gắn kết này nhằm mục đích đẩy mạnh việc kinh doanh, đem lại doanh thu cho Công ty trong bối cảnh thị trường logistics cạnh tranh khốc liệt.

1.3.2 Giới thiệu vị trí Nhân viên nhập liệu chứng từ.

Nhân viên nhập liệu chứng từ:

- Chuẩn bị đầy đủ các bộ tài liệu cho hàng xuất air.
- Cập nhật và đảm bảo tất cả dữ liệu nằm trong hệ thống điện tử nội bộ.
- Truyền dữ liệu vào hệ thống airline.

- Gửi mail thông báo cho đại lý về thông tin lô hàng.
- Xử lý các vấn đề phát sinh về chứng từ (nếu có).

1.3.3 Khái quát những kết quả chính trong quá trình làm việc tại phòng Airfreight .

❖ Những kết quả chính trong quá trình làm việc tại phòng Airfreight.

- Xử lý lượng hàng lớn của Nike và Samsung.
- Xử lý tốt các vấn đề phát sinh trong quá trình vận chuyển hàng hóa.
- Nhận được phản hồi tốt từ khách hàng.

❖ Đề xuất giải pháp để nâng cao chất lượng dịch vụ.

- Tăng cường đào tạo, tập huấn nâng cao năng lực cho cán bộ nhân viên, tạo điều kiện giúp nhân viên không ngừng học hỏi và nghiên cứu thông qua các đợt học tập ngắn hạn ở trong nước.
- Liên tục cập nhật thông tin liên quan đến nghiệp vụ giao nhận như biểu thuế mới, công văn, thông tư mới về quy trình nghiệp vụ hải quan. Đồng thời tìm hiểu, cập nhật thông tin về diễn biến thị trường dịch vụ giao nhận, nhất là biến động giá. Đó là một lợi thế cạnh tranh giành lấy sự lựa chọn của khách hàng sử dụng dịch vụ.
- Thường xuyên theo dõi các phản hồi, đóng góp ý kiến của khách hàng để có thể thay đổi phù hợp với mọi khách hàng khác nhau. Ngoài ra luôn chủ động để phát hiện và nhanh chóng giải quyết các vấn đề xảy ra trong quá trình vận chuyển.

CHƯƠNG 2. ĐÁNH GIÁ NĂNG LỰC CẠNH TRANH VỀ DỊCH VỤ VẬN CHUYỂN HÀNG XUẤT KHẨU HÀNG KHÔNG QUỐC TẾ CỦA CÔNG TY TNHH AGILITY VIỆT NAM.

2.1 Phân tích tình hình hoạt động kinh doanh của Công ty.

2.1.1 Phân tích các yếu tố bên ngoài.

2.1.1.1 Môi trường kinh tế - chính trị - pháp luật.

Các yếu tố của môi trường kinh tế cần xem xét đánh giá bao gồm chính sách tiền tệ, chính sách tài khóa, chu kỳ kinh tế, mức độ tăng trưởng, lạm phát, lãi suất, tỷ giá hối đoái. Những yếu tố này ảnh hưởng lớn tới hoạt động và cách ra quyết định của doanh nghiệp.

Cụ thể:

- Lãi suất tác động lớn đến chi phí vốn và ảnh hưởng tới chiến lược mở rộng phát triển doanh nghiệp.
- Tỷ giá hối đoái tác động lớn đến nguồn cung, chi phí hàng hóa xuất khẩu và giá hàng nhập khẩu.
- Lạm phát ảnh hưởng lớn đến chi phí tiền lương, lãi suất cũng như khiến doanh nghiệp đối mặt với chiến lược ra quyết định tăng giá bán hay giảm chi phí và gặp khó khăn với khoản trả nợ dài hạn tăng thêm khi lạm phát.
- Mức độ tăng trưởng tạo điều kiện cơ hội cho doanh nghiệp phát triển.
- Yếu tố môi trường chính trị và luật pháp chính là yếu tố quan trọng mà doanh nghiệp cần xem xét. Nếu thiếu đi sự ổn định chính trị thì sự phát triển dài hạn, bền vững của doanh nghiệp sẽ bị ảnh hưởng nghiêm trọng. Luật pháp và cơ chế ngành có thể tạo nên ảnh hưởng tích cực hoặc tiêu cực đến việc ra quyết định chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp, tổ chức.

Các yếu tố của môi trường chính trị và luật pháp cần xem xét đánh giá bao gồm bao gồm:

- Sự ổn định chính trị.
- Hệ thống văn bản pháp luật hoàn thiện.
- Luật cạnh tranh, chống độc quyền.
- Các chính sách thuế.
- Luật lao động.

- Các quy định về an toàn, bảo vệ người tiêu dùng, bảo vệ môi trường.
- Quy tắc trong thương mại quốc tế.

2.1.1.2 Cơ chế quản lý nhà nước.

Khi các quy định tăng lên, các công ty vận tải đường hàng không buộc phải tăng chi phí vận chuyển, từ đó khiến giá thành sản phẩm trên thị trường tăng lên.

Cơ sở hạ tầng của Việt Nam có thể giữ được mức tăng trưởng cao ngất ngưỡng trong ngành hàng không sẽ phụ thuộc phần lớn vào việc liệu chính phủ có thể tiếp tục đơn giản hóa các quy định của mình và thúc đẩy các nhà đầu tư nước ngoài trở thành một phần của thị trường này khi nó phát triển hay không. Nhưng rõ ràng ngành hàng không được đặt mục tiêu tăng trưởng mạnh trong nhiều năm tới trên toàn khu vực Đông Nam Á.

2.1.1.3 Cơ sở hạ tầng.

Đến nay, môi trường đã trở thành vấn đề cấp thiết mang tính toàn cầu & đã được đưa vào chiến lược phát triển của các quốc gia trên thế giới. Trong việc thực hiện chiến lược tăng trưởng xanh được đưa ra bởi Ủy ban KT-XH Châu Á Thái Bình Dương Liên Hiệp Quốc (UNESCAP), cơ sở hạ tầng bền vững (bao gồm cả cơ sở hạ tầng logistics) là 1 trong 4 trụ cột quan trọng (các trụ cột khác gồm xanh hóa sản xuất kinh doanh, tiêu dùng bền vững, và thuế xanh). Cơ sở hạ tầng logistics có vai trò đáp ứng các nhu cầu, các hoạt động sản xuất thiết yếu của chuỗi cung ứng là vận chuyển nguyên liệu & thành phẩm, lưu trữ & xử lý hàng hóa cũng như đảm bảo thông tin liên lạc giữa các mắt xích để tạo thành một dây chuyền sản xuất qua các công đoạn.

Theo thống kê, vận tải hàng hóa trong cơ sở hạ tầng logistics chiếm đến 35% lượng năng lượng tiêu thụ trên thế giới. Bên cạnh đó, sự gia tăng ngày một nhiều của các phương tiện và dòng vận tải hàng hóa kéo theo sự tăng lên của lượng khí thải ra môi trường nhất là khi cơ sở hạ tầng logistics cho dòng vận chuyển đó yếu kém và thiếu đồng bộ. Thế nên, cơ sở hạ tầng logistics luôn đóng vai trò quan trọng trong việc hỗ trợ, thúc đẩy, đảm bảo cho hoạt động xanh hóa chuỗi cung ứng của các doanh nghiệp.

Trong chuỗi cung ứng, logistics là hoạt động bắt buộc ở mọi công đoạn, kể từ khi nhập nguyên vật liệu, vận chuyển nguyên vật liệu cho quá trình sản xuất, vận chuyển sản phẩm và lưu trữ kho bãi (Viện nghiên cứu và phát triển logistics Việt Nam, 2011).

Logistics có nhiệm vụ đảm bảo sự sẵn có và thông suốt của hàng hóa & dịch vụ trên thị trường (trong đó cơ sở hạ tầng logistics giữ một vai trò đặc biệt quan trọng).

2.1.1.4 Biến động thời tiết, dịch bệnh.

Biến động thời tiết là một trong những nhân tố có thể gây tổn thất cho doanh nghiệp đặc biệt trong thời tiết giông bão, tàu, máy bay có thể trì hoãn làm cho thời gian giao hàng có thể trễ hơn dự kiến.

Thế giới đang phải đối mặt với sự lây lan nhanh chóng của đại dịch Covid – 19, nền kinh tế thế giới đang là bức tranh ảm đạm. Các hoạt động kinh tế - xã hội bị ngưng trệ do lệnh cách li, phong tỏa, hạn chế đi lại,... làm cho quá trình sản xuất kinh doanh bị gián đoạn do thiếu hụt nguồn cung đầu vào hoặc giảm mạnh đầu ra do sức cầu yếu.

Theo thống kê của Hiệp hội Doanh nghiệp dịch vụ Logistics Việt Nam, với tác động của dịch Covid-19, khoảng 15% doanh nghiệp (DN) giảm 50% doanh thu so với năm 2019 và hơn 50% DN giảm số lượng dịch vụ hậu cần trong nước và quốc tế từ 10 - 30% so với cùng kỳ năm trước.

Theo Tổng cục Thống kê, Hoa Kỳ là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam trong giai đoạn dịch, với kim ngạch đạt 37,9 tỷ USD, tăng 15% so với cùng kỳ năm trước. Tiếp đến là Trung Quốc, đạt 23,5 tỷ USD, tăng 18,4%; thị trường EU đạt 19,5 tỷ USD, giảm 5,9%; thị trường ASEAN đạt 12,8 tỷ USD, giảm 15,4.

2.1.1.5 Đối thủ cạnh tranh.

Hiện nay thị trường Việt Nam có hơn 4000 công ty vận tải và Logistics cung cấp đa dạng các dịch vụ cho doanh nghiệp sản xuất. Các doanh nghiệp Logistics Việt Nam đa phần cung ứng cho khách hàng các dịch vụ cơ bản hoặc đơn lẻ, chủ yếu cạnh tranh về giá, ít giá trị gia tăng. Các dịch vụ khác trong chuỗi dịch vụ logistics như kho bãi, đóng gói bao bì, lưu kho,...chưa được cung ứng và phát triển nhiều. Agility vinh dự thuộc top 15 forwarder có lượng hàng lớn với chất lượng uy tín, cung ứng toàn diện các dịch vụ cho khách hàng từ khâu làm thủ tục vận chuyển hàng hóa cho đến đóng thuế, thanh toán. Hiện tại, Agility đang phải đối đầu với các ông lớn như: Kuehne + Nagel, DSV Panalpina, DB Schenker USA,...là những công ty có lượng hàng hóa và dịch vụ đứng top đầu của Việt Nam. Do đó, Agility không ngừng nhìn nhận những điểm yếu của mình và nâng cao chất lượng dịch vụ, cải tiến công nghệ để có thể vươn mình lên vị thế cao hơn.

2.1.2 Phân tích các yếu tố bên trong.

2.1.2.1 Nguồn nhân lực.

Sự tồn tại và phát triển của một doanh nghiệp phụ thuộc rất lớn vào việc khai thác và sử dụng có hiệu quả nguồn nhân lực. Nhân lực là yếu tố quyết định tới chất lượng dịch vụ, uy tín của công ty vì vậy trong chính sách phát triển của công ty nguồn nhân lực được ưu tiên hàng đầu.

Theo khảo sát của Viện Nghiên cứu Phát triển TP. HCM về chất lượng nhân lực logistics, 53.3% doanh nghiệp thiếu đội ngũ nhân viên có trình độ chuyên môn và kiến thức về logistics, 30% doanh nghiệp phải đào tạo lại nhân viên và chỉ có 6.7% doanh nghiệp hài lòng với chuyên môn của nhân viên. Với sự năng động và sáng tạo, đặc biệt là thế hệ trẻ sẽ giúp cho Công ty rất nhiều trong việc tiếp thu những cái mới, nhạy bén trong việc học hỏi và nâng cao tri thức. Nếu người lãnh đạo biết khai thác những điểm mạnh này thì sẽ góp phần đưa doanh nghiệp phát triển lên một tầm cao mới.

2.1.2.2 Cơ sở vật chất.

Cơ sở hạ tầng, trang thiết bị là một trong những nhân tố làm tăng năng lực cạnh tranh của công ty như là: hệ thống kho bãi, số lượng xe vận chuyển, phương tiện thông tin liên lạc...

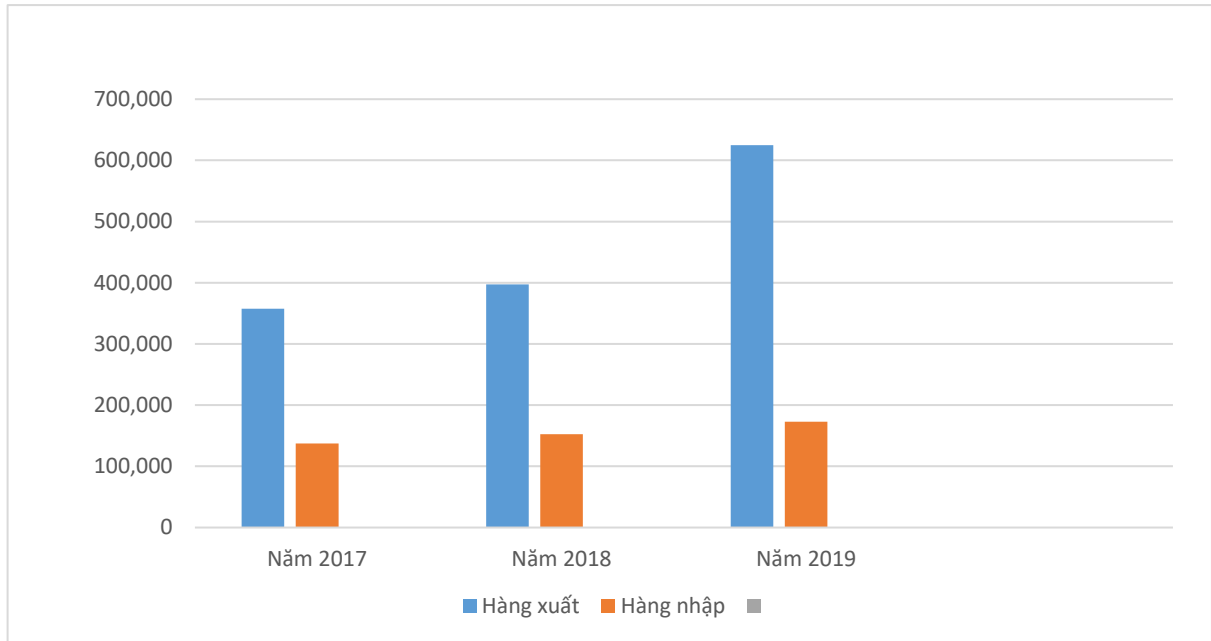
Vì thế Agility đang tiếp tục đầu tư cơ sở vật chất để ngày càng hoàn chỉnh chuỗi dịch vụ theo tiêu chuẩn quốc tế nhằm đáp ứng được tốt hơn các yêu cầu ngày càng cao của khách hàng.

Bên cạnh đó để thúc đẩy tinh thần làm việc của nhân viên tại nơi làm việc thì cơ sở vật chất tại văn phòng cũng phải đảm bảo chất lượng. Từ hệ thống máy tính, thiết bị văn phòng, văn phòng phẩm phải được nâng cấp thường xuyên và kịp thời nhằm đạt được hiệu suất làm việc tốt nhất.

2.1.2.3 Đánh giá hiệu quả hoạt động kinh doanh.

Biểu đồ 2.1: Doanh thu của phòng Airfreight năm 2017-2019.

Đơn vị: triệu VNĐ.



Nguồn: Phòng kế toán, công ty TNHH Agility Việt Nam.

Nhìn chung trong giai đoạn 2017 – 2019, tổng doanh thu của phòng có sự gia tăng mạnh qua các năm với tốc độ tăng trung bình 11% - 45%. Cụ thể, tổng doanh thu năm 2018 đạt 549,942 triệu VNĐ, tăng 54,994 triệu VNĐ so với năm 2017, tương đương 11.11%. Đến năm 2019, tổng doanh thu của phòng đạt 7,977 triệu VNĐ, tăng 2,478 triệu VNĐ so với năm 2018, hay 45.06%. Có thể thấy tốc độ tăng trưởng doanh thu từ năm 2018 so với năm 2019 có sự tăng trưởng khá lớn, với sự cạnh tranh gay gắt giữa các công ty giao nhận hiện nay thì công ty đã giữ vững được tốc độ tăng doanh thu.

Phần lớn doanh thu của công ty đến từ hàng hóa xuất khẩu hơn là hàng hóa nhập khẩu. Doanh thu đến từ xuất khẩu chiếm hơn 2/3 doanh thu từ nhập khẩu. năm 2017, doanh thu nhập khẩu là 1,371 triệu VNĐ trong khi hàng xuất khẩu doanh thu lên đến 3,578 triệu VNĐ, cao gấp 2 lần doanh thu nhập khẩu. Doanh thu hàng nhập khẩu có tăng qua các năm nhưng không đáng kể. Năm 2019, doanh thu từ hoạt động xuất khẩu tăng nhanh, gấp 2 lần so với doanh thu của hoạt động xuất khẩu năm 2018. Tăng từ 3,975 triệu VNĐ lên 6,247 triệu VNĐ.

Có thể nói doanh thu của phòng Airfreight chiếm khoảng 1/3 doanh số của toàn công ty. Trong 3 năm, 2019 là năm công ty có tổng doanh thu và tốc độ tăng trưởng doanh thu cao nhất, nguyên nhân là do cuộc chiến tranh kinh tế Mỹ - Trung làm tăng sản lượng hàng hóa xuất nhập khẩu của Việt Nam. Đồng thời công ty đầu tư nâng cao trang thiết bị máy móc, đầu tư phát triển nguồn nhân lực, hoàn thiện quy trình làm việc cũng góp phần to lớn tạo nên sự tăng doanh thu của phòng giao nhận hàng hóa bằng đường biển.

2.1.3 Phân tích các yếu tố vận hành công nghệ.

Yếu tố công nghệ mang đến cho DN những lợi ích rất lớn như có hệ cải cách kinh doanh, chính sách nhân sự, kết nối các DN với nhau, và còn nhiều thứ khác nữa.

Chính vì những lợi ích đó Công ty cũng đã đầu tư những trang bị những trang thiết bị, phần mềm công nghệ để phục vụ cho nhu cầu của Công ty:

- Phần mềm Outlook.

Nhờ việc áp dụng công nghệ hiện đại trong việc thiết kế hệ thống phần mềm làm việc đồng bộ, tức là mọi nhân viên trong cùng một công ty hoặc phòng ban đều có thể cùng làm việc trên một hệ thống ví dụ như Outlook, góp phần nâng cao hiệu quả công tác kiểm tra và giám sát. Nhằm tăng cường sự kết nối chặt chẽ làm việc nhịp nhàng giữa các phòng ban trong công ty và dễ cấp trên dễ dàng theo dõi lô hàng một cách thuận tiện và dễ dàng khi có sơ suất xảy ra.

- Hệ thống Control.

Hình 2.1 Hệ thống Control quản lý hàng xuất khẩu.

Session A - [27 x 132]

File Edit View Communication Actions Window Help

GBLEPG03 Agility Logistics - LVM 19-03-2021
QPADEV008 Work with Jobs G1 FSBJB1U

Company: LVM Branch: SGN Department: AE
Mode Of Transport : Direction :
Type options and press Enter: 1=Create 2=Change 5=View 18=C & D 11=Dimensions 12=Hazardous 13=Transport Details
14=Document Schedule 15=Component Jobs 16=Customs 17=Costs 18=Charges 19=Doc Chgs 21=Job Notes

Opt	Job Number	Cons ID	Shipper	Consignee	Org Des	ETD	ETA	Pces	Weight	Tax	Ut	Trm	Carr	Units	Unit Number	Typ	T	Job N
---	REC00560P2	SGH5232890	GEDEVN/SGH	GEODE/MUC	SGN MUC	210321	210321	200	2392	3200	CFR	EY	0		AIR M 800			
---	REC00558P0	SGH5232889	GEDEVN/SGH	GEODE/MUC	SGN MUC	220321	220321	135	2938	2938	CFR	SO	0		AIR M 800			
---	REC00555P6	SGH5232888	GEDEVN/SGH	SHANGHAI1	SGN PVG	220321	220321	368	2730	4396	CFR	RH	0		AIR M 800			
---	REC00554P8	SGH5232841	ZEBARSUJAB	ZEBARATEC69	SGN FUT	210321	210321	9	1000	1000	EXW	CI	0		AIR M 800			
---	REC00553P3	SGH5232887	GEDEVN/SGH	GEODS/DFW	SGN DFW	210321	210321	9	1000	1000	CFR	CI	0		AIR M 800			
---	REC00551P3	SGH5232842	ZEBARSUJAB	ZEBARATEC69	SGN FUT	220321	220321	17	2000	2000	EXW	QR	0		AIR M 800			
---	REC00550P5	SGH5232885	GEDEVN/SGH	GEODN/SHA	SGN PVG	220321	220321	304	2755	4442	CFR	RH	0		AIR M 800			
---	REC00549P1	SGH5232884	GEDEVN/SGH	GEODS/DFW	SGN DFW	220321	220321	17	2000	2000	CFR	QR	0		AIR M 800			
---	REC00548P3	SGH5232877	SAMSUNGVI2	SAMSUNG141	SGN AMS	220321	220321	3	0	0	FOB	SO	0		AIR M 800			
---	REC00547P5	SGH5232878	SAMSUNGVI2	SAMSUNG141	SGN AMS	220321	220321	1	0	0	FOB	SO	0		AIR M 800			
---	REC00545P9	SGH5232875	GEDEVN/SGH	GEODR/CDG	SGN CDG	220321	220321	0	0	0	CFR	SO	0		AIR M 800			
---	REC00544P0	SGH5232845	ZEBARSUJAB	ZEBARATEC69	SGN FUT	210321	210321	2	436	436	EXW	VM	0		AIR M 800			
---	REC00542P4	SGH5232862	GEDEVN/SGH	GEODS/DFW	SGN DFW	210321	210321	10	2199	2199	CFR	VM	0		AIR M 800			
---	REC00540P0	SGH5232858	GEDEVN/SGH	GEODS/DFW	SGN DFW	210321	210321	59	2968	9833	CFR	QR	0		AIR M 800			
---	REC00538P6	SGH5232852	GEDEVN/SGH	GEODS/DFW	SGN DFW	210321	210321	49	2898	3320	CFR	EY	0		AIR M 800 *			

This is a subsetting list.
F1=SUFT Link F2=New Job Parameters F3=Exit F4=List F5=Refresh F6=Create F7=View 1
F8=View 2 F9=View 3 F11=DMS Link F12=Cancel F14=Next F15=Previous F17=Air View F24=More FKeys

08/082

902 - Session successfully started

Đây là hệ thống quản lý thông tin hàng xuất. Tất cả dữ liệu hàng xuất sẽ được truyền trực tiếp qua hệ thống đại lý. Đại lý sẽ nhận thông tin lô hàng từ đó hoàn tất các bước còn lại để giao hàng cho người nhận hàng.

2.1.4 Những cân nhắc về thị trường.

2.1.4.1 Thâm nhập thị trường.

Mỗi thị trường có những đặc điểm về kinh tế xã hội, luật pháp, văn hóa, phong tục tập quán khác nhau, điều này tác động rất lớn đến môi trường kinh doanh, tới tâm lý tiêu dùng xã hội, từ đó ảnh hưởng rất nhiều tới việc thâm nhập, mở rộng thị trường của doanh nghiệp. Vì vậy, muốn thâm nhập thị trường công ty cần tiến hành một số công việc như:

- Tăng cường công tác nghiên cứu thị trường. Mỗi doanh nghiệp muốn thành công thì phải am hiểu rõ môi trường mà mình định thâm nhập, cho dù với thị trường quen thuộc nếu không thường xuyên cập nhật những quy định mới thì cũng không thể duy trì hoạt động.
- Tìm hiểu nhu cầu và lượng cầu về dịch vụ của công ty trên các thị trường này đang ở mức nào, khả năng phát triển ra sao bởi có thể một thị trường đang ở dạng tiềm năng nhưng trong tương lai hứa hẹn sẽ rất phát triển

2.1.4.2 Mở rộng thị trường.

Trong tình trạng cạnh tranh gay gắt trên thị trường vận chuyển hàng hóa xuất khẩu bằng đường hàng không, muốn gia nhập, tồn tại và phát triển đồng thời mở rộng thị trường, nâng cao thị phần thì Công ty Agility cần phải có biện pháp để tìm kiếm khách hàng, mở rộng thị trường. Có mở rộng thị trường mới đảm bảo được lợi ích lâu dài của công ty cũng như cán bộ công nhân viên, mới nâng cao được triển vọng phát triển công ty.

2.2 Phương pháp và các bước thực hiện.

2.2.1 Vấn đề nghiên cứu.

- Nghiên cứu tình hình kinh doanh của công ty TNHH Agility Việt Nam và dịch vụ vận chuyển hàng xuất khẩu hàng không quốc tế.
- Phân tích, đánh giá năng lực cạnh tranh dịch vụ vận chuyển hàng xuất khẩu hàng không quốc tế tại công ty TNHH Agility Việt Nam

2.2.2 Cách thức nghiên cứu.

- Xác định những yếu tố và khía cạnh chủ yếu của mỗi áp lực cạnh tranh mà ảnh hưởng đến công ty.
- Đánh giá điểm mạnh và tầm quan trọng của mỗi yếu tố đối với mỗi công ty như thế nào?
- Quyết định tổng hợp sức mạnh của các yếu tố có giá trị để Công ty thâm nhập hay tiếp tục ở lại ngành.

2.2.3 Phương pháp nghiên cứu.

- Phân tích cạnh tranh dựa vào Mô hình năm tác lực cạnh tranh của Porter.
- Xây dựng và đánh giá theo Ma trận cạnh tranh (CPM).

2.2.4 Các dữ liệu cần thu thập.

- Báo cáo hoạt động kinh doanh của Công ty giai đoạn 2017 – 2019.
- Doanh thu hàng xuất của Công ty từ năm 2017-2019.
- Bảng đánh giá các điểm mạnh, điểm yếu của Công ty từ Ban Giám đốc.

2.2.5 Phương pháp nghiên cứu.

- Phân tích cạnh tranh SWOT.
- Phân tích cạnh tranh dựa vào Mô hình năm tác lực cạnh tranh của Porter.

“Mô hình 5 áp lực cạnh tranh (Porter's Five Forces) của Michael Porter là mô hình phân tích chiến lược giúp phân tích một số lực lượng quan trọng ảnh hưởng đến mức độ cạnh tranh trong một ngành.”

“Mô hình 5 áp lực cạnh tranh của Michael Porter được xây dựng trên giả thiết rằng sẽ có 5 lực lượng môi trường ngành ảnh hưởng đến sự phát triển, mức độ cạnh tranh, sức hấp dẫn và lợi nhuận của một ngành hoặc thị trường. Từ đó giúp cho nhà quản trị chiến lược nắm được vị trí của công ty, doanh nghiệp mình đang đứng và định hướng chiến lược để đạt được vị trí mà công ty muốn đạt được trong tương lai.”

- Phân tích ma trận cạnh tranh CPM.

Xác định đối thủ cạnh tranh chính và tiến hành đánh giá ma trận hình ảnh cạnh tranh CPM trên các phương diện: Dịch vụ khách hàng, cạnh tranh về giá, chất lượng dịch vụ, vị thế tài chính, khách hàng trung thành, mở rộng toàn cầu, thị phần, khả năng ứng phó với sự thay đổi, uy tín thương hiệu và chất lượng nguồn nhân lực.

2.2.6 Các bước nghiên cứu.

Bước 1. Nghiên cứu tình hình kinh doanh dịch vụ vận chuyển hàng xuất khẩu hàng không quốc tế.

So sánh các yếu tố điểm mạnh, điểm yếu: dịch vụ khách hàng; khả năng trở thành một đối tác logistics toàn cầu thực sự; chất lượng dịch vụ; vị thế tài chính; ứng dụng công nghệ thông tin; mở rộng toàn cầu; thị phần; khả năng ứng phó với sự thay đổi; uy tín thương hiệu; chất lượng nguồn nhân lực, sau đó tổng hợp đánh giá từ Ban giám đốc từ đó định hướng duy trì lợi thế cạnh tranh của Công ty.

Bảng 2.1: Cơ cấu doanh thu tính theo hàng nhập khẩu và xuất khẩu giai đoạn 2017 – 2019.

Đơn vị: triệu VNĐ.

Chỉ tiêu	Hàng nhập		Hàng xuất		Doanh thu toàn phòng
	Doanh thu	Tỷ trọng (%)	Doanh thu	Tỷ trọng (%)	
2017	137,141	27.71	357,807	72.29	494,948
2018	152,378	27.71	397,564	72.29	549,942
2019	173,024	21.69	624,752	78.31	797,776

Nguồn: Phòng kế toán Công ty TNHH Agility Việt Nam.

Nhìn vào bảng cơ cấu doanh thu của bộ phận hàng nhập và hàng xuất ta có thể thấy sự mất cân đối giữa hai bộ phận này. Phần lớn doanh thu của phòng đến từ hàng xuất khẩu với tỷ trọng gần 80%. Nguyên nhân của sự mất cân đối này là do:

- Bộ phận hàng nhập khẩu luôn nằm trong thế bị động, khi mà đơn hàng phụ thuộc rất nhiều vào các đại lí của Agility ở nước ngoài. Các đại lí nước ngoài có nhiều đơn hàng về Việt Nam thì khối lượng hàng hóa nhập khẩu mới nhiều và ngược lại.
- Đội ngũ sale của công ty vẫn chưa hoạt động mạnh tại thị trường nước ngoài, do đó, họ chỉ có thể tìm kiếm các đơn hàng cho bộ phận hàng hoá xuất khẩu.

Bước 2. Phân tích cạnh tranh (SWOT...).

❖ Điểm mạnh:

- Quy trình được chuẩn hóa

Chứng nhận Hệ thống Quản lý Chất lượng ISO 9001:2008 cho phép công ty tổ chức công tác thực hiện cũng như cam kết về chất lượng và thỏa mãn khách hàng bằng cách liên tục cải tiến hệ thống chất lượng phù hợp với thực tế của một thế giới đang thay đổi.

Quy trình làm việc được sắp xếp một cách khoa học và hợp lí, luôn đảm bảo đáp ứng kịp thời và chất lượng mọi đơn hàng của khách hàng.

- Hệ thống thông tin hiện đại, không ngừng cải tiến.

Đối với một công ty cung cấp dịch vụ logistics như Agility thì hệ thống thông tin là huyết mạch của toàn bộ quy trình xử lý công việc. Hệ thống nội bộ của Agility luôn luôn được cải tiến để đảm bảo các thông tin được truyền đi một cách nhanh chóng và chính xác.

Hệ thống kiểm soát chung kết nối toàn cầu của Agility đã giúp nhân viên tối ưu trong việc xử lý chứng từ. Hệ thống liên tục cải tiến và đổi mới, ngày càng áp dụng những chức năng mới, hiện đại và tiện dụng hơn giúp trao đổi thông tin nhanh chóng và tiện lợi, tiết kiệm thời gian và chi phí.

- Trình độ của đội ngũ nhân viên.

Đội ngũ nhân viên có trình độ chuyên môn cao, trách nhiệm và tâm huyết với Công ty. Trung bình tuổi nghề của nhân viên là 5 năm vì vậy tích lũy được rất nhiều kinh nghiệm làm việc hơn nữa tạo dựng được những mối quan hệ thân thiết với các hãng hàng không, các công ty forwarder khác, giúp cho toàn bộ quá trình xử lý công việc diễn ra nhanh chóng và thuận lợi. Bên cạnh đó, nhân viên được trang bị những kỹ năng giao tiếp, kỹ năng xử lý vấn đề luôn khiến khách hàng hài lòng.

Trình độ ngoại ngữ là một yếu tố cần thiết cho XNK. Hầu hết nhân viên đều có vốn ngoại ngữ khá tốt điều này hỗ trợ rất nhiều cho công việc, từ giao tiếp đến xử lý các vấn đề phát sinh trong quá trình vận chuyển hàng hóa.

- Sự phối hợp giữa các bộ phận.

Sự phối hợp ăn ý, nhịp nhàng giữa các bộ phận như phòng Sales, phòng Kế toán, phòng CBT, phòng logistics, kho bãi,... giúp cho chất lượng công việc luôn được hoàn thành tốt. Tuy mỗi bộ phận có nhiệm vụ và chức năng riêng biệt nhưng lại có mối quan

hệ mật thiết với nhau. Việc liên kết và phối hợp nhịp nhàng giữa các bộ phận là một thế mạnh và điểm cộng cho Công ty.

❖ **Điểm yếu:**

- Hệ thống quản lý Control còn nhiều yếu điểm.

Toàn bộ hệ thống Công ty đang sử dụng chung một hệ thống Control. Điểm hạn chế của hệ thống này là mọi thao tác chỉnh sửa sau lệnh truyền dữ liệu qua hệ thống hãng hàng không sẽ không có hiệu lực. Có nghĩa nếu thông tin lô hàng bị nhập sai trên hệ thống Control thì không có cách nào chỉnh sửa lại ngoài việc điều chỉnh trực tiếp với các hãng hàng không. Điều này gây trở ngại trong quá trình xử lý các lô hàng gấp làm phát sinh chi phí không mong muốn.

- Thiếu nhân lực.

Tình trạng thiếu nhân lực vẫn còn xảy ra vào mùa cao điểm. Lượng hàng vào mùa cao điểm không đều nhau nên gây ra tình trạng thiếu nhân lực. Tạo áp lực cho nhân viên dẫn đến chất lượng dịch vụ không đảm bảo. Nếu tình trạng này không được khắc phục kịp thời có thể dẫn đến mất đi một lượng khách hàng lớn, dẫn đến sự thiếu hụt doanh thu của phòng.

- Thiếu cạnh tranh về giá ở tuyến châu Á.

Vì hàng các tuyến châu Á có sản lượng không lớn, nên giá cả thiếu tính cạnh tranh so với các đối thủ lớn trên thị trường.

❖ **Cơ hội:**

Đánh bắt thời cơ hội nhập của đất nước, công ty đã thu hút các thế hệ trẻ giàu kinh nghiệm, nhằm tích cực xây dựng phát triển công ty, và góp phần xây dựng đất nước. Môi trường thân thiện, cùng hợp tác tạo dựng mối quan hệ với hải quan nhiều hơn để thuận tiện cho việc làm hàng hóa xuất nhập khẩu.

Là doanh nghiệp kinh doanh có uy tín với khách hàng trong và ngoài nước, Công ty đã và đang tạo được sự tin cậy nơi họ. Những khách hàng cũ có những ưu đãi để duy trì mối quan hệ hợp tác lâu dài. Bên cạnh đó, công ty còn đưa ra những chính sách phù hợp thu hút những khách hàng mới thiết lập giao dịch với Công ty.

Với việc Việt Nam gia nhập Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP), công ty có nhiều cơ hội phát triển và tham gia sâu hơn vào những trung tâm giao dịch vận tải thế giới. Do các nền kinh tế của các nước thành viên CPTPP

đều phát triển ở trình độ cao hơn Việt Nam và mang tính bổ sung đối với nền kinh tế Việt Nam, nhập khẩu từ các nước CPTPP chưa có FTA với ta phần lớn là không cạnh tranh trực tiếp, nên với một lộ trình giảm thuế hợp lý, kết hợp với hoàn thiện hệ thống an sinh xã hội, Việt Nam có thể xử lý được các vấn đề xã hội nảy sinh do tham gia CPTPP. Đây được coi là cơ hội lớn để công ty có thể tiếp tục mở rộng thị trường ngoài nước.

❖ **Thách thức:**

Khi Việt Nam gia nhập các Hiệp định Thương mại Tự do trên thế giới, Công ty TNHH Agility Việt Nam cũng phải đối mặt trước những thách thức lớn về chất lượng dịch vụ, ứng dụng công nghệ thông tin và thương mại điện tử, nguồn nhân lực,... Sức ép cạnh tranh cả trên thị trường nội địa và quốc tế khi sự độc quyền trong ngành giao nhận vận tải không còn tồn tại và ngày càng nhiều các doanh nghiệp nước ngoài cùng ngành nghề có lợi thế về kinh nghiệm, uy tín và điều kiện kỹ thuật tham gia vào thị trường Việt Nam. Bên cạnh đó sự ra đời ngày càng nhiều các công ty Logistics và đại lý hãng tàu với những chính sách linh hoạt, sẵn sàng chấp nhận lợi nhuận thấp, chi hoa hồng cao để lôi kéo và giữ khách hàng. Những yếu tố đó ảnh hưởng đáng kể đến tình hình doanh thu của Agility.

Trước tình hình dịch bệnh Covid vẫn chưa được kiểm soát, có thể bùng lại bất cứ lúc nào là áp lực vô hình, bắt buộc đội ngũ nhân viên phải luôn trong tư thế sẵn sàng ứng phó với dịch bệnh nhưng phải đảm bảo được chất lượng dịch vụ cho khách hàng.

Bước 3. Phân tích cạnh tranh dựa vào Mô hình năm tác lực cạnh tranh của Porter.

5 lực lượng cạnh tranh bao gồm: đối thủ cạnh tranh hiện tại, đối thủ cạnh tranh tiềm ẩn, nhà cung ứng, khách hàng và sản phẩm thay thế.

❖ **Đối thủ cạnh tranh hiện tại.**

Cạnh tranh của các Công ty trong ngành thường là yếu tố mạnh nhất của mô hình năm áp lực cạnh tranh. Chiến lược của Công ty được xem là thành công khi có thể đem lại lợi thế cạnh tranh vượt trội so với chiến lược của các đối thủ. Muốn đứng có được vị thế vững vàng trong ngành logistic bắt buộc Công ty phải biết vận dụng các chiến lược như giảm giá, tăng chất lượng dịch vụ, thay đổi để phù hợp với khách hàng và thị trường.

Các Công ty logistics hiện nay mọc lên rất nhiều. Trong những năm gần đây, logistics được xem là một ngành vô cùng “hot”. Đây cũng là một trong những mối đe dọa lớn đối với các doanh nghiệp. Để ngăn chặn các đối thủ cạnh tranh tiềm ẩn này, các nhà chiến lược phải tận dụng những điểm mạnh và cơ hội sẵn có của mình để phản công khi cần.

❖ **Đối thủ cạnh tranh tiềm ẩn.**

Việt Nam là thị trường vô cùng béo bở trong ngành logistics. Tuy nhiên, trong thời gian qua, các doanh nghiệp dịch vụ logistics Việt Nam chưa thực sự tìm được tiếng nói chung với các doanh nghiệp xuất nhập khẩu. Đa phần doanh nghiệp dịch vụ logistics của Việt Nam là doanh nghiệp nhỏ, vốn ít và thiếu cơ sở vật chất như kho tàng, bến bãi, công nghệ thông tin, phương tiện vận chuyển... Không chỉ các DN Việt Nam mà cả nhưng DN nước ngoài cũng nhìn thấy được tiềm năng phát triển của thị trường Việt Nam. Là một thị trường “màu mỡ” của ngành logistics nên các ông lớn trên thế giới luôn tìm cách thâm nhập để thống lĩnh. Đây là điều đáng lo ngại cho các Công ty logistics bây giờ.

Về áp lực cạnh tranh nội bộ ngành, hiện tại ngành logistics Việt Nam là ngành có mức độ cạnh tranh cao. Hiện nay tại thị trường Việt Nam đã có sự hiện diện của 25 trong 30 doanh nghiệp dịch vụ logistics hàng đầu thế giới và các doanh nghiệp này chiếm lĩnh đến khoảng 75% thị phần. Các doanh nghiệp logistics nước ngoài có thương năng lực tài chính vững mạnh, kinh nghiệm quản trị lâu đời, kỹ thuật tiên tiến với hệ thống kho bãi, trang thiết bị hiện đại và mạng lưới kinh doanh rộng lớn tạo ra sức ép cạnh tranh rất lớn đối với các doanh nghiệp trong nước. Một số doanh nghiệp logistics hàng đầu Việt nam như Gemadept, Indotrans, Transimex, TBS Logistics, Sotrans, U&I Logistics, TBS Logistics, Vinalink Logistics, BK Logistics, Vinafco... cũng đang cạnh tranh mạnh mẽ để tiếp tục duy trì và gia tăng thị phần.

Quá trình thực thi cam kết mở cửa dịch vụ logistics trong AEC và quá trình giao thương hàng hóa giữa Việt Nam và ASEAN tăng lên sẽ tạo ra cơ hội gia nhập thị trường cho các doanh nghiệp logistics từ các nước ASEAN. Trong đó, các đối thủ tiềm ẩn sẽ chủ yếu là các doanh nghiệp từ các quốc gia như Singapore, Thái Lan, Malaysia... Trừ Singapore là cường quốc về logistics, doanh nghiệp logistics của các nước ASEAN có trình độ không chênh lệch nhiều so với doanh nghiệp Việt Nam và khi họ gia nhập thị

trường có thể sẽ trở thành đối thủ cạnh tranh trực tiếp với các doanh nghiệp Việt Nam ở phân khúc thị trường doanh nghiệp Việt Nam đang có.

❖ **Nhà cung ứng.**

Các doanh nghiệp logistics Việt Nam chịu sức ép lớn từ nhà cung cấp do hạn chế về nguồn lực. Trong lĩnh vực vận tải, các hãng hàng không là nhà cung cấp có khả năng gây áp lực cao đối với khách hàng. Trong khi đó, các doanh nghiệp logistics Việt Nam phần lớn không có cơ sở vật chất mà chủ yếu thuê ngoài, quy mô dịch vụ nhỏ nên khó có được vị thế đàm phán tốt với các nhà cung cấp.

Vì thế để có mối quan hệ tốt, giữ được hợp đồng dài hạn thì buộc Công ty phải có khách hàng lớn, nguồn hàng ổn định. Việc tạo dựng mối quan hệ tốt sẽ giúp Công ty có được mức giá ưu đãi từ đó sẽ cạnh tranh được với các công ty Xuất nhập khẩu cùng ngành. Một số tiêu chí để chọn nhà cung ứng tốt cho Công ty:

- Giá cả: Chi phí báo giá cho bạn là bao nhiêu? Có hợp lý không? Điều kiện thanh toán họ đưa ra có phù hợp với lượng hàng của bạn không?
- Chất lượng: Với mức giá cả như trên thì chất lượng dịch vụ như thế nào? Hàng hóa có hư hỏng trong quá trình vận chuyển không? Hàng có được giao đúng hạn theo lịch trình các hãng hàng không cung cấp hay không?

❖ **Khách hàng.**

Doanh nghiệp logistics Việt Nam chịu áp lực này tương đối thấp hơn so với các doanh nghiệp nước ngoài. Trong dịch vụ logistics có 2 nhóm khách hàng chủ yếu là khách hàng lẻ và khách hàng lớn – thông thường là nhà phân phối. Các khách hàng lớn có khả năng gây áp lực cao hơn đối với nhà cung cấp về giá cả, thời gian, chất lượng dịch vụ... Doanh nghiệp logistics Việt nam cung cấp dịch vụ chủ yếu cho nhóm khách hàng lẻ, khách hàng nội địa hơn là các khách hàng lớn nên áp lực tương đối thấp hơn. Tuy nhiên, yêu cầu của khách hàng lẻ về chất lượng dịch vụ cũng ngày càng cao hơn theo xu hướng thị trường.

Khách hàng là người quyết định sự sống còn của DN. DN hoạt động dựa trên mục đích làm hài lòng khách hàng. Việc khảo sát mức độ hài lòng của khách hàng sau khi sử dụng dịch vụ là vô cùng cần thiết. Hiểu được nhu cầu khách hàng và làm khách hàng hài lòng là sự thành công của DN.

Hiện tại Agility có 2 khách hàng lớn là Nike và Samsung. Để duy trì được mối quan hệ tốt với hai khách hàng này hiện tại Agility luôn có chính sách ưu đãi về giá, về chất lượng dịch vụ, luôn luôn đặt lợi ích khách hàng lên hàng đầu, luôn trong tư thế sẵn sàng tiếp nhận thông tin và phản hồi một cách nhanh chóng và hiệu quả.

❖ **Sản phẩm thay thế.**

Hiện nay các doanh nghiệp thương mại điện tử lớn tại Việt Nam như Lazada, Tiki, Sendo... có xu hướng tự xây dựng hệ thống logistics riêng. Mặc dù vậy, áp lực của vấn đề này lên đa số các doanh nghiệp Việt Nam hiện tại chưa đáng kể vì đây không phải là phân khúc khách hàng chủ yếu.

Bước 4. Xác định đối thủ cạnh tranh chính và tiến hành đánh giá ma trận hình ảnh cạnh tranh CPM.

❖ **Xác định đối thủ cạnh tranh chính.**

– **DHL.**

Nhắc đến DN ngoại không thể quên "ông lớn" trong lĩnh vực logistics của thế giới là DHL. Ra mắt thị trường Việt Nam vào giữa năm 2017, công ty DHL Việt Nam khẳng định sẽ tiếp tục đầu tư để giành thị phần tại thị trường có gần 100 triệu dân.

Đặc biệt mới đây vào tháng 9/2014, DHL đã khai trương văn phòng, trung tâm khai thác mới với khoản đầu tư lên đến 10 triệu USD tại TP.HCM. Dự án này hoàn thành mở ra một cơ hội phát triển mới cho DHL Việt Nam, tạo điều kiện thuận lợi cho việc nhận và giao hàng, kết nối DHL Việt Nam với mạng lưới của DHL toàn cầu với hơn 220 quốc gia và vùng lãnh thổ. Trải qua thời gian hoạt động gần 26 năm hoạt động tại thị trường Việt Nam, hãng chuyển phát nhanh DHL đã và đang khẳng định được vị thế của mình trong việc trở thành một thương hiệu uy tín, gắn bó mật thiết với đông đảo khách hàng. DHL đã thực hiện các chiến lược sự hợp tác quy mô lớn nhằm mang đến những lợi ích thiết thực hơn cho khách hàng dân cư, nhất là các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở vùng sâu, vùng xa.

– **Expeditior.**

Công ty Expeditors Việt Nam được thành lập năm 1979, là một công ty logistics có trụ sở chính tại Seattle, Washington, USA và các trụ ở các khu vực như Luân Đôn, Dubai, Thượng Hải, Singapore,... Tại Expeditors, công ty tạo ra các giải pháp chuỗi cung ứng tối ưu hóa và tối ưu hóa cho khách hàng với các hệ thống công nghệ thông

nhất được tích hợp thông qua mạng lưới toàn cầu gồm 322 địa điểm tại 103 quốc gia trên sáu lục địa với trên 16,500 nhân viên khắp thế giới. Là một tập đoàn đa quốc gia lớn, Expeditors hiểu vai trò quan trọng của công ty bao gồm:

- Sự an toàn và phúc lợi của nhân viên Expeditors
- Sự bền vững và quản lý đúng đắn các môi trường hoạt động
- Cộng đồng nơi chúng ta sống và làm việc tốt hơn

Công ty đáp ứng thỏa mãn nhu cầu ngày càng tinh vi của thương mại quốc tế thông qua các giải pháp tùy biến và các hệ thống thông tin liên tục liền mạch, giúp khách hàng thuận tiện nhất trong giao dịch. Các dịch vụ của công ty bao gồm hợp nhất và vận chuyển hàng không hoặc hàng hải, môi giới hải quan, hợp nhất nhà cung cấp, bảo hiểm hàng hóa, vận chuyển theo thời gian, quản lý đơn hàng, lưu kho, phân phối và các giải pháp hậu cần.

❖ **Đánh giá ma trận ảnh cạnh tranh CPM.**

Bảng 2.2 Bảng đánh giá ma trận hình ảnh cạnh tranh CPM từ Ban điều hành (Mr. Fulvio Moletti – CEO; Ms. Hoang Thi Ngoc Nguyen – Airfreight Director; Ms. Tran Thi Phuong Thao - Airfreight Manager).

Các yếu tố thành công chính		AGILITY		DHL DGF		EXPEDITOR	
		Xếp loại	Điểm độ quan trọng	Xếp loại	Điểm độ quan trọng	Xếp loại	Điểm độ quan trọng
Dịch vụ khách hàng	0.15	3	0.45	4	0.6	3	0.45
Khả năng trở thành một Đối tác Logistics Toàn cầu thực sự	0.08	4	0.32	4	0.24	4	0.32
Chất lượng dịch vụ	0.08	3	0.24	3	0.24	3	0.24
Vị thế tài chính	0.15	3	0.45	2	0.3	3	0.45

Ứng dụng công nghệ thông tin	0.08	2	0.16	3	0.24	4	0.32
Mở rộng toàn cầu	0.08	3	0.24	3	0.24	3	0.24
Thị phần	0.08	3	0.24	3	0.24	3	0.24
Khả năng ứng phó với sự thay đổi	0.06	4	0.24	3	0.18	3	0.18
Uy tín thương hiệu	0.19	2	0.38	4	0.76	3	0.57
Chất lượng nguồn nhân lực	0.05	3	0.15	2	0.1	3	0.15
Tổng cộng	1		2.87		3.14		3.16

Nguồn: Ban điều hành Công ty.

2.3 Kết quả nghiên cứu chính.

Nhìn chung doanh thu phòng xuất còn phụ thuộc nhiều vào khách hàng cũ. Vì thế Công ty cần đẩy mạnh việc tìm kiếm khách hàng mới có lượng hàng lớn và ổn định.

Hệ thống thông tin còn nhiều khuyết điểm cần nghiên cứu để có những giải pháp khắc phục kịp thời.

Thiếu nhân sự vào mùa cao điểm gây ảnh hưởng đến tiến độ, năng suất công việc.

Theo kết quả ma trận CPM từ Ban điều hành ta thấy rằng hiện tại Agility đang kém ưu thế hơn do với 2 đối thủ lớn là DHL và Expedito về dịch vụ khách hàng, ứng dụng công nghệ thông tin và uy tín thương hiệu.

DHL có hình ảnh thương hiệu tương đối trong ngành logistics. Là Công ty vận chuyển toàn cầu được ISO 9001 chứng nhận tiêu chuẩn quốc tế, DHL luôn luôn phát triển chất lượng dịch vụ của mình để phù hợp với tiêu chuẩn khách hàng.

Hệ thống DHL phủ sóng toàn cầu. Việc phủ sóng này giúp DHL tạo dựng được lòng tin cho khách hàng trong việc vận chuyển và xử lý đơn hàng nhanh gọn và chất lượng.

DHL đi đầu trên thế giới về vận tải đường hàng không, chiếm 12% thị trường thế giới. Một lợi thế khác là họ có tàu bay riêng nên dễ dàng linh hoạt sắp xếp chuyến bay phù hợp với khách hàng của họ.

DHL có mặt tại Việt Nam vào năm 1988. DHL là tập đoàn hàng đầu thế giới về dịch vụ vận tải bằng đường hàng không, nắm giữ 12% trong tổng số thị trường toàn cầu. Hoạt động trên 150 quốc gia và vùng lãnh thổ, cung cấp dịch vụ cá nhân và tất cả các thị trường trọng điểm. Expeditors Việt Nam được thành lập năm 1979. Agility Việt Nam ra đời năm 2008. Sự ra đời khác nhau cho thấy thời gian hoạt động trên thị trường Việt Nam của 2 đối thủ lâu hơn, thâm niên hơn nên thương hiệu của 2 đối thủ nhỉnh hơn Agility Việt Nam

DHL và Expeditor eServices xuất sắc, mỗi khách hàng đều có quyền truy cập vào hệ thống và trực tiếp theo dõi tiến trình lô hàng của mình. Điều này không phải đơn vị vận chuyển nào cũng có. Việc hoạt động lâu năm trên thị trường Việt Nam khiến 2 đối thủ này có kinh nghiệm hơn có sự đầu tư về mặt công nghệ thông tin hơn hẳn. Điều này giúp khách hàng phần nào an tâm hơn về những lô hàng của mình. Chỉ cần có thông tin chính xác của lô hàng, khách hàng dễ dàng theo dõi được vị trí lô hàng là việc vô cùng dễ dàng.

DHL và Expeditor có quy mô toàn cầu, cung cấp các dịch vụ thu hút hầu hết trên thế giới. Họ có một thị trường lớn để kinh doanh do đó có được khoản thu rất lớn.

Họ đầu tư lớn cho Công nghệ thông tin, dịch vụ khách hàng nhằm tạo điều kiện thuận lợi nhất phục vụ cho công việc và làm hài lòng hầu hết mọi khách hàng sử dụng dịch vụ của mình.

Ngoài ra Agility về nguồn nhân lực còn hạn chế về số lượng, chất lượng nhân lực lẫn trình độ công nghệ. Công nghệ thông tin chỉ được áp dụng phổ biến nhất là để khai báo hải quan và định vị GPS, chưa xây dựng được hệ thống hạ tầng công nghệ thông tin về eServices.

CHƯƠNG 3. MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH VỀ DỊCH VỤ VẬN CHUYỂN HÀNG XUẤT KHẨU HÀNG KHÔNG QUỐC TẾ CỦA CÔNG TY TNHH AGILITY VIỆT NAM.

3.1 Mục tiêu, kế hoạch kinh doanh của công ty Agility Việt Nam trong năm 2021.

- Mở rộng thêm chi nhánh Bắc Ninh và Thái Nguyên để thuận lợi cho việc handle hàng Samsung.
- Mở rộng thị phần, chiếm lĩnh 10% của thị trường hàng xuất khẩu bằng đường hàng không tại Việt Nam.
- Mở rộng thêm nhiều dịch vụ theo xu thế thị trường như e-commerce,...
- Mở rộng thêm các lĩnh vực kinh doanh khác của logistics: Mechanical, Supply Chain, Warehousing.
- Các chỉ tiêu kế hoạch năm 2021:
 - Doanh thu: 950,000 triệu VNĐ.
 - Lợi nhuận trước thuế: 250,000 triệu VNĐ.

3.2 Mục tiêu và kế hoạch nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh về dịch vụ vận chuyển hàng xuất khẩu hàng không quốc tế của Công ty Agility Việt Nam qua từng giai đoạn.

- Trong vòng 5 năm tới sẽ nằm và giữ vững vị thế trong top 10 forwarder.
- Thu hút thêm các khách hàng lớn: Adidas, Intel, Riker...
- Tận dụng tối đa thế mạnh của bộ phận Airfreight/Seafreight và các mối quan hệ của group Indochina (Vietnam/Laos/Cambodia) để liên kết hình thức vận tải đa phương tiện để làm giảm giá cước, tăng chất lượng dịch vụ như: Land Air/Sea Air nhằm gia tăng tên tuổi Agility trên thị Trường logistics trong nước và quốc tế.
- Xây dựng thương hiệu: Xây dựng thương hiệu Agility ngày càng phát triển và đủ sức cạnh tranh cả trong và ngoài nước.

3.3 Giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh về dịch vụ vận chuyển hàng xuất khẩu hàng không quốc tế của công ty TNHH Agility Việt Nam.

3.1.1 Giải pháp 1. Về mặt nhân sự.

- Nội dung giải pháp.

Mặc dù hầu hết nhân viên đã có kinh nghiệm trong ngành, nhưng vẫn còn gặp nhiều sai sót trong quá trình xử lý lô hàng như kiểm tra, xử lý chứng từ làm phát sinh chi phí không đáng có cho Công ty. Một số nhân viên chưa nắm vững kiến thức nghiệp vụ, còn thụ động trong việc giải đáp thắc mắc của khách hàng.

Trong một số lô hàng mới bắt buộc cần phải có những giấy chứng nhận cần thiết để xuất hàng, nhưng nhân viên chứng từ không biết hay quên trong quá trình kiểm tra chứng từ, làm mất thời gian và uy tín của Công ty đối với các hãng hàng không vì phải chỉnh sửa bổ sung nhiều lần.

– Kế hoạch thực hiện chi tiết

Nâng cao năng lực chuyên môn của nhân viên, đảm bảo nhân viên hiểu rõ hoạt động kinh doanh dịch vụ đồng thời đáp ứng tốt nhất những yêu cầu của khách hàng đưa ra. Qua đó nhân viên sẽ hoàn thành tốt công việc, xử lý nhanh chóng những yêu cầu, giao tiếp thông minh với khách hàng làm cho hoạt động kinh doanh diễn ra suôn sẻ hơn.

Để đáp ứng nhu cầu trong xu hướng hội nhập với các nước trên thế giới, việc nắm bắt được các quy định mới của Nhà nước sẽ giúp nhân viên làm hàng thông suốt hơn và tiết kiệm thời gian khi phải chỉnh sửa hoặc bổ sung.

Tạo cho nhân viên môi trường làm việc thoải mái, tạo nên sự nhiệt huyết trong công việc cũng như sự trung thành của nhân viên đối với Công ty, giúp cho Công ty bước đầu xây dựng văn hóa của riêng mình.

Thực hiện các chính sách đãi ngộ, phúc lợi, khen thưởng hợp lý để tạo điều kiện gắn bó lâu dài của nhân viên với Công ty. Tạo ra môi trường làm việc năng động, thân thiện. Hoàn thiện các chính sách đề bạt - thăng tiến cho nhân viên xuất sắc. Không ngừng nâng cao cơ cấu tổ chức, tạo tính năng động trong sự phát triển hướng tới sự hưng khởi trong công việc cho nhân viên. Tạo tính cạnh tranh lành mạnh trong từng vị trí công việc để mọi nhân viên có thể phát huy tối đa năng lực của bản thân. Tổ chức các chuyến tham quan du lịch, các phong trào thể dục thể thao theo định kỳ tạo điều kiện cho tất cả nhân viên có cơ hội giao lưu học hỏi, cũng như vui chơi giải trí để tái tạo lại sức lao động.

– Ngân sách thực hiện

Hiện nay có rất nhiều các khóa học nâng cao nghiệp vụ, khóa học ngoại ngữ,... được tổ chức dành cho nhân viên văn phòng theo chuyên ngành họ đang theo học. Công ty có thể tham khảo nhiều khóa học khác nhau đảm bảo chất lượng và chi phí trong khả năng công ty có thể chi trả để đáp ứng được mục tiêu nâng cao chất lượng nhân viên, tối ưu hóa chi phí của doanh nghiệp.

– Kết quả mong đợi

Việc thay đổi nhân sự là việc mà không doanh nghiệp nào mong muốn vì sẽ tốn khá nhiều chi phí để tuyển dụng nhân sự mới. Với ngành đặc thù như Logistics thì việc đào tạo một nhân viên để họ có thể nắm bắt được đầy đủ kiến thức chuyên môn, làm việc thuần thục hao tốn rất nhiều thời gian. Do đó, với việc nâng cao kiến thức chuyên môn cho nhân viên sẽ giúp nhân viên xử lý nhanh chóng các yêu cầu của khách hàng, dịch vụ tốt sẽ thu hút thêm được nhiều khách hàng mới, tăng doanh thu của công ty.

Tạo ra môi trường làm việc chuyên nghiệp, rõ ràng, không có sự dư thừa thời gian trong quá trình làm việc, nhưng các nhân viên sẽ có 15- 20 phút nghỉ giải lao để tăng tinh thần làm việc và giúp cho các vấn đề được giải quyết nhanh chóng không gây ra sự chậm trễ.

3.1.2 Giải pháp 2: Nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng.

– Nội dung giải pháp.

Chất lượng dịch vụ khách hàng là một trong những yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của Công ty. Nền kinh tế thị trường ngày càng mở cửa, đối thủ ngành logistic xuất hiện ngày càng nhiều với chất lượng dịch vụ cao. Vì thế, Công ty cần phải nâng cao chất lượng dịch vụ hơn nữa để giữ chân khách hàng cũ và thu hút khách hàng mới.

– Kế hoạch thực hiện chi tiết

Giải quyết nhanh chóng và kịp thời những thắc mắc và yêu cầu của khách hàng. Nhân viên bộ phận tư vấn phải có thái độ lịch sự, nhã nhặn khi nói chuyện với khách hàng, đây là yêu cầu tối thiểu mà nhân viên tư vấn cần phải có.

Đối với khách hàng quen, công ty nên có sự ưu đãi về giá cả, đảm bảo uy tín về thời gian, chất lượng, thực hiện tốt các dịch vụ mà khách hàng yêu cầu. Thường xuyên trao đổi với khách hàng để thăm dò ý kiến của họ giúp công ty hiểu rõ hơn về nhu cầu của khách hàng. Qua đó kiểm tra đánh giá lại chất lượng dịch vụ của mình giúp cho

công tác củng cố và nâng cao chất lượng dịch vụ của mình được tốt hơn. Những điều này nhằm mục đích duy trì mối quan hệ làm ăn lâu dài với khách hàng.

Không ngừng tìm kiếm khách hàng mới, nên tổ chức hội thảo giữa các công ty để quảng bá thương hiệu, cung cấp các dịch vụ mới của công ty và lắng nghe ý kiến khách hàng. Có chính sách khuyến mãi về giá dịch vụ để thu hút sự chú ý của khách hàng. Đồng thời phải thiết lập mối quan hệ kinh doanh một cách thận trọng và vững chắc.

Công ty nên tăng cường bộ phận sales với đội ngũ nhân viên giàu kinh nghiệm, chuyên nghiệp nhằm phát triển hoạt động logistics ra nhiều lĩnh vực, nghiên cứu tìm hiểu thị trường và điều chỉnh mức giá cho phù hợp, tìm kiếm thêm khách hàng mới, chăm sóc khách hàng và liên kết chặt chẽ với khách hàng.

– Kết quả mong đợi

Mang lại cho khách hàng sự thỏa mãn về chất lượng dịch vụ của công ty cũng như tạo cho họ niềm tin về Công ty.

Thu hút và có thêm nhiều được thêm nhiều khách hàng tiềm năng tăng thêm từ 10-20 khách hàng mỗi tháng, giúp tăng thêm doanh thu của công ty trung bình mỗi tháng khoảng 20,000-35,000 USD.

Tạo mối quan hệ ngày càng thân thiết và gắn bó hơn với các khách hàng thân quen, giữ vững tín nhiệm với khách hàng.

Chất lượng dịch vụ của công ty ngày càng nâng cao, phát triển và đổi mới theo nhu cầu khách hàng.

3.1.3 Giải pháp 3. Về việc ứng dụng công nghệ thông tin.

– Nội dung giải pháp.

Công nghệ thông tin thúc đẩy sự đổi mới. Và đổi mới là con đường dẫn đến thành công kinh doanh của Doanh nghiệp. Hiện tại, Công ty chưa áp dụng triệt để công nghệ thông tin vào quá trình vận hành như theo dõi đơn hàng, quản trị kho theo mã vạch,... Ở nhiều Công ty lớn như DHL, Expedito đã ứng dụng công nghệ thông tin như eServices giúp khách hàng theo dõi tiến trình lô hàng một cách dễ dàng. Hiện tại Agility chưa ứng dụng được mô hình này vào hàng xuất. Mặc khác nâng cao chất lượng dịch vụ bằng cách ứng dụng công nghệ thông tin sẽ rút ngắn thời gian làm một lô hàng, giảm chi phí do quy trình quá dài.

– Kế hoạch thực hiện chi tiết.

Nâng cấp hệ thống Control để truyền tải dữ liệu từ Agility đến các hãng hàng không chính xác hơn, dễ dàng chỉnh sửa thông tin giữa các bên nếu có sự thay đổi và sai lệch thông tin cho lô hàng để tiết kiệm thời gian và chi phí.

Phát triển hệ thống quản lý hàng hóa trong kho bằng cách phát triển ứng dụng tin học quản trị bằng mã vạch, sử dụng các chương trình quản trị kho.

Xây dựng hệ thống theo dõi đơn hàng, cập nhật thường xuyên vị trí và tình trạng hàng hóa cho khách hàng. Mỗi khách hàng sẽ có một tài khoản để truy cập vào hệ thống, từ đó khách hàng dễ dàng kiểm soát và theo dõi được lô hàng của mình trong quá trình vận chuyển.

- Ngân sách thực hiện.

Việc xây dựng hệ thống quản lý bằng công nghệ thông tin có thể tốn rất nhiều chi phí. Chi phí cho việc thiết kế, xây dựng, bảo trì, duy trì hệ thống để hệ thống hoạt động hiệu quả, không bị tấn công là không hề nhỏ, có thể lên đến chục nghìn USD. Tuy nhiên đó chỉ là chi phí đánh đổi để có thể phát triển dịch vụ lâu dài sau này, công ty có thể chỉ tốn lúc đầu nhưng chi phí trong quá trình làm dịch vụ sẽ giảm nhiều.

- Kết quả mong đợi.

Tiết kiệm thời gian, giảm thiểu được những sai sót trong quá trình làm việc, tránh phát sinh những chi phí không đáng có cho Công ty.

Việc ứng dụng công nghệ giúp việc quản lý trở nên dễ dàng hơn.

Tạo dựng lòng tin và tiện lợi để khách hàng có thể biết được tình trạng và vị trí lô hàng của mình.

KẾT LUẬN

Hiện nay, xu thế toàn cầu hóa trên thế giới đang diễn ra mạnh mẽ, vì thế xuất nhập khẩu hàng hóa có vai trò rất quan trọng đối với nền kinh tế của mỗi quốc gia. Riêng đối với Việt Nam, là một nước đang trong giai đoạn phát triển với việc tiến hành công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước.

Sau gần 10 năm hoạt động trong lĩnh vực vận tải quốc tế, công ty TNHH Agility Việt Nam đã có vị trí cho riêng mình trên thương trường và trong tâm trí của khách hàng. Đội ngũ nhân viên không ngừng được nâng cao nghiệp vụ, phát huy năng lực của mình, góp phần giữ vững thị phần cho công ty. Mặc dù trong giai đoạn nền kinh tế có nhiều biến động, nhưng công ty vẫn vững vàng và tiến bước, đem lại nguồn thu cho ngân sách Nhà nước. Ngành xuất nhập khẩu gánh chịu sức ép cạnh tranh rất lớn từ các Công ty nước ngoài, chính vì thế mà mỗi nhân viên của Công ty luôn luôn nỗ lực, làm việc hăng say và nhiệt huyết để đưa Công ty ngày một phát triển, thúc đẩy nền kinh tế đất nước và bắt kịp nền kinh tế nước ngoài.

Vận tải hàng không ngày càng khẳng định sự quan trọng của mình trong việc thúc đẩy nền kinh tế, văn hóa, xã hội... Ngày nay, không chỉ riêng Công ty TNHH Agility Việt Nam mà ngày càng có nhiều các công ty cung cấp dịch vụ vận tải đường hàng không quốc tế xuất hiện trên thị trường, khiến thị trường sôi nổi hơn bao giờ hết, điều này đồng nghĩa với việc Agility Việt Nam tạo cho mình một chỗ đứng vững chắc trên thị trường. Em tin rằng với bề dày kinh nghiệm của Ban lãnh đạo Công ty cùng đội ngũ cán bộ nhân viên năng động, nhiệt huyết sẽ giúp Công ty ngày càng vững mạnh hơn và trở thành top forwarding.

Trong thời gian gắn bó làm việc tại Công ty, dưới sự giúp đỡ của các anh, chị trong Phòng Airfreight em đã học hỏi được nhiều kinh nghiệm, đúc kết được nhiều vấn đề bổ ích liên quan đến nghiệp vụ hàng xuất khẩu. Tuy nhiên, do kiến thức còn hạn hẹp, khả năng quan sát, tiếp thu còn hạn chế nên không tránh khỏi những thiếu sót khi nhìn nhận và viết báo cáo cũng như khi nhận xét, kiến nghị. Em xin đón nhận những ý kiến, nhận xét đóng góp, sửa đổi của Giám đốc, của các anh, chị trong Công ty và của các thầy cô trong khoa để có thể hoàn thiện tốt nhiệm vụ của mình. Hy vọng Công ty Agility Việt Nam ngày càng phát triển thịnh vượng hơn nữa trong tương lai.

Một lần nữa em xin chân thành cảm ơn Quý Thầy, Cô cùng toàn thể các anh chị và Ban Giám đốc công ty đã giúp em hoàn thành chương trình thực tập và bài báo cáo này.

Em xin chân thành cảm ơn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Giáo Sư Fred R. David - Quản Trị Chiến Lược: Khái luận và các tình huống
2. Võ Thanh Thu, 2012. Quan hệ kinh tế quốc tế, TP. Hồ Chí Minh: Nhà xuất bản Tổng hợp
3. Công ty TNHH Agility Việt Nam, tài liệu của phòng nhân sự, phòng kế toán và phòng xuất nhập khẩu đường hàng không
4. Bộ Công Thương, Báo cáo Logistics Việt Nam 2019: Nhà xuất bản Công thương
5. Website: <https://baodautu.vn/>
6. Website: <https://trungtamwto.vn/>
7. Website: <https://moit.gov.vn/>
8. Báo cáo tài chính năm 2017
9. Báo cáo tài chính năm 2018
10. Báo cáo tài chính năm 2019
11. Tài liệu Phòng Kế toán – Công ty TNHH Agility
12. Tài liệu Phòng Airfreight – Công ty TNHH Agility

ORIGINALITY REPORT

18%

SIMILARITY INDEX

16%

INTERNET SOURCES

14%

PUBLICATIONS

9%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to National Economics University Student Paper	3%
2	www.ctu.edu.vn Internet Source	2%
3	dnbvietnam.com Internet Source	2%
4	tai-lieu.com Internet Source	1%
5	tapchi.ftu.edu.vn Internet Source	1%
6	gass.edu.vn Internet Source	1%
7	azsolutions.vn Internet Source	1%
8	www.slideshare.net Internet Source	1%
9	luanvan.net.vn Internet Source	1%

10	chuyenphatnhanhquocte.com.vn Internet Source	1%
11	phucgia.com.vn Internet Source	1%
12	Submitted to University of Economics Ho Chi Minh Student Paper	1%
13	luanvan.co Internet Source	1%
14	Submitted to Hoa Sen University Student Paper	1%
15	tailieu.vn Internet Source	1%
16	Submitted to Ho Chi Minh University of Technology and Education Student Paper	1%

Exclude quotes On

Exclude matches

< 100 words

Exclude bibliography On