

The Saigon International  
University



Khóa luận  
tốt nghiệp

# **BÁO CÁO THỰC TẬP TỐT NGHIỆP**

*Ngành  
Kinh tế đối ngoại*

**GIẢI PHÁP NÂNG CAO DỊCH VỤ VẬN CHUYỂN PHÁT  
NHANH TẠI CÔNG TY ACE**

*Sinh viên: Nguyễn Thị Anh Thư  
MSSV : 64012002085*

*Giáo viên hướng dẫn : Mai Văn Thành*



**The Saigon  
International  
University**

**Lewis Campus**

Email: [admission@siu.edu.vn](mailto:admission@siu.edu.vn)  
Website: [www.siu.edu.vn](http://www.siu.edu.vn)

---

**MỤC LỤC**

DANH MỤC BẢNG, SƠ ĐỒ .....	
i .....	6
DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT .....	
ii LỜI MỞ ĐẦU .....	1
1. Lý do chọn đề tài.....	1
2. Mục tiêu nghiên cứu.....	2
2.1. Mục tiêu chung.....	2
2.2. Mục tiêu cụ thể.....	2
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu .....	2
3.1. Đối tượng nghiên cứu .....	2
3.2. Phạm vi nghiên cứu.....	3
4. Phương pháp nghiên cứu .....	3
4.1. Phương pháp thu thập dữ liệu .....	3
4.2. Phương pháp phân tích dữ liệu .....	3
5. Kết cấu đề tài.....	4
CHƯƠNG 1: NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ DỊCH VỤ VẬN CHUYỂN PHÁT NHANH .....	4
1.1. Lý luận tổng quan về dịch vụ.....	4
1.1.1. Khái niệm về dịch vụ .....	4
1.1.2. Đặc điểm của dịch vụ.....	5
1.2. Dịch vụ vận chuyển phát nhanh.....	6
1.2.1. Khái niệm dịch vụ vận chuyển phát nhanh .....	6
1.2.2. Đặc điểm dịch vụ vận chuyển phát nhanh.....	7
1.2.3. Vai trò của dịch vụ vận chuyển phát nhanh.....	11
1.3. Những yếu tố ảnh hưởng đến dịch vụ vận chuyển phát nhanh .....	14
1.3.1. Các yếu tố bên ngoài.....	14
1.3.2. Các yếu tố bên trong .....	18
1.4. Các nghiên cứu có liên quan.....	20
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG GIẢI PHÁP NÂNG CAO DỊCH VỤ VẬN CHUYỂN PHÁT NHANH TẠI CÔNG TY ACE.....	23
2.1. Giới thiệu tổng quan về công ty ACE.....	23
2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển của công ty ACE .....	23
2.1.2. Tôn chỉ hoạt động kinh doanh của ACE.....	24
2.1.3. Hoạt động kinh doanh của công ty ACE .....	25

2.1.4. Cơ cấu tổ chức nhân sự.....	26
2.1.5. Kết quả hoạt động kinh doanh dịch vụ vận chuyển phát nhanh tại Công ty ACE .....	29
2.2. Thực trạng dịch vụ vận chuyển phát nhanh tại Công ty ACE.....	31
2.2.1. Quy mô và cơ cấu dịch vụ .....	31
2.2.2. Hiệu suất vận hành.....	32
2.2.3. Hiệu quả kinh tế về dịch vụ vận chuyển phát nhanh tại Công ty ACE...	33
2.2.4. Đội ngũ nhân sự .....	35
2.3. Đánh giá dịch vụ vận chuyển phát nhanh tại Công ty ACE.....	38
2.3.1. Ưu điểm.....	38
2.3.2. Hạn chế.....	40
2.3.3. Nguyên nhân .....	43
<b>CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP NÂNG CAO DỊCH VỤ VẬN CHUYỂN PHÁT NHANH TẠI CÔNG TY ACE.....</b>	<b>46</b>
3.1. Định hướng phát triển dịch vụ vận chuyển phát nhanh tại Công ty ACE .....	46
3.2. Một số giải pháp nâng cao dịch vụ vận chuyển phát nhanh tại Công ty ACE .....	47
3.2.1. Giải pháp tối ưu hóa quy trình vận chuyển và cải thiện hiệu quả phân bổ tài nguyên .....	47
3.2.2. Giải pháp cải thiện quy trình hỗ trợ và đào tạo nhân viên về kỹ năng giao tiếp và giải quyết vấn đề .....	48
3.2.3. Giải pháp đảm bảo an toàn và bảo mật.....	49
3.2.4. Giải pháp tối ưu hoá chi phí vận chuyển.....	50
3.2.5. Giải pháp quản lý chuỗi cung ứng.....	51
<b>KẾT LUẬN.....</b>	<b>52</b>
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO.....</b>	<b>52</b>

---

## **LỜI CẢM ƠN**

Khóa luận tốt nghiệp này được hoàn thành trước hết là nhờ vào những kiến thức mà các thầy cô đã tận tình truyền dạy cho em trong suốt bốn năm học tập tại trường đại học Quốc tế Sài Gòn. Vì vậy em xin gửi lời cảm ơn chân thành đến Quý thầy cô cùng Ban lãnh đạo nhà trường.

Em xin gửi lời cảm ơn đến Ban Lãnh đạo Công ty ACE cùng các anh chị ở bộ phận đã nhiệt tình giúp đỡ, tạo điều kiện tốt nhất cho em trong suốt quá trình nghiên cứu thực hiện nghiên cứu đề tài, đã giúp em hiểu biết hơn về thực tế, hiểu sâu về chuyên môn, cung cấp cho em những thông tin tư liệu để hoàn thành tốt chuyên đề này.

Em xin đặc biệt cảm ơn đến thầy Mai Văn Thành đã hướng dẫn em hoàn thành chuyên đề tốt nghiệp này với tất cả tinh thần trách nhiệm và lòng nhiệt thành nhất.

Em xin chân thành cảm ơn!

---

**DANH MỤC BẢNG, SƠ ĐỒ**

Bảng 2.1: Tình hình hoạt động kinh doanh của công ty ACE giai đoạn 2021 – 2023  
.....  
28

Bảng 2.2: Quy mô và cơ cấu dịch vụ của Công ty ACE giai đoạn 2021-2023 ..... 30

Bảng 2.3: Hiệu suất vận hành dịch vụ vận chuyển phát nhanh của Công ty ACE Giai  
đoạn 2021- 2023 .....  
31

Bảng 2.4: Hiệu quả kinh tế về dịch vụ vận chuyển phát nhanh tại Công ty ACE giai  
đoạn 2021 – 2023 .....  
32

Bảng 2.5: nhân sự của Công ty ACE giai đoạn 2021 - 2023 ..... 33

Bảng 2.6: Tỷ lệ nghỉ việc của dịch vụ vận chuyển phát nhanh tại Công ty ACE Giai  
đoạn 2021 - 2023 .....  
34

Bảng 3.1: Định hướng trong giai đoạn 5 năm giai đoạn 2025 - 2030 Công ty ACE 44

Hình 2.1: Sơ đồ cơ cấu tổ chức của công ty ACE..... 26

ii

---

**DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT**

<b>STT</b>	<b>Từ viết tắt</b>	<b>Nghĩa của từ viết tắt</b>
1	ACE	Asia Cargo Express
2	CP	Cổ phần
3	DN	Doanh nghiệp
4	GHN	Giao hàng nhanh
5	HC & NS	Hành chính & Nhân sự
6	MTV	Một thành viên
7	NĐ	Nghị định
8	TC & KT	Tài chính & Kế toán
9	TNHH	Trách nhiệm hữu hạn
10	TS	Tiến sĩ
11	TP HCM	Thành phố Hồ Chí Minh
12	PGS	Phó giáo sư
13	SL	Số lượng
14	VNĐ	Việt Nam đồng

## LỜI MỞ ĐẦU

### 1. Lý do chọn đề tài

Trong bối cảnh kinh tế toàn cầu hóa và sự phát triển mạnh mẽ của thương mại điện tử, nhu cầu về dịch vụ vận chuyển phát nhanh ngày càng tăng cao. Theo số liệu của Statista, thị trường logistics và vận chuyển phát nhanh toàn cầu đạt giá trị 4.72 nghìn tỷ USD vào năm 2020 và dự kiến sẽ tiếp tục tăng trưởng với tốc độ trung bình hàng năm (CAGR) là 7.4% từ năm 2021 đến năm 2026. Riêng tại Việt Nam, ngành logistics đang phát triển nhanh chóng với mức tăng trưởng trung bình hàng năm từ 12% đến 14%, góp phần không nhỏ vào sự phát triển kinh tế của đất nước. Sự gia tăng này được thúc đẩy bởi một số yếu tố chính. Thứ nhất, thương mại điện tử ngày càng trở nên phổ biến và chiếm tỷ trọng lớn trong hoạt động thương mại toàn cầu. Các công ty như Amazon, Alibaba, và các nền tảng thương mại điện tử nội địa tại Việt Nam như Shopee, Tiki, Lazada đã tạo ra nhu cầu lớn về dịch vụ vận chuyển phát nhanh. Thứ hai, sự phát triển của công nghệ và các giải pháp logistics thông minh đã cải thiện hiệu quả hoạt động và giảm chi phí vận chuyển, làm cho dịch vụ này trở nên hấp dẫn hơn đối với các doanh nghiệp và người tiêu dùng.

Trong bối cảnh đó, Công ty ACE, một trong những đơn vị hàng đầu trong lĩnh vực vận chuyển phát nhanh tại Việt Nam, đang phải đối mặt với những thách thức lớn để duy trì và nâng cao chất lượng dịch vụ của mình. Cụ thể, theo một khảo sát nội bộ của công ty vào năm 2023, có tới 25% khách hàng không hài lòng với thời gian giao hàng và 18% khách hàng phàn nàn về tình trạng hàng hóa bị hư hỏng trong quá trình vận chuyển. Những con số này không chỉ ảnh hưởng đến uy tín của công ty mà còn tác động tiêu cực đến doanh thu và sự phát triển bền vững. Ngoài ra, sự cạnh tranh gay gắt từ các đối thủ trong và ngoài nước cũng đặt ra những áp lực lớn đối với Công ty ACE. Các công ty như DHL, FedEx, và các đơn vị trong nước như VNPost, Viettel Post đều không ngừng cải thiện và đổi mới dịch vụ của mình. Điều này đòi hỏi Công ty ACE phải có những giải pháp đột phá để nâng cao chất lượng dịch vụ, đảm bảo đáp ứng kỳ vọng ngày càng cao của khách hàng.

Trước tình hình đó, việc nghiên cứu và đề xuất các giải pháp nâng cao dịch vụ vận chuyển phát nhanh tại Công ty ACE là vô cùng cần thiết. Các giải pháp này không chỉ nhằm cải thiện chất lượng dịch vụ, đáp ứng kỳ vọng ngày càng cao của khách hàng mà còn giúp công ty cạnh tranh hiệu quả hơn trên thị trường, góp phần vào sự

---



phát triển bền vững và thịnh vượng của doanh nghiệp. Việc nâng cao chất lượng dịch vụ vận chuyển phát nhanh có thể được thực hiện thông qua một số biện pháp như: cải tiến quy trình quản lý và vận hành, ứng dụng công nghệ thông tin vào quản lý và giám sát dịch vụ, nâng cao năng lực đội ngũ nhân viên, và tăng cường hợp tác với các đối tác chiến lược. Đặc biệt, việc ứng dụng công nghệ vào quản lý kho bãi và vận chuyển có thể giúp giảm thiểu sai sót, tăng cường khả năng theo dõi và giám sát hàng hóa, từ đó nâng cao trải nghiệm khách hàng.

Như vậy, đề tài **“Giải pháp nâng cao dịch vụ vận chuyển phát nhanh tại công ty ACE”** không chỉ có ý nghĩa thực tiễn đối với công ty mà còn góp phần cung cấp những thông tin hữu ích cho các doanh nghiệp khác trong ngành logistics và vận chuyển phát nhanh. Việc nghiên cứu và triển khai các giải pháp này sẽ là nền tảng vững chắc giúp Công ty ACE phát triển mạnh mẽ, đóng góp vào sự thịnh vượng chung của ngành và kinh tế đất nước.

## **2. Mục tiêu nghiên cứu**

### **2.1. Mục tiêu chung**

Trên cơ sở nghiên cứu thực trạng dịch vụ vận chuyển chuyển phát nhanh tại công ty ACE từ đó đánh giá và đưa ra một số giải pháp góp phần nâng cao dịch vụ chuyển phát nhanh tại công ty ACE trong thời gian tới.

### **2.2. Mục tiêu cụ thể**

- Hệ thống hoá cơ sở lý luận và thực tiễn về dịch vụ vận chuyển phát nhanh.
- Phân tích thực trạng dịch vụ vận chuyển phát nhanh cung cấp cho khách hàng.
- Đề xuất giải pháp nâng cao dịch vụ vận chuyển phát nhanh cho khách hàng tại công ty ACE.

## **3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu**

### **3.1. Đối tượng nghiên cứu**

- Những vấn đề liên quan đến dịch vụ vận chuyển phát nhanh tại công ty ACE
-

### **3.2. Phạm vi nghiên cứu**

Về không gian: Nghiên cứu được thực hiện tại công ty ACE

Về thời gian: Các dữ liệu thứ cấp được thu thập trong 3 năm trở lại từ năm 2021 đến năm 2023.

## **4. Phương pháp nghiên cứu**

### **4.1. Phương pháp thu thập dữ liệu**

Để phục vụ cho đề tài “Giải pháp nâng cao dịch vụ vận chuyển phát nhanh tại công ty ACE”, các nguồn dữ liệu được sử dụng bao gồm:

Báo cáo nội bộ của Công ty ACE: Các báo cáo hàng năm, báo cáo tài chính, báo cáo khảo sát khách hàng, và các tài liệu liên quan đến hoạt động vận chuyển của công ty.

Số liệu thống kê từ các cơ quan chức năng: Các báo cáo, thống kê từ Bộ Công Thương, Tổng cục Thống kê, Hiệp hội Doanh nghiệp Logistics Việt Nam.

Tài liệu từ các nguồn khác: Bài báo, tạp chí chuyên ngành logistics và vận chuyển, các nghiên cứu, luận văn, luận án liên quan đến lĩnh vực vận chuyển phát nhanh.

### **4.2. Phương pháp phân tích dữ liệu**

Dữ liệu thu thập được tổng hợp và xử lý thành các số liệu cần thiết như kết quả thực hiện các chỉ tiêu để đánh giá đúng thực trạng dịch vụ vận chuyển phát nhanh tại công ty ACE giai đoạn 2021 - 2023 bằng các phương pháp:

Phương pháp thống kê: được sử dụng để thống kê số liệu thu thập được nhằm đánh giá thực trạng dịch vụ vận chuyển phát nhanh tại công ty ACE.

Phương pháp tổng hợp: Tổng hợp các số liệu về dịch vụ vận chuyển phát nhanh tại công ty ACE.

Phương pháp so sánh: Dùng để so sánh các dữ liệu liên quan dịch vụ vận chuyển phát nhanh tại công ty ACE qua các năm.

---

## **5. Kết cấu đề tài**

**Chương 1:** Những vấn đề lý luận và thực tiễn về dịch vụ vận chuyển phát nhanh

**Chương 2:** Thực trạng giải pháp nâng cao dịch vụ vận chuyển phát nhanh tại Công ty ACE

**Chương 3:** Giải pháp nâng cao dịch vụ vận chuyển phát nhanh tại Công ty ACE

# **CHƯƠNG 1: NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ DỊCH VỤ VẬN CHUYỂN PHÁT NHANH**

## **1.1. Lý luận tổng quan về dịch vụ**

### **1.1.1. Khái niệm về dịch vụ**

Hiện nay có rất nhiều khái niệm về dịch vụ, có thể hiểu dịch vụ theo một số khái niệm dưới đây:

Theo Philip Kotler: *“Dịch vụ là mọi biện pháp hay lợi ích mà một bên có thể cung cấp cho bên kia và chủ yếu là không sờ thấy được và không dẫn đến sự chiếm đoạt một cái gì đó. Việc thực hiện dịch vụ có thể có hoặc không liên quan đến hàng hóa dưới dạng vật chất của nó”* (Philip Kotler, 2001)

Theo TS. Phan Văn Sâm: *“Dịch vụ là những hoạt động tạo ra các sản phẩm không tồn tại dưới hình thái hiện vật cụ thể nhằm thỏa mãn kịp thời các nhu cầu sản xuất và đời sống sinh hoạt của con người”*. (Phan Văn Sâm, 2007)

PGS.TS Nguyễn Văn Thanh cho rằng: *“Dịch vụ là một hoạt động lao động sáng tạo (phi vật chất) nhằm bổ sung giá trị cho phần vật chất và tạo ra sự khác biệt, nâng cao vị thế và danh tiếng sản phẩm, dịch vụ.”* (Nguyễn Văn Thanh, 2008)

*“Dịch vụ là một quá trình hoạt động bao gồm các nhân tố không hiện hữu, giải quyết các mối quan hệ giữa người cung cấp với khách hàng hoặc tài sản của khách hàng mà không có sự thay đổi quyền sở hữu. Sản phẩm của các dịch vụ có thể trong phạm vi hoặc vượt quá phạm vi của sản phẩm vật chất. Trên góc độ về hàng hóa, dịch vụ là hàng hóa vô hình mang lại chuỗi giá trị thỏa mãn một nhu cầu nào đó của thị trường.”* (Luu Văn Nghiêm, 2008)

---

Như vậy có thể định nghĩa một cách chung nhất: dịch vụ là những hoạt động lao động mang tính xã hội, tạo ra các sản phẩm hàng hóa không tồn tại dưới hình thái vật thể, không dẫn đến việc chuyển quyền sở hữu nhằm thoả mãn kịp thời các nhu cầu sản xuất và đời sống sinh hoạt của con người.

### **1.1.2. Đặc điểm của dịch vụ**

Dịch vụ khác với hàng hóa thuần túy bởi những đặc trưng cơ bản sau đây: không có hình thức vật chất rõ ràng, độ khác nhau giữa các trường hợp sử dụng, không yêu cầu lưu trữ và không chuyển quyền sở hữu.

#### ***\* Tính vô hình***

Dịch vụ không tồn tại dưới dạng vật chất, nghĩa là không có hình thái rõ ràng. Các dịch vụ đều là vô hình và không thể nhìn thấy trước khi sử dụng. Đặc tính này phản ánh việc hiếm khi khách hàng nhận được sản phẩm vật chất từ dịch vụ. Thay vào đó, kết quả thường là một trải nghiệm hơn là sự sở hữu.

Dịch vụ thuần túy không thể được đánh giá bằng cách sử dụng các cảm giác tự nhiên, mà nó là một khái niệm trừu tượng không thể khảo sát trực tiếp trước khi tiêu dùng. Ngược lại, khách hàng khi tiêu dùng dịch vụ thường gặp phải rất nhiều khó khăn trong việc đánh giá các dịch vụ cạnh tranh. Họ phải dựa vào thông tin cá nhân và sử dụng giá cả làm cơ sở để đánh giá chất lượng dịch vụ, đồng thời phải chịu mức độ rủi ro cao hơn so với khi mua sắm các sản phẩm hữu hình.

#### ***\* Tính không đồng nhất***

Đặc tính này còn được gọi là tính khác biệt của dịch vụ. Theo đó, thực hiện dịch vụ thường khác nhau tùy thuộc vào cách thức phục vụ, nhà cung cấp dịch vụ, người phục vụ, thời gian thực hiện, lĩnh vực phục vụ, đối tượng phục vụ và địa điểm phục vụ. Điều này đặc biệt rõ ràng đối với các dịch vụ liên quan đến lao động cao, khi việc đảm bảo sự đồng nhất trong chất lượng từ đội ngũ nhân viên là vô cùng khó khăn.

Không có chất lượng đồng nhất cũng có nghĩa là nhân viên của các đơn vị cung cấp dịch vụ thường tiếp xúc với khách hàng ở mức độ nào đó và được nhận thức như một phần không thể thiếu của sản phẩm dịch vụ đó. Chất lượng của nhiều dịch vụ thường được xác định bởi thái độ và hành vi của nhân viên, mà không có sự ràng buộc pháp lý cụ thể, ví dụ như không thể bắt buộc nhân viên phải mỉm cười với khách hàng.

---

Một mục tiêu chính của nhiều chiến lược marketing dịch vụ là tách rời hành vi mua hàng và hành vi tiêu dùng. Do tính chất này, việc đánh giá chất lượng dịch vụ thường gặp phải nhiều khó khăn.

**\* *Tính không lưu trữ***

Dịch vụ không thể được cất giữ và lưu trữ như hàng hóa khác. Tính không lưu giữ của dịch vụ không phải là vấn đề trong những thời điểm nhu cầu ổn định. Tuy nhiên, khi nhu cầu thay đổi, các công ty dịch vụ thường gặp khó khăn. Ví dụ, các công ty vận tải công cộng phải duy trì một lượng lớn phương tiện để đảm bảo phục vụ cho nhu cầu vào những giờ cao điểm, trong khi vào những thời điểm thấp điểm, số lượng phương tiện này có thể dư thừa và gây lãng phí.

Do đó, dịch vụ được coi là sản phẩm tồn tại ngắn hạn, từ khi được cung cấp cho đến khi được sử dụng và kết thúc.

**\* *Tính không chuyển giao sở hữu***

Khi mua một hàng hóa, khách hàng thường được chuyển quyền sở hữu và trở thành chủ sở hữu tuyệt đối của sản phẩm mình đã mua. Điều này có nghĩa là họ có toàn quyền quyết định việc sử dụng, tái bán, hoặc thay đổi sản phẩm theo ý muốn của mình. Đây là một đặc điểm rất khác biệt so với khi mua dịch vụ. Trái lại, khi mua dịch vụ, khách hàng không được chuyển quyền sở hữu vật chất của dịch vụ đó. Thay vào đó, họ chỉ được quyền sử dụng dịch vụ trong một khoảng thời gian nhất định và hưởng lợi ích từ dịch vụ đó. Chẳng hạn, khi thuê một xe ô tô, khách hàng chỉ có quyền sử dụng xe trong thời gian thuê và không thể sở hữu xe sau khi kết thúc thời hạn thuê.

Điều này phản ánh sự chia sẻ quyền sử dụng thay vì chuyển nhượng quyền sở hữu trong mối quan hệ giữa nhà cung cấp dịch vụ và khách hàng. Dịch vụ thường đi kèm với một hợp đồng hoặc thỏa thuận về các điều khoản sử dụng và các quyền lợi mà khách hàng có được trong quá trình sử dụng dịch vụ đó. Điều này làm cho quá trình mua và sử dụng dịch vụ có tính linh hoạt hơn, nhưng cũng đặt ra những giới hạn rõ ràng về quyền lợi và trách nhiệm của các bên trong giao dịch.

## **1.2. Dịch vụ vận chuyển phát nhanh**

### **1.2.1. Khái niệm dịch vụ vận chuyển phát nhanh**

Theo tài liệu đào tạo nghiệp vụ ngoại thương của Đại học Cần Thơ (2015), “*Dịch vụ giao nhận hàng hóa là hành vi thương mại, mà công ty làm dịch vụ giao nhận*”

---

*nhận hàng từ người gửi, sau đó thực hiện các công việc vận chuyển, lưu kho, lưu bãi, làm các thủ tục giấy tờ và các dịch vụ khác có liên quan để giao hàng đến tay người nhận (người nhận có thể là chủ hàng, người vận tải tiếp theo hoặc người làm dịch vụ giao nhận khác). Chủ thể thực hiện dịch vụ giao nhận phải tuân theo quy định của pháp luật chuyên ngành về vận tải.”*

Còn theo Nghị định về dịch vụ chuyển phát số 128/2007/NĐ-CP, “*Dịch vụ chuyển phát là việc thực hiện một, một số hoặc tất cả các công đoạn thu gom, chia chọn, vận chuyển và phát, bằng các phương tiện vật lý, thông tin dưới dạng văn bản và kiện, gói hàng hóa. Chuyển phát nhanh là dịch vụ chuyển phát có yếu tố nhanh về thời gian và có độ tin cậy cao. Chuyển phát nhanh còn gồm các yếu tố giá trị gia tăng khác như thu gom tại địa chỉ người gửi, phát tận tay người nhận, truy tìm và định vị, khả năng thay đổi nơi nhận và địa chỉ nhận trong khi đang vận chuyển, báo phát và các yếu tố giá trị gia tăng khác.”* (Chính Phủ, 2007)

Như vậy, vận chuyển phát nhanh là một loại hình dịch vụ thuộc khái niệm dịch vụ giao nhận hàng hóa. Vận chuyển phát nhanh là việc thực hiện chuyển – phát hàng đi từ quốc gia này sang quốc gia khác, vùng lãnh thổ này sang vùng lãnh thổ khác thông qua vận chuyển hàng không và chịu sự tác động của luật xuất nhập khẩu của từng quốc gia, từng khu vực, từng vùng lãnh thổ. Yếu tố quyết định là thời gian nhanh chóng và an toàn, độ tin cậy cao.

### **1.2.2. Đặc điểm dịch vụ vận chuyển phát nhanh**

Dịch vụ vận chuyển phát nhanh có nhiều đặc điểm nổi bật giúp nó trở thành lựa chọn ưu tiên của nhiều doanh nghiệp và cá nhân. Dưới đây là những đặc điểm chính của dịch vụ này:

#### *Thứ nhất, tính phi vật chất của sản phẩm*

Tính phi vật chất của dịch vụ chuyển phát nhanh là một trong những đặc điểm nổi bật, phản ánh sự khác biệt so với các sản phẩm hữu hình khác trên thị trường. Đây là dịch vụ không thể chạm vào hoặc nhìn thấy trực tiếp, mà nó tập trung vào việc cung cấp một quy trình vận chuyển thông minh và hiệu quả. Với tính chất này, dịch vụ chuyển phát nhanh chủ yếu tập trung vào việc chuyển giao thông tin và hàng hóa từ một địa điểm đến một địa điểm khác một cách nhanh chóng và an toàn.

Đặc điểm phi vật chất của dịch vụ này còn phản ánh qua việc khách hàng không thể trực tiếp nhìn thấy quá trình vận chuyển hay sản phẩm trước khi nhận

được. Thay vào đó, họ phải tin tưởng vào hệ thống và quy trình hoạt động của nhà cung cấp dịch vụ để đảm bảo sự an toàn và chính xác của hàng hóa và thông tin được chuyên phát.

Điều này cũng yêu cầu các công ty chuyên phát nhanh phải có các giải pháp công nghệ tiên tiến để giám sát và quản lý quá trình vận chuyển một cách chặt chẽ, đảm bảo tính toàn vẹn và bảo mật của thông tin và hàng hóa. Tính phi vật chất của dịch vụ chuyên phát nhanh đồng thời cũng là yếu tố thúc đẩy sự phát triển của các công nghệ mới, như trí tuệ nhân tạo và tự động hóa, nhằm tối ưu hóa quy trình và cung cấp dịch vụ ngày càng tốt hơn cho khách hàng.

#### *Thứ hai, tính dây chuyền của quá trình cung ứng*

Tính dây chuyền của quá trình cung ứng trong dịch vụ chuyên phát nhanh là một đặc điểm quan trọng nhằm đảm bảo sự liên tục và hiệu quả của các hoạt động vận hành. Đây là khía cạnh mô tả quy trình từ khi khách hàng yêu cầu sử dụng dịch vụ cho đến khi hàng hóa hoặc thông tin được gửi đến địa chỉ đích. Quy trình dây chuyền trong dịch vụ chuyên phát nhanh bao gồm các bước như tiếp nhận yêu cầu từ khách hàng, thu thập thông tin và hàng hóa, phân loại, đóng gói, vận chuyển, và giao nhận đến tay người nhận cuối cùng. Mỗi bước này phải được thực hiện một cách chặt chẽ và hợp lý để đảm bảo sự nhanh chóng và chính xác của dịch vụ.

Đặc điểm này yêu cầu các công ty chuyên phát nhanh phải có hệ thống quản lý chất lượng và quy trình vận hành rõ ràng. Việc tổ chức và điều hành một dây chuyền cung ứng hiệu quả giúp giảm thiểu thời gian chờ đợi và tối ưu hóa việc sử dụng tài nguyên, từ đó nâng cao năng suất và chất lượng phục vụ. Điều này cũng đòi hỏi sự đầu tư vào công nghệ thông tin và hệ thống giám sát để đảm bảo tính toàn vẹn và an toàn của thông tin và hàng hóa trong suốt quá trình vận chuyển. Tính dây chuyền của quá trình cung ứng trong dịch vụ chuyên phát nhanh đồng thời cũng phản ánh cam kết của các nhà cung cấp dịch vụ trong việc cung cấp dịch vụ đáng tin cậy và chất lượng cao cho khách hàng.

#### *Thứ ba, tính gắn liền giữa cung ứng và tiêu dùng dịch vụ*

Tính gắn liền giữa cung ứng và tiêu dùng dịch vụ là một yếu tố quan trọng trong việc đảm bảo chất lượng và hiệu quả của dịch vụ. Sự liên kết chặt chẽ này đòi hỏi sự đồng bộ và tương tác hiệu quả giữa nhà cung cấp dịch vụ và người tiêu dùng. Để dịch vụ được cung cấp một cách chuyên nghiệp và đáp ứng đúng nhu cầu của khách hàng, nhà cung cấp cần hiểu rõ và thích ứng với mong đợi, sở thích, và yêu cầu cụ thể từ

---

phía người tiêu dùng. Ngược lại, người tiêu dùng cần có sự tin tưởng và hài lòng với chất lượng và tính chuyên nghiệp của dịch vụ được cung cấp. Sự tương tác và phản hồi liên tục giữa hai bên là cốt lõi để duy trì mối quan hệ lâu dài và nâng cao hiệu quả hoạt động của dịch vụ trong thị trường cạnh tranh ngày nay.

*Thứ tư, tính không đồng đều về chất lượng, về tải trọng theo thời gian và không gian*

Tính không đồng đều về chất lượng và tải trọng theo thời gian và không gian trong dịch vụ vận chuyển phát nhanh là một vấn đề phức tạp mà các công ty trong ngành này thường phải đối mặt. Chất lượng của dịch vụ vận chuyển phụ thuộc vào nhiều yếu tố như sự chuyên nghiệp của nhân viên giao nhận, hiệu quả của hệ thống quản lý và giám sát, cũng như khả năng đáp ứng các yêu cầu đặc biệt từ khách hàng. Tính không đồng đều về chất lượng thường xuất phát từ sự khác biệt trong quy trình xử lý hàng hóa và vận chuyển, từ việc bảo quản và bảo vệ hàng hóa trong quá trình vận chuyển đến việc xử lý các vấn đề phát sinh như thất thoát, hỏng hóc hoặc chậm giao. Điều này có thể dẫn đến sự không hài lòng của khách hàng và cần phải có các biện pháp khắc phục và cải tiến liên tục từ phía các nhà cung cấp dịch vụ.

Về tải trọng theo thời gian và không gian, dịch vụ vận chuyển phát nhanh thường phải đáp ứng các yêu cầu khác nhau trong từng thời điểm và địa điểm khác nhau. Chẳng hạn, vào những dịp cao điểm như ngày lễ, các đơn hàng có thể tăng đột biến, đặt áp lực lớn lên khả năng vận chuyển của các công ty. Điều này đòi hỏi các doanh nghiệp phải có kế hoạch dự trữ và điều chỉnh linh hoạt nguồn lực để đảm bảo các đơn hàng được giao đúng hạn và đạt được mức độ hài lòng cao từ phía khách hàng. Tính không đồng đều về chất lượng và tải trọng theo thời gian và không gian là những thách thức mà ngành vận chuyển phát nhanh cần phải đối mặt mỗi ngày, đồng thời cũng là cơ hội để nâng cao năng suất và chất lượng dịch vụ thông qua các chiến lược quản lý và đổi mới hiệu quả.

*Thứ năm, dịch vụ chỉ có thể tiêu dùng một lần*

Đặc điểm của dịch vụ vận chuyển phát nhanh chỉ có thể tiêu dùng một lần đòi hỏi sự chính xác và đảm bảo trong mỗi giao dịch. Mỗi lần khách hàng sử dụng dịch vụ này, họ mong đợi rằng hàng hóa sẽ được vận chuyển đúng thời gian, đúng địa điểm và trong tình trạng hoàn hảo. Điều này yêu cầu các công ty vận chuyển phải có các quy trình và hệ thống giám sát chặt chẽ để đảm bảo tính chính xác và đúng hạn của từng đơn hàng. BDo tính chất chỉ có thể tiêu dùng một lần của dịch vụ này, sự cẩn

---



trọng và chuyên nghiệp trong từng giai đoạn của quá trình vận chuyển là rất quan trọng. Từ việc nhận hàng, đóng gói, giao nhận đến việc xử lý các vấn đề phát sinh như hỏng hóc, mất mát hay việc giao hàng chậm có thể ảnh hưởng nghiêm trọng đến sự hài lòng của khách hàng và uy tín của công ty. Để đối phó với đặc điểm này, các công ty vận chuyển thường áp dụng các biện pháp như đào tạo nhân viên chuyên nghiệp, sử dụng công nghệ tiên tiến để giám sát và quản lý quy trình vận chuyển, cũng như cải tiến liên tục để nâng cao chất lượng dịch vụ và tăng cường niềm tin từ phía khách hàng. Tính chỉ có thể tiêu dùng một lần của dịch vụ vận chuyển phát nhanh đặt ra một chuẩn mực cao về độ tin cậy và hiệu quả trong mỗi giao dịch, đồng thời đòi hỏi các công ty phải liên tục cải tiến và nâng cao năng lực để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của thị trường.

*Thứ sáu, dịch vụ chuyển phát nhanh không được bảo hộ độc quyền như các sản phẩm hữu hình khác*

Việc không có sự bảo hộ độc quyền cho dịch vụ chuyển phát nhanh mang lại nhiều lợi ích cho thị trường. Đầu tiên, điều này khuyến khích sự cạnh tranh lành mạnh trong ngành, khiến các công ty phải cải tiến liên tục để cung cấp các dịch vụ tốt hơn về thời gian, an toàn và chất lượng. Thứ hai, nó tạo điều kiện cho sự đa dạng lựa chọn của khách hàng, khi họ có thể chọn giữa nhiều nhà cung cấp dịch vụ khác nhau dựa trên nhu cầu cụ thể về giá cả và tiêu chuẩn phục vụ. Ngoài ra, việc không bảo hộ độc quyền cũng khuyến khích các công ty mới và nhỏ tham gia vào thị trường, tăng cường sự cạnh tranh công bằng và khả năng tiếp cận. Cuối cùng, sự thiếu bảo hộ độc quyền khuyến khích sự đổi mới và cải tiến, giúp ngành công nghiệp chuyển phát nhanh không ngừng phát triển và nâng cao chất lượng dịch vụ để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng.

Trên đây là đặc điểm chung của dịch vụ chuyển phát nhanh. Dịch vụ chuyển phát nhanh không chỉ là một hình thức bưu chính nhanh chóng mà còn có những đặc điểm riêng biệt phân biệt nó với các dịch vụ bưu chính khác như:

*Tốc độ và độ chính xác:* Dịch vụ chuyển phát nhanh hướng đến việc cung cấp tốc độ chuyển phát nhanh nhất có thể. Thời gian truyền đưa tin tức là yếu tố quan trọng nhất, với sự cam kết về sự nhanh chóng và đáng tin cậy hơn các dịch vụ bưu chính thông thường. Sử dụng các phương tiện vận chuyển hiện đại như máy bay, ô tô giúp dịch vụ này thực hiện việc chuyển phát an toàn và chính xác hơn.

*Chỉ tiêu thời gian được công bố trước:* Dịch vụ chuyển phát nhanh công bố rõ ràng về thời gian chuyển phát đến từng khu vực, giúp khách hàng biết trước khi thông

tin hoặc hàng hóa đến tay người nhận. Điều này giúp khách hàng dễ dàng lập kế hoạch và tối ưu hóa các hoạt động kinh doanh của họ.

*Dịch vụ cao cấp với giá thành tương ứng:* Dịch vụ chuyển phát nhanh thường có mức giá cao hơn so với các dịch vụ bưu chính khác do chất lượng cao và cam kết đảm bảo thời gian và an toàn. Điều này làm cho nhu cầu sử dụng dịch vụ có tính đàn hồi lớn, đặc biệt là đối với các công ty, tổ chức lớn và người nước ngoài đang hoạt động tại Việt Nam.

*Các dịch vụ thay thế và hiệu quả kinh tế:* Dịch vụ chuyển phát nhanh cung cấp các lựa chọn thay thế như dịch vụ chuyển phát thường, fax, thư điện tử. Khi giá cước dịch vụ chuyển phát nhanh tăng, nhu cầu sử dụng các lựa chọn này cũng tăng cao.

*Hiệu quả kinh tế cao:* Dịch vụ chuyển phát nhanh mang lại hiệu quả kinh tế cao, với chi phí đầu tư không lớn nhưng khả năng thu hồi vốn nhanh và mang lại lợi nhuận cao hơn so với các dịch vụ bưu chính truyền thống. Đây là lựa chọn phù hợp cho các tầng lớp có thu nhập cao trong xã hội và các tổ chức lớn.

*Tính không đồng nhất và không hiện hữu:* Dịch vụ chuyển phát nhanh phụ thuộc vào trình độ nghiệp vụ và thái độ phục vụ của nhân viên, tạo ra tính không đồng nhất. Khách hàng sử dụng dịch vụ này trong quá trình cung cấp dịch vụ, và nếu không có khách hàng thì không thể duy trì hoạt động.

Dịch vụ chuyển phát nhanh không chỉ đơn giản là một hình thức vận chuyển nhanh chóng, mà còn là một lựa chọn kinh tế và hiệu quả, phục vụ đa dạng nhu cầu của khách hàng trong thời đại hiện đại ngày nay.

### **1.2.3. Vai trò của dịch vụ vận chuyển phát nhanh**

Dịch vụ chuyển phát nhanh là một sản phẩm cao cấp được phát triển trong thế kỷ mới nhờ vào những tiến bộ khoa học hiện đại, nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng của con người. Nó không chỉ đóng vai trò quan trọng trong lĩnh vực sản xuất mà còn góp phần đáng kể vào sự phát triển kinh tế - xã hội trên nhiều mặt mà không thể bỏ qua. Đặc biệt, đối với các nền kinh tế phát triển toàn cầu, dịch vụ này đã trở thành một phần thiết yếu và có vai trò hết sức quan trọng.

*Trước hết, vai trò của dịch vụ chuyển phát nhanh được thể hiện ở khả năng đáp ứng nhu cầu nắm bắt thông tin và trao đổi của nhân dân.*

---

Khi xã hội phát triển thì con người lại có thêm cơ hội và điều kiện để tìm tòi sáng tạo, phát minh ra những công cụ mới phục vụ cho cuộc sống của mình. Ngược lại, chính sự phát triển đó lại thúc đẩy nhu cầu của con người ngày càng cao hơn. Họ không còn chỉ mong muốn được ăn no mặc ấm mà phải ăn sung mặc sướng, không những được làm việc mà cần vui chơi giải trí... Cuộc sống hiện đại với sự chạy đua về thời gian đã đặt ra nhu cầu cập nhật thông tin và trao đổi hàng hoá một cách nhanh chóng. Điều đó đã buộc các nhà sản xuất cung ứng phải không ngừng tạo ra những sản phẩm mới, những dịch vụ mới nhằm thỏa mãn tốt nhất mong muốn của khách hàng. Cùng với các dịch vụ hiện đại như Internet, điện thoại di động... dịch vụ chuyển phát nhanh ra đời cũng không nằm ngoài mục đích đó.

Từ khi được cung cấp đến nay, dịch vụ chuyển phát nhanh ngày càng thu hút nhiều sự quan tâm chú ý của khách hàng và đã dần trở thành một nhu cầu thiết yếu đối với người sử dụng. Với những ưu điểm nổi bật của dịch vụ cùng điều kiện sống ngày càng cao của con người, dịch vụ chuyển phát nhanh được coi là có khả năng đáp ứng yêu cầu về thông tin, trao đổi hàng hoá của khách hàng với mức chi phí chấp nhận được. Dịch vụ đã tạo cho người sử dụng có thêm những lựa chọn mới khi muốn tận dụng thời gian hay đảm bảo độ an toàn, chính xác của thông tin, hàng hoá mà mình muốn gửi. Dịch vụ chuyển phát nhanh đã góp phần nâng cao đời sống của con người, giúp cho người sử dụng có thể thỏa mãn nhu cầu cũng như yêu cầu của mình, tạo điều kiện đưa cuộc sống ngày một phát triển và hiện đại hơn. Ngoài ra mạng lưới của dịch vụ nếu phát triển rộng khắp, phổ cập đến mọi người dân sẽ giúp họ có thể sử dụng để thông tin, trao đổi với nhau mà không cần đi lại góp phần giảm chi phí, thời gian, bớt ách tắc giao thông, góp phần đảm bảo trật tự an ninh trong xã hội.

*Bên cạnh đó, dịch vụ chuyển phát nhanh còn có ý nghĩa với vấn đề mở cửa và hội nhập.*

Mở cửa và hội nhập là xu hướng phát triển tất yếu hiện nay của các nước, đặc biệt là những nước đang phát triển. Việc gia nhập các tổ chức kinh tế thế giới, mở rộng giao lưu buôn bán với nước ngoài sẽ mở ra nhiều cơ hội giúp họ trở thành một nước công nghiệp có nền kinh tế phát triển. Do đó những nước này cần nắm bắt, sử dụng các sản phẩm, dịch vụ tiên tiến để theo kịp với các nước trong khu vực và trên thế giới. Dịch vụ chuyển phát nhanh được cung cấp còn góp phần tạo điều kiện giao lưu, trao đổi một cách thuận lợi, nhanh chóng hơn, nhất là dịch vụ chuyển phát nhanh quốc tế. Trên thế giới, dịch vụ này đã phát triển và trở nên quen thuộc, phổ biến với

---

đa số tầng lớp nhân dân, vì vậy việc cung cấp dịch vụ chuyên phát nhanh cũng là một trong những cách để hoà mình vào sự phát triển chung của khu vực và thế giới.

Hơn nữa, dịch vụ chuyên phát nhanh cũng tham gia trực tiếp vào việc tạo ra tổng sản phẩm xã hội và thu nhập quốc dân, sự ra đời của dịch vụ đã góp phần làm thúc đẩy nền kinh tế nước nhà. Vai trò của dịch vụ như một chất xúc tác làm tăng năng suất xã hội, tăng thu nhập quốc dân, thúc đẩy nền kinh tế xã hội phát triển. Mặt khác, dịch vụ chuyên phát nhanh được cung cấp và phát triển ở Việt Nam sẽ tạo điều kiện thu hút các đối tác nước ngoài giao dịch, đầu tư, liên doanh với nước ta.

*Dịch vụ chuyên phát nhanh gắn liền với xu thế phát triển khoa học công nghệ hiện đại.*

Nền kinh tế và đời sống con người đã có sự tiến bộ đáng kể nhờ vào các cách mạng khoa học kỹ thuật, đặc biệt là sự phát triển của công nghệ thông tin từ những năm cuối thế kỷ 20. Dịch vụ chuyên phát nhanh, là một lĩnh vực buru chính chất lượng cao, đã khai thác và áp dụng các tiến bộ khoa học vào đời sống và kinh doanh, đáp ứng mọi yêu cầu về chất lượng và thời gian từ phía khách hàng. Việc sử dụng phương tiện vận chuyển hiện đại và công nghệ tiên tiến trong tin học – viễn thông đã giúp dịch vụ này không ngừng phát triển và cải tiến.

Trên con đường phát triển, dịch vụ chuyên phát nhanh sẽ tiếp tục đổi mới và tối ưu hóa quy trình bằng việc áp dụng trí tuệ nhân tạo, tự động hóa và các giải pháp công nghệ tiên tiến hơn. Điều này sẽ giúp nâng cao chất lượng dịch vụ và tăng cường hiệu quả trong môi trường kinh doanh toàn cầu ngày nay, cùng với việc mở rộng mạng lưới vận chuyển và nâng cao khả năng phản hồi đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của khách hàng.

*Dịch vụ chuyên phát nhanh: nền tảng quan trọng cho hoạt động sản xuất và kinh doanh*

Trong thời đại ngày nay, cuộc sống diễn ra với nhịp độ nhanh chóng, khiến con người luôn bận rộn và có nhu cầu sử dụng các công cụ hiệu quả để giải quyết công việc một cách nhanh chóng và đáng tin cậy. Đặc biệt đối với các doanh nghiệp và công ty, việc trao đổi thông tin và hàng hóa cần được thực hiện chính xác, an toàn và nhanh chóng. Dịch vụ chuyên phát nhanh trở thành một công cụ không thể thiếu đối với họ. Nó không chỉ giúp các doanh nghiệp và nhà lãnh đạo biết chính xác thời điểm thông tin hoặc hàng hóa đến tay đối tác để có kế hoạch sản xuất và kinh doanh phù hợp, mà còn đảm bảo tính an toàn và bảo mật của thông tin và hàng hóa. Ngay cả khi

---