

# QUẢN LÝ VÀ KIỂM SOÁT CHI PHÍ HẬU CẦN CỦA CÁC DOANH NGHIỆP THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ XUYÊN BIÊN GIỚI

● PHẠM THỊ MAI QUYÊN

## TÓM TẮT:

Thương mại điện tử xuyên biên giới đã thúc đẩy quá trình chuyển đổi hậu cần xuyên biên giới từ phương thức vận chuyển hàng loạt với số lượng lớn trước đây, sang phương thức dịch vụ chuyên nghiệp gồm nhiều lô hàng và ít chủng loại hơn; đồng thời đưa ra các yêu cầu và tiêu chuẩn mới về vận chuyển và kho bãi trong dịch vụ hậu cần xuyên biên giới. Thương mại điện tử xuyên biên giới khác thương mại điện tử nội địa ở chỗ, liên kết hậu cần phức tạp, thời gian vận chuyển kéo dài, làm tăng chi phí đầu vào và khó nâng cao hiệu quả dịch vụ. Do vậy, bài nghiên cứu phân tích thực trạng kiểm soát chi phí hậu cần doanh nghiệp thương mại điện tử xuyên biên giới, từ đó, đề xuất các biện pháp kiểm soát quản lý cụ thể nhằm nâng cao toàn diện trình độ kiểm soát chi phí hậu cần doanh nghiệp thương mại điện tử xuyên biên giới.

**Từ khóa:** thương mại điện tử xuyên biên giới, chi phí hậu cần, doanh nghiệp thương mại điện tử.

## 1. Đặt vấn đề

Thương mại điện tử là xu hướng tất yếu gắn liền với cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 của các nước trên thế giới và Việt Nam cũng không nằm ngoài xu thế đó. Trong đó, thương mại điện tử xuyên biên giới đang trở thành yếu tố cốt lõi và là xu thế tất yếu của kinh tế toàn cầu, là kênh hữu hiệu, tạo cơ hội cho doanh nghiệp xuất khẩu ra thế giới. Tuy nhiên, do ảnh hưởng của nhiều yếu tố bên trong và bên ngoài, những năm gần đây, tình

trạng cạnh tranh trong ngành Thương mại điện tử xuyên biên giới ngày càng trở nên gay gắt. Làm thế nào để nâng cao năng lực cạnh tranh cốt lõi của các doanh nghiệp thương mại điện tử, tìm kiếm nhiều lợi ích kinh tế hơn cho các doanh nghiệp đã nhận được sự quan tâm của nhiều nhà nghiên cứu. Trong đó, việc phân tích và nghiên cứu công tác quản lý và kiểm soát chi phí hậu cần của các doanh nghiệp thương mại điện tử xuyên biên giới có ý nghĩa quan trọng.

## **2. Thực trạng quản lý và kiểm soát chi phí hậu cần của các doanh nghiệp thương mại điện tử xuyên biên giới tại Việt Nam**

### **2.1. Nhận thức về kiểm soát chi phí hậu cần chưa được coi trọng**

Các dự án kinh doanh và liên kết kinh doanh của các công ty thương mại điện tử xuyên biên giới tương đối phức tạp, chi phí đầu vào của họ đến từ nhiều nguồn khác nhau. Tuy nhiên, nhận thức về kiểm soát chi phí hậu cần chưa được coi trọng. Do vậy, một số công ty thương mại điện tử xuyên biên giới vẫn chưa hình thành được phương pháp quản lý và mô hình quản lý thực tiễn. Bên cạnh đó, việc quản lý và kiểm soát chi phí logistics chưa gắn với chiến lược phát triển của doanh nghiệp, nên công tác quản lý và kiểm soát chi phí logistics của doanh nghiệp không được thực hiện một cách bài bản. Do đó, nếu cứ tiếp tục như vậy sẽ làm suy yếu khả năng kiểm soát chi phí hậu cần của doanh nghiệp, khó hình thành ý thức quản lý và kiểm soát chặt chẽ, ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả chung của công tác quản lý và kiểm soát chi phí hậu cần.

### **2.2. Hệ thống quản lý không đủ kiện**

Một vấn đề phổ biến hiện nay là hệ thống kiểm soát chi phí của các công ty thương mại điện tử xuyên biên giới tại Việt Nam không hoàn hảo. Tại một số công ty thương mại điện tử xuyên biên giới có quy mô nhỏ và vốn đầu tư thấp, các liên kết quản lý và kiểm soát chi phí hậu cần đã bị bỏ qua, dẫn đến việc chi phí đầu vào tăng mạnh, gây khó khăn cho việc thực hiện kiểm soát quản lý chi phí và thậm chí còn tác động cực kỳ bất lợi đến sự phát triển của các công việc khác trong tương lai. Mặc dù một số công ty thương mại điện tử xuyên biên giới đã thiết lập hệ thống kiểm soát chi phí nội bộ, nhưng việc triển khai vẫn chưa đầy đủ, không chỉ cản trở nghiêm trọng đến sự phát triển lâu dài của doanh nghiệp, mà còn có thể ảnh hưởng đến cả quá trình cải cách của ngành Thương mại điện tử.

### **2.3. Phương pháp kiểm soát không đủ hợp lý**

Theo loại hình thức, phương thức giao hàng của các công ty thương mại điện tử xuyên biên giới được chia thành 2 loại giao hàng tại kho nước ngoài và tự giao hàng. Đặc biệt, giao hàng tại kho nước ngoài là một trong những phương thức vận chuyển mà các công ty thương mại điện tử xuyên biên giới thường sử dụng, thích hợp với việc bán sản phẩm với số lượng lớn. Chi phí hậu cần của việc tự giao hàng thường tập trung giữa sản phẩm 1 chiều và khách hàng. Giao hàng tại kho nước ngoài có thể lấp đầy những thiếu sót và hạn chế của mô hình tự giao hàng, đồng thời có thể kiểm soát chi phí đầu vào trong lĩnh vực hậu cần và quá trình vận chuyển, tuy nhiên có khả năng phát sinh chi phí nhập kho sau này. Và khi công ty hậu cần đánh giá không đầy đủ về khả năng như hoạt động chuyên chở của công ty và các tuyến đường, nó có thể gây ra các vấn đề tồn đọng do hậu cần bị giam giữ vì mắc những vi phạm trong quá trình vận tải hàng hóa. Đây cũng là những nguyên nhân làm tăng gián tiếp chi phí đầu vào.

### **2.4. Tốc độ giao nhận chậm**

Doanh nghiệp vừa và nhỏ do thực lực kinh tế yếu, nên khó xây dựng được hệ thống chuỗi cung ứng kho bãi hoàn chỉnh, dẫn đến hậu cần và phân phối chưa hoàn chỉnh, năng lực vận chuyển yếu kém và hiệu quả phân phối hàng hóa thấp,... Khi vấn đề này không được giải quyết triệt để sẽ ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng, đồng thời dẫn đến chi phí hậu cần của doanh nghiệp tăng lên đáng kể và ảnh hưởng trực tiếp đến lợi ích kinh tế chung của doanh nghiệp. Bên cạnh đó, trình độ quản lý của nhà cung cấp sản phẩm cũng là một trong những yếu tố cốt lõi làm ảnh hưởng đến chi phí hậu cần của các công ty thương mại điện tử. Việc cung cấp không đủ từ các nhà cung cấp sản phẩm hoặc thời gian cung cấp đã thỏa thuận bị bỏ lỡ cũng ảnh hưởng đến thời gian giao hàng của các công ty hậu cần, gây thiệt hại kinh tế cho các công ty thương mại điện tử xuyên biên giới.

### **3. Các điểm chính của quản lý và kiểm soát chi phí hậu cần doanh nghiệp thương mại điện tử xuyên biên giới**

Như đã đề cập ở phần trên, nhận thức được thực trạng kiểm soát chi phí hậu cần của các doanh nghiệp thương mại điện tử xuyên biên giới tại Việt Nam trên quan điểm nâng cao hiệu quả kiểm soát chi phí, cần phải áp dụng các phương pháp kiểm soát kịp thời và hiệu quả. Các phương pháp kiểm soát cụ thể được đề xuất như sau:

#### **3.1. Nâng cao nhận thức về kiểm soát chi phí hậu cần**

Trong quá trình thực hiện công việc quản lý và kiểm soát, các công ty thương mại điện tử xuyên biên giới có liên quan phải tuân thủ nguyên tắc căn cứ vào tình hình thực tế; coi trọng quản lý và kiểm soát chi phí hậu cần; nhận thức được sự cần thiết và tầm quan trọng của việc quản lý, kiểm soát chi phí hậu cần từ gốc. Tập trung vào việc thiết lập nhận thức về quản lý và kiểm soát chi phí của ban lãnh đạo công ty từ đội ngũ lãnh đạo đến toàn thể nhân viên, tích hợp quản lý và kiểm soát chi phí hậu cần vào chiến lược phát triển doanh nghiệp. Lấy mục tiêu phát triển chiến lược làm “kim chỉ nam” để xây dựng và thực hiện kế hoạch kiểm soát chi phí tương ứng. Trong quá trình quản lý và kiểm soát cụ thể đầu vào chi phí logistics, cần xem xét toàn diện các yếu tố ảnh hưởng khác nhau, bao gồm đầu vào chi phí logistics và vận tải, mức độ dịch vụ và hiệu quả công việc.

#### **3.2. Chú ý đến quản lý chuỗi cung ứng hậu cần**

Cả mạng lưới vận chuyển và mạng lưới bán hàng đều là những thành phần chính của mạng lưới chuỗi cung ứng, cho thấy rằng, bán lẻ, phân phối, sản xuất, kho bãi và vận chuyển đều là những mắt xích quan trọng trong chuỗi cung ứng và việc quản lý chuỗi cung ứng thường yêu cầu các liên kết trên như một tổng thể. Từ quan điểm của hậu cần, quản lý chuỗi cung ứng có thể được kết hợp một cách hiệu quả với các phương pháp quản lý khác nhau. Do quá trình toàn cầu hóa diễn ra ngày càng sâu rộng và sự phát triển nhanh

chóng của thương mại quốc tế, động lực phát triển hậu cần quốc tế ngày càng tăng cao, đặc biệt là quy mô của các ngành sản xuất nước ta ngày càng lớn, đã thúc đẩy thương mại điện tử xuyên biên giới và ngành hậu cần đứng trước nhiều cơ hội phát triển hơn. Để kiểm soát hiệu quả chi phí hậu cần, các công ty thương mại điện tử xuyên biên giới có liên quan phải tiếp tục tăng cường quản lý chuỗi cung ứng, coi công nghệ thông tin là hỗ trợ kỹ thuật cho quản lý chuỗi cung ứng và thậm chí sử dụng linh hoạt nhiều loại công nghệ mới nổi để nâng cao hơn nữa sự thông minh hóa các cấp quản lý hậu cần, giúp kiểm soát chi phí hậu cần tổng thể và hiệu quả.

#### **3.3. Xây dựng kiện toàn hệ thống quản lý**

Trong quá trình thực hiện công việc quản lý và kiểm soát, các công ty thương mại điện tử xuyên biên giới phải tiếp tục đổi mới khái niệm công việc về kiểm soát chi phí hậu cần, tích cực đưa ra các khái niệm quản lý hiện đại, tiếp tục tối ưu hóa mô hình kiểm soát chi phí, phong phú hơn các phương pháp kiểm soát chi phí. Việc thiết lập một hệ thống quản lý và kiểm soát chi phí hợp lý được coi là nền tảng vững chắc và là điều kiện tiên quyết để đảm bảo sự phát triển có trật tự của các nhiệm vụ khác nhau. Đồng thời, làm tốt công tác hạch toán chi phí, xem xét toàn diện các yếu tố khác nhau như thời gian đến của hàng hóa và chất lượng đóng gói, lập kế hoạch kiểm soát chi phí hợp lý, điền cẩn thận mã vận đơn vận chuyển hàng hóa và chuẩn bị cho giai đoạn đầu vận chuyển hàng hóa. Ngoài ra, cần sử dụng công nghệ thông tin trong quá trình vận chuyển hàng hóa để theo dõi và giám sát việc vận chuyển hàng hóa trong thời gian thực tế giao hàng và loại bỏ các yếu tố rủi ro ảnh hưởng đến việc hàng hóa đến đúng giờ.

#### **3.4. Tiêu chuẩn hóa việc lựa chọn các công ty hậu cần**

Trong quá trình quản lý và kiểm soát thực tế, các công ty thương mại điện tử xuyên biên giới phải lựa chọn các công ty hậu cần phù hợp, ưu

tiên các công ty hậu cần quy mô lớn, có trình độ chuyên môn cao, giàu kinh nghiệm lưu thông, thông tin nhanh, có tiềm lực tài chính mạnh và quy mô lớn. Điều này không chỉ đảm bảo giao hàng chính xác, mà còn có thể giảm đáng kể thiệt hại kinh tế khác nhau gây ra bởi hậu cần kém. Đồng thời, các doanh nghiệp hậu cần có trình độ chuyên môn cao có lợi thế ứng dụng trong cả quản lý hệ thống thông tin và xây dựng thông tin. Việc phát huy hết lợi thế ứng dụng của mình có thể tạo điều kiện thuận lợi cho việc truy vấn và giám sát quy trình hậu cần theo thời gian thực tế của các công ty thương mại điện tử. Ngoài ra, các công ty thương mại điện tử có thể phân tích và so sánh khối lượng vận chuyển, lịch sử của các công ty hậu cần và các dữ liệu khác để lựa chọn các công ty có chi phí đầu vào thấp, có tính đến thời gian giao hàng và chất lượng lưu trữ hàng hóa.

### **3.5. Kiểm soát hợp lý tần suất giao hàng**

Các công ty thương mại điện tử có thể quản lý và kiểm soát chi phí hậu cần bằng cách kiểm soát tần suất xuất hàng. Hiện tại, hầu hết các nền tảng thương mại điện tử ở nước ta chủ yếu là các doanh nghiệp thương mại, năng lực sản xuất độc lập còn tương đối yếu dẫn đến nguồn hàng không chủ động. Do đó, các doanh nghiệp thương mại điện tử

xuyên biên giới thường phải phân tích toàn diện trình độ và thông tin của nhà cung cấp như kho hàng, giá cả và số lượng đặt hàng tối thiểu để đảm bảo độ tin cậy và ổn định của chu kỳ cung ứng và nguồn hàng. Đồng thời, trong thời gian giao nhận hàng ở nước ngoài, việc lập kế hoạch và kiểm soát tần suất, số lượng lô hàng phải được thực hiện thường xuyên, hợp lý, tránh xảy ra tình trạng tồn đọng hàng lớn và duy trì dòng tiền của doanh nghiệp được thông suốt.

### **4. Kết luận**

Trước tình hình cạnh tranh giữa các công ty thương mại điện tử xuyên biên giới ngày càng gay gắt, nếu bỏ qua việc kiểm soát chi phí hậu cần, thì chi phí đầu vào sẽ tăng lên, ảnh hưởng tiêu cực tới sự phát triển lâu dài của công ty. Do đó, các công ty thương mại điện tử xuyên biên giới cần phải tăng cường năng lực cạnh tranh cốt lõi, tăng cường kiểm soát chi phí trong từng liên kết và cấp độ kinh doanh, đặc biệt là trong liên kết hậu cần và thúc đẩy mạnh mẽ chuỗi cung ứng; Thiết lập chế độ quản lý, nâng cao ý thức kiểm soát chi phí, xây dựng hệ thống kiểm soát chi phí hoàn chỉnh và đạt được kiểm soát hợp; Chú trọng giám sát hiệu quả các công ty hậu cần và tần suất giao hàng, đồng thời cải thiện toàn diện hơn nữa mức độ kiểm soát chi phí của doanh nghiệp ■

## **TÀI LIỆU THAM KHẢO:**

1. Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam. (2020). Báo cáo chỉ số thương mại điện tử Việt Nam 2020. Truy cập tại <https://drive.google.com/file/d/1kQGoZGRWg4GRd75CY-TxKTNP3iaJBDTZ/view>
2. Hiệp hội Thương mại điện tử Việt Nam. (2020). Việt Nam - Thương mại điện tử tăng tốc sau đại dịch Covid - 19. Truy cập tại [https://drive.google.com/file/d/1Z3HesM54w0r4ky9r7Tq1b3XU\\_sR2QDpu/view](https://drive.google.com/file/d/1Z3HesM54w0r4ky9r7Tq1b3XU_sR2QDpu/view)
3. Tổng cục Hải quan. (2019). Xây dựng Đề án quản lý hoạt động thương mại điện tử xuyên biên giới. Truy cập tại <https://www.customs.gov.vn/Lists/TinHoatDong/ViewDetails.aspx?ID=28542&Category=Tin%20n%E1%BB%95i%20b%E1%BA%ADt>
4. Vũ Duy Nguyên. (2020). Phát triển thương mại điện tử xuyên biên giới hậu Covid - 19 và gợi mở chính sách cho Việt Nam. *Tạp chí Tài chính*, 731, 52-58.

**Ngày nhận bài: 4/5/2021**

**Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 4/6/2021**

**Ngày chấp nhận đăng bài: 14/6/2021**

*Thông tin tác giả:*

**PHẠM THỊ MAI QUYÊN**

**Khoa Kinh tế - Quản lý, Đại học Điện lực**

## **MANAGING AND CONTROLLING LOGISTICS COSTS AT CROSS-BORDER E-COMMERCE ENTERPRISES**

● **PHAM THI MAI QUYEN**

Faculty of Economics - Management  
Electric Power University

### **ABSTRACT:**

Cross-border e-commerce has accelerated the transition of cross-border logistics from the bulk shipping method to the professional service mode with multiple shipments and fewer categories. The development of cross-border e-commerce has also brought new requirements and standards for transportation and warehousing of cross-border logistics. The cross-border e-commerce differs from the domestic e-commerce as the cross-border e-commerce logistics links are more complicated and the transportation time is longer. These issues make the input cost of cross-border e-commerce higher and it is difficult to improve the efficiency of cross-border e-commerce. This paper analyzes the current situation of controlling logistics costs at cross-border e-commerce enterprises, thereby proposing specific management measures to comprehensively improve the logistics cost management efficiency of cross-border e-commerce enterprises.

**Keywords:** cross-border e-commerce, logistics costs, e-commerce enterprises.