

BÀI THUYẾT TRÌNH CHUỖI CUNG ỨNG CỦA DHL

Mục lục

I. Thực trạng logistics ở Việt Nam:	2
1. Tổng quan:	2
2. Thực trạng logistics ở Việt Nam:	3
3. Thực trạng chi phí logistics ở Việt Nam:	5
a. Chưa chú trọng vai trò của Logistics/Chuỗi cung ứng:	5
b. Thiếu sự phối hợp chặt chẽ giữa thành viên trong chuỗi cung ứng:	6
c. Hạ tầng cơ sở còn yếu kém:	6
II. Giới thiệu công ty DHL:	8
1. Tổng quan:	8
2. Tầm nhìn – Sứ mệnh:	10
a. Sứ mệnh:	10
b. Tầm nhìn:	10
III. Phân tích mô hình chuỗi cung ứng của DHL:	11
1. Kho bãi, lưu kho:	11
a. Mạng lưới kho bãi:	11
b. Giải pháp quản lý kho bãi:	11
c. Tối ưu hóa mô hình tồn kho:	11
d. Giải pháp kho bãi đặc biệt:	12
2. Vận chuyển:	12
a. Các phương thức vận chuyển:	12
b. Giải pháp vận chuyển:	15
3. Quản lý logistics:	16
a. Tư vấn về chuỗi cung ứng:	16
b. Tìm kiếm nguồn hàng và quản lý sản phẩm.	16
c. Dịch vụ thu hồi sản phẩm:	16
d. Hỗ trợ doanh nghiệp:	16

I. Thực trạng logistics ở Việt Nam:

1. Tổng quan:

- Theo Tổng cục Thống kê khảo sát doanh nghiệp, cả nước hiện có khoảng trên 4000 DN logistics đang hoạt động chuyên nghiệp cung cấp dịch vụ logistics quốc tế. Chất lượng dịch vụ của các doanh nghiệp ngày càng được nâng cao nhờ tăng cường ứng dụng chuyên đổi số, cải tiến quy trình nghiệp vụ, đặc biệt là các doanh nghiệp logistics cung cấp dịch vụ cho thị trường Châu Âu, Mỹ và Trung Quốc.

Doanh nghiệp thành lập mới	9 tháng năm 2021			9T/2021 so 9T/2020 (9T/2020 = 100%)		
	Số doanh nghiệp	Vốn đăng ký (tỷ đồng)	Số lao động (người)	Số doanh nghiệp	Vốn	Số lao động
Tổng số doanh nghiệp cả nước	98.954	1.428.482	777.892	86	84	83
Doanh nghiệp vận tải kho bãi	4.033	26.809	23.683	104.61	143	94
Tỷ trọng của doanh nghiệp Vận tải, kho bãi/ tổng số doanh nghiệp cả nước (%)	4,08	1,88	3,04			

(Nguồn: Tính toán từ số liệu khảo sát doanh nghiệp của Tổng cục Thống kê)

- Các doanh nghiệp logistics Việt Nam luôn đối mặt với việc cạnh tranh gay gắt với các doanh nghiệp logistics nước ngoài, nên dù chiếm tỷ trọng lớn khoảng 95% nhưng đa số là các doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ cung cấp dịch vụ chưa có giá trị gia tăng cao. Vậy nên, doanh thu của các doanh nghiệp logistics nước ngoài luôn chiếm thị phần logistics cao hơn.

- Hoạt động M&A tại Việt Nam đang diễn ra sôi nổi trong thời gian gần đây và được dự báo sẽ tiếp tục diễn ra kèm với xu hướng dịch chuyển hoặc mở rộng sản xuất từ Trung Quốc sang ASEAN, trong đó có Việt Nam. Tuy nhiên chỉ chủ yếu tập trung vào một số doanh nghiệp có khả năng cung cấp dịch vụ tốt hơn.

- Mặc dù đối mặt khó khăn do dịch Covid-19, các doanh nghiệp logistics Việt Nam đã có nhiều nỗ lực để duy trì và phát triển hoạt động sản xuất, kinh doanh. Một số doanh

- Với tốc độ phát triển hàng năm đạt từ 16 – 20%, đây là một trong những ngành dịch vụ tăng trưởng nhanh và ổn định nhất của Việt Nam trong thời gian qua.

- **Lợi thế của ngành logistics tại Việt Nam:**

- Việt Nam là quốc gia có điều kiện tự nhiên và vị trí địa lý rất thuận lợi để phát triển dịch vụ logistics (nằm ở trung tâm khu vực châu Á – Thái Bình Dương, trên tuyến hàng hải quốc tế). Bờ biển dài khoảng 3.260 km trải dài từ Bắc đến Nam, Việt Nam có điều kiện thuận lợi để đưa hàng hóa xuất nhập khẩu ra thế giới bằng việc phát triển cơ sở hạ tầng logistics như phát triển cảng nước sâu, sân bay quốc tế, hệ thống đường sắt xuyên Á, các trung tâm Logistics.

- Quá trình công nghiệp hóa-hiện đại hóa ngày càng được đẩy mạnh, tiến trình mở cửa và hội nhập diễn ra mạnh mẽ tạo tiền đề phát triển ngành logistics.

- Lực lượng lao động trẻ cao, cơ cấu dân số vàng.

- Các doanh nghiệp am hiểu về thị trường nội địa, nắm vững tập quán thương mại.

- **Những hạn chế và nguyên nhân:**

- Về lao động: nguồn nhân lực chỉ đáp ứng được khoảng 40% nhu cầu của ngành, tỉ lệ nguồn nhân lực được đào tạo bài bản về Logistics còn chiếm khá thấp, chỉ từ 5-7%. Trình độ quản trị doanh nghiệp còn yếu kém, đội ngũ cán bộ nhân viên chưa chuyên nghiệp.

- Về doanh nghiệp: Quy mô các doanh nghiệp logistics còn nhỏ, cung cấp dịch vụ còn đơn điệu với số lượng nhỏ, chất lượng thấp, chưa có giá trị gia tăng cao; chủ yếu làm đại lý hoặc đảm nhận từng công đoạn cho các doanh nghiệp Logistics quốc tế, sức cạnh tranh yếu, địa bàn hoạt động chủ yếu trong nước. Ngoài ra cũng không có mối quan hệ sâu rộng với các đối tác nước ngoài.

- Về cơ sở hạ tầng: Chưa được trang bị những công cụ, phương tiện tốt để vận chuyển hàng hóa, chưa chủ động trong khâu vận chuyển, còn phụ thuộc vào các hãng vận tải nước ngoài, thường bị ùn tắc rất nhiều và chưa có cách xử lý ổn thỏa.

- **Những giải pháp để logistics Việt Nam phát triển trong tương lai:**

- Hoàn thiện chính sách, pháp luật về dịch vụ logistics;

- Chú trọng tập trung cung cấp dịch vụ có giá trị gia tăng cao như 3PL và 4PL, dịch vụ vận tải đa phương thức quốc tế, dịch vụ logistics xuyên biên giới.

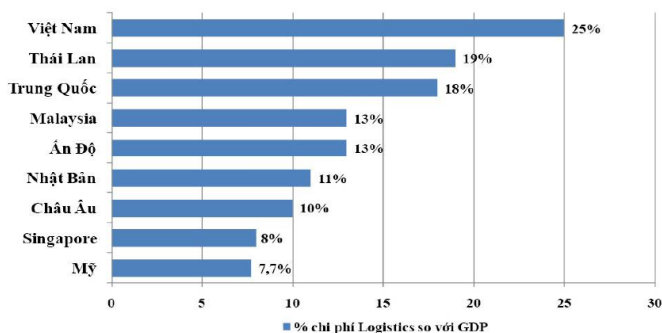
- Nâng cao năng lực kết cấu hạ tầng logistics;

- Nâng cao năng lực doanh nghiệp và chất lượng dịch vụ;
- Đào tạo, nâng cao nhận thức và chất lượng nguồn nhân lực.
- Đầu tư lớn vào thiết bị, phương tiện cũng như công nghệ hiện đại phục vụ cho ngành logistics.

- Tuyên truyền, nâng cao nhận thức về tầm quan trọng của dịch vụ logistics đối với sự phát triển của đất nước.

3. Thực trạng chi phí logistics ở Việt Nam:

Chi phí Logistics tại Việt Nam cao hơn nhiều so với thế giới, trong đó chiếm tới 25% GDP, trong khi Mỹ chỉ có 7,7% và Singapore là 8%; Malaysia 13% còn Thái Lan 19% (Theo biểu đồ bên dưới). Nếu ước tính GDP hàng năm của Việt Nam khoảng từ 120-160 tỉ USD thì chi phí logistics khoảng 30-40 tỉ USD/năm, một con số không hề nhỏ. Trong khu vực ASEAN, một số nước như Thái Lan, Singapore,... đã giảm được chi phí logistics, trong khi chi phí của Việt Nam vẫn ở một mức cao, một rào cản đối với năng lực cạnh tranh.



(Nguồn: Trích dẫn từ Trung tâm Thông tin và Thống kê KH&CN, 2016)

a. Chưa chú trọng vai trò của Logistics/Chuỗi cung ứng:

- Bộ phận quản trị logistics thường được hết hợp vào các phòng ban hành chính khác marketing, sản xuất, tồn kho, vận tải và phân phối nhưng lại tổ chức rời rạc các phòng chức năng.
- ⇒ DN quản lý các chức năng này rời rạc.
- ⇒ Chi phí cho các khâu trung gian này làm đội cước phí vận tải lên cao chóng mặt.

ii. Về phương thức vận tải:

- Vận tải bằng đường hàng không chưa được phổ biến, mà chủ yếu bằng phương tiện vận tải đường bộ nhưng lại không thể được sử dụng cho vận tải hàng hóa nặng bởi đường hẹp, chất lượng kỹ thuật chưa cao, và năng lực vận tải quá thấp, trình trạng kẹt xe thường xuyên diễn ra.

- Nhiều khu công nghiệp xây dựng xong, nhưng chưa có đường giao thông hoặc các khu công nghiệp bố trí quá xa hệ thống cảng biển.

⇒ Chi phí vận chuyển hàng hóa tăng lên.

iii. Về đường sắt:

- Vận tải đường sắt hiện nay chỉ chở hành khách là chủ yếu. Với hệ thống hai khổ ray khác nhau (1 m và 1,43 m), phương tiện vận tải này không thể được dùng để vận tải hàng hóa trọng lượng cao và mất rất nhiều thời gian (chuyến đường sắt Bắc – Nam mất đến 32 tiếng đồng hồ).

iv. Về đường thủy:

- Chủ yếu bằng xà lan, chi phí thấp, an toàn, ít xảy ra tai nạn, nhưng thời gian vận chuyển lâu và khách hàng vẫn chưa mặn mà với hình thức vận chuyển này.

v. Vận tải đa phương thức:

- Việc kết hợp các ưu điểm của từng phương thức vận tải cũng chưa phổ biến ở VN do đó tổng phí logistics (phần lớn là chi phí vận tải) thông thường rất cao.

❖ Vì thế để giảm chi phí sản xuất cho DN, hạ được giá thành sản phẩm, cần thiết phải giảm chi phí logistics. Chi phí logistics nước ta năm 2011, ước tính hơn 25 tỉ USD. Như vậy, nếu chỉ giảm được 1% chi phí đó sẽ làm lợi cho DN, cho đất nước một số tiền không nhỏ.

❖ Với thực trạng chi phí logistics của Việt Nam thì DHL cũng bị ảnh hưởng, do đó công ty đưa ra các giải pháp nhằm hạn chế nó như:

+ Áp dụng là chương trình Smart Trucks, lựa chọn đường đi ngắn nhất và nhanh nhất ⇒ giảm quãng đường di chuyển.

+ Áp dụng Go Green, sử dụng ít xăng dầu dẫn đến giảm chi phí hơn.

+ Dùng bao bì và quy cách đóng gói do nhà vận chuyển cung cấp.

⇒ tránh bị cộng thêm chi phí vượt giới hạn cho phép.

II. Giới thiệu công ty DHL:

1. Tổng quan:

- Công ty DHL được thành lập vào năm 1969 bởi Adrian Dalsey, Larry Hillblom và Robert Lynn, và dùng 3 chữ cái đầu D, H & L để đặt tên cho công ty.

- Hiện nay, DHL là công ty logistics hàng đầu thế giới. Với đội ngũ 360000 nhân viên tại hơn 220 quốc gia trên toàn thế giới và trung bình 1.394.000.000 bưu phẩm được vận chuyển mỗi năm.

- Hơn 97000 phương tiện vận chuyển, 250 máy bay chuyên dụng và doanh thu trong 2017 lên tới 64.444.000.000 USD.

- Nằm trong top 10 công ty uy tín ngành Vận tải và Logistics năm 2018 (Nhóm giao nhận và kho bãi).

- Đứng đầu top 20 nhà cung cấp logistics toàn cầu năm 2017.

❖ DHL tại Việt Nam:

- DHL thâm nhập vào thị trường Việt Nam năm 1988.

- Cuối năm 2001, DHL thành lập công ty TNHH dịch vụ chuỗi cung ứng DHL thực hiện cung ứng dịch vụ giải pháp logistics.

- Ngoài ra, công ty còn hoạt động dưới hình thức đại lý với Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam VNPT từ năm 1988, và đến năm 2007 thì thành lập liên doanh DHL – VNPT Express, chiếm 40% thị phần thị trường chuyển phát nhanh nội bộ.

- DHL cũng thành lập nhiều trung tâm tại Hà Nội, Tp.HCM, Đà Nẵng và Hải Phòng với đội ngũ xe vận chuyển nhiều nhất so với các đối thủ.

- Hiện nay, DHL có các đại lý và chi nhánh tại hầu hết các vùng miền Việt Nam, và Tổng Đại lý đặt tại Tp.HCM.

- Năm 2009 và 2010, DHL liên tiếp được bình chọn là “Công ty dịch vụ chuỗi cung ứng tốt nhất” do Cộng đồng các thành viên chuỗi cung ứng bình chọn.

- Mặc dù trong môi trường cạnh tranh ngày càng gia tăng, DHL Việt Nam vẫn duy trì được vị trí của mình và đáp ứng cao nhất 11 tiêu chí đánh giá: mức tăng trưởng bền vững, phản hồi tốt về mức độ thỏa mãn yêu cầu khách hàng, giải pháp công nghệ thông tin hiệu quả, giải quyết được các tình huống phức tạp của các giải pháp chuỗi cung ứng, tính

Theo các nhà nghiên cứu, công nghệ quản lý chất lượng được áp dụng đầu tiên trong ngành thực phẩm và đồ uống, tiếp theo là ngành dệt may và công nghiệp ô tô.

Tuy nhiên, việc áp dụng công nghệ quản lý chất lượng trong ngành sản xuất hàng tiêu dùng vẫn còn hạn chế. Điều này là do các doanh nghiệp trong ngành này thường có quy mô nhỏ, nguồn lực tài chính hạn chế, và thiếu kiến thức về công nghệ quản lý chất lượng. Tuy nhiên, trong những năm gần đây, các doanh nghiệp trong ngành này đã bắt đầu áp dụng công nghệ quản lý chất lượng để cải thiện chất lượng sản phẩm và dịch vụ, giảm thiểu rủi ro, và tăng cường khả năng cạnh tranh trên thị trường.

1. Giới thiệu

Công nghệ quản lý chất lượng (TQM) là một hệ thống quản lý chất lượng được áp dụng rộng rãi trong các doanh nghiệp để cải thiện chất lượng sản phẩm và dịch vụ.

TQM là một hệ thống quản lý chất lượng được áp dụng rộng rãi trong các doanh nghiệp để cải thiện chất lượng sản phẩm và dịch vụ.

TQM là một hệ thống quản lý chất lượng được áp dụng rộng rãi trong các doanh nghiệp để cải thiện chất lượng sản phẩm và dịch vụ.

TQM là một hệ thống quản lý chất lượng được áp dụng rộng rãi trong các doanh nghiệp để cải thiện chất lượng sản phẩm và dịch vụ.

TQM là một hệ thống quản lý chất lượng được áp dụng rộng rãi trong các doanh nghiệp để cải thiện chất lượng sản phẩm và dịch vụ.

TQM là một hệ thống quản lý chất lượng được áp dụng rộng rãi trong các doanh nghiệp để cải thiện chất lượng sản phẩm và dịch vụ.

TQM là một hệ thống quản lý chất lượng được áp dụng rộng rãi trong các doanh nghiệp để cải thiện chất lượng sản phẩm và dịch vụ.

- Triển khai dịch vụ chuyển phát nhanh khẩn cấp TNT ở 7 quốc gia tại châu Á, do đó chuyển hàng Việt Nam đến bất kỳ nước nào ở Đông Nam Á chỉ trong vòng 6-16 giờ (bằng ¼ thời gian thông thường).

⇒ Dịch vụ chủ lực mang lại lợi nhuận cho công ty.

- DN trong nước như: VietnamPost, Viettel Post...

- Gặp nhiều khó khăn với sức ép cạnh tranh lớn. Do đó DN tìm cho mình hướng đi tốt hơn như VietnamPost chọn hợp tác với DHL trong dịch vụ chuyển phát nhanh VNQuickpost hay Viettel Post mở rộng mạng lưới kinh doanh sang Campuchia và có mặt 23/23 tỉnh ở đây.

2. Tầm nhìn – Sứ mệnh:

a. Sứ mệnh:

- Chúng tôi muốn đơn giản hóa cuộc sống cho khách hàng của mình.
- Chúng tôi hỗ trợ khách hàng, nhân viên và nhà đầu tư thành công hơn nữa.
- Chúng tôi đóng góp tích cực cho thế giới.
- Chúng tôi luôn tôn trọng kết quả mà mình đạt được.

b. Tầm nhìn:

- Muốn trở thành nhà cung cấp tiếp vận mà mọi người sẽ hướng tới - lựa chọn đầu tiên của họ không chỉ là tất cả các nhu cầu vận chuyển hàng của họ, mà còn với vai trò là nhân viên hoặc nhà đầu tư.

III. Phân tích mô hình chuỗi cung ứng của DHL:

1. Kho bãi, lưu kho: Dịch vụ này gồm:

- Mạng lưới kho bãi.
- Giải pháp quản lý kho bãi.
- Tối ưu hóa mô hình tồn kho.
- Giải pháp kho bãi đặc biệt.

a. Mạng lưới kho bãi:

- Hỗ trợ hệ thống Logistics đầu vào, phân phối và dịch vụ hậu mãi.
⇒ Làm giảm chi phí vận hành.
- Cung cấp hệ thống kho bãi tích hợp đầy đủ với chuỗi cung ứng rộng lớn.
⇒ Đáp ứng được nhu cầu dịch vụ ở các mức khác nhau.

❖ Lợi ích khách hàng thụ hưởng: Sự cải thiện về dịch vụ, kiểm soát chính xác hàng tồn kho, chu động thời gian, tích lũy thêm chi phí dự phòng, nâng cao năng suất giúp hoàn thành chiến lược của công ty.

b. Giải pháp quản lý kho bãi:

- Hệ thống quản lý kho (WMS) ghi lại tất cả các sự kiện và hành động trong việc xử lý, tiếp nhận, lưu trữ sản phẩm và đơn đặt hàng.
- Bên cạnh đó, WMS cũng ghi lại một cách chính xác vị trí của hàng tồn kho trong việc lưu trữ hàng hóa.

❖ Lợi ích: Prologs WMS quản lý toàn bộ các quy trình quan trọng trong nhà kho, hỗ trợ các loại hình vận chuyển đa dạng, các loại hình phân phối (lập kế hoạch, kiểm soát thời gian, thông tin liên lạc với cơ quan hải quan và các cơ quan khác).

c. Tối ưu hóa mô hình tồn kho:

- Đây việc không hiệu quả ra khỏi chuỗi cung ứng, tổng chi phí giảm, nâng cao mức độ dịch vụ.
- DHL tập trung kết quả ở:
 - Quản trị quan hệ nhà cung cấp.
 - Giải quyết đặt hàng bổ sung.
 - Dự báo nhu cầu.
 - Thiết lập mức độ tồn kho an toàn.

- Dịch vụ vận tải khẩn cấp: Áp dụng cho khi khách hàng cần vận chuyển với thời gian nhanh nhất và chính xác nhất, các đặc điểm của dịch vụ này là:

- Đảm bảo chuyển hàng trên chuyến bay đầu tiên có thể chuyển tiếp trong vòng 2 ngày.
- Được ưu tiên từ đóng gói, xếp dỡ đến giao nhận.

- Dịch vụ vận tải hàng không tiết kiệm: Danh cho khách hàng muốn tiết kiệm chi phí nhưng vẫn muốn dùng phươg thức hàng không, với các hàng hóa ít bị ảnh hưởng theo thời gian, các đặc điểm:

- Tiết kiệm chi phí
- Thời gian vận chuyển được xác định
- Chất lượng tin cậy
- Giao nhận ở sân bay

- Dịch vụ vận tải hàng không với ngày định trước: Áp dụng khi khách hàng muốn giao hàng nhanh với ngân sách cố định. . Các đặc điểm của hình thức này:

- Sự bền vững cao của tần suất của sự tăng trưởng kinh tế.
- Các kế hoạch vững chắc đảm bảo thời gian vận chuyển
- Dự báo trước được chi phí
- Hình thức giao nhận tăng thêm tính thuận lợi.

- Dịch vụ “door – to – door”: Đây là sự kết hợp tất cả các khả năng tốt nhất của DHL vào vận tải quốc tế và mạng lưới nhà cung cấp nội địa của nó. Hình thức này giúp loại trừ chi phí xếp hàng vào kho. Sau khi hàng hóa được tiếp nhận, thì sẽ được chuyển cho bộ phận xuất khẩu, và vận chuyển nó thông qua đường hàng không cùng với đường biển hoặc chỉ sử dụng đường biển trước khi cung cấp chúng cho các người tiêu dùng cuối cùng tại nơi đến. Đặc điểm nổi bật của nó là giúp tiết kiệm được khoản chi phí lớn để xếp hàng vào kho. Ưu điểm là:

- Hệ thống giao vận chuyển hàng hóa mà không cần lưu kho được thiết lập ở hầu hết các cửa ngõ chính ở Châu Á Thái Bình Dương.

- Phân phối đến đa số các người tiêu dùng cuối cùng.

- Không có giới hạn về kích thước trọng lượng cho hàng hóa có điểm giao hàng trong nước.

- Đơn giản hóa các hình thức thanh toán và lập hóa đơn.

- Được sử dụng công cụ theo dõi đơn hàng theo dõi lịch trình (Track and trace)
- Các dịch vụ khách hàng chu đáo sẽ luôn luôn được cung cấp.
- Dịch vụ vận chuyển đa thức: Kết hợp tốc độ vận chuyển của hàng không và chi phí thấp của vận tải biển. Một số đặc điểm của phương thức này là:
 - Có tính kinh tế hơn hình thức hàng không bình thường.
 - Nhanh hơn với hình thức đường biển.
 - Kế hoạch vận chuyển linh hoạt dựa trên yêu cầu cá nhân của khách hàng.
 - Các lộ trình và các địa điểm vận chuyển đóng gói được thông báo trước thể hiện được chất lượng và độ tin cậy của DHL.
- Sea/Air: Thuê tàu vận tải hàng để bổ sung năng lực cho những mùa cao điểm hoặc mặt hàng quá khổ, giúp hàng được chuyển giao đúng lúc.

ii. Vận tải đường bộ:

- Mạng lưới vận tải đường bộ tích hợp của DHL hướng đến 5 thị trường trọng điểm của Châu Á đó là Singapore, Malaysia, Thái Lan, Việt Nam và Trung Quốc qua mạng lưới giao thông đường bộ liên kết quốc tế cho dịch vụ vận chuyển hàng lẻ.
- Các sản phẩm vận tải đường bộ của DHL cung cấp vận chuyển đường bộ chất lượng cao, từ các dịch vụ tiêu chuẩn như LTL (Less than truck load), PTL (Part) hoặc FTL (Full truck load) đến vận chuyển được kiểm soát nhiệt độ và bảo mật cao, hoạt động với lịch trình trên tất cả các tuyến đường chính trên thế giới để khách có thể lên kế hoạch chắc chắn và trở nên hiệu quả hơn. DHL cung cấp một loạt các sản phẩm rất linh hoạt cho phép lựa chọn tốc độ giao hàng phù hợp nhất với yêu cầu khách hàng.

iii. Vận tải đường sắt:

- Tùy vào hàng hóa mà đưa ra các dạng khác nhau, ví dụ với hàng hóa nặng, cồng kềnh sẽ dùng toa xe giường thấp, toa xe có dung lượng lớn, cao cho các lô hàng lớn, toa xe có bồn chứa cho mặt hàng lỏng, toa xe xi-lô cho hàng hóa dạng hạt.
- Full-container-load (FCL): Khởi hành thường xuyên từ các trung tâm kinh doanh lớn trên khắp châu Âu và châu Á, áp dụng cho đơn hàng có lượng hàng lớn, có sẵn với các container đơn, rơ moóc, nhóm toa xe và chuyển động tàu khối.
- Less-than-container-load (LCL): Dùng cho các đơn hàng có lượng hàng ít hơn.

iv. Vận tải đường biển:

⇒ DGL giúp tăng cường tính linh hoạt trong phân phối đường bộ nội địa bằng cách lập kế hoạch và thực hiện chuyển phát hàng hóa đến điểm lưu trữ, sử dụng hoặc bán hàng thông qua các tuyến đường cố định, linh động, hoặc được lập kế hoạch trước.

3. Quản lý logistics:

Dịch vụ tư vấn và quản lý logistics được điều hành bởi những chuyên gia tài giỏi. Vì thế các doanh nghiệp khách hàng của họ luôn được hưởng lợi ích từ sức mạnh và những cách làm tốt nhất của DHL.

a. Tư vấn về chuỗi cung ứng.

- Phân tích dòng chảy trong mạng lưới và quy trình chuỗi cung ứng.
- Tái xây dựng và phát triển chuỗi cung ứng được tối ưu hóa.
- Kiểm tra tình trạng của chuỗi cung ứng và so sánh đánh giá.
- Chiến lược, thiết lập và quản lý chuỗi cung ứng.

⇒ Nhờ những phân tích, đưa ra chiến lược Logistics của các chuyên gia DHL mà doanh nghiệp khách hàng có thể tối ưu hóa mô hình, hiệu xuất. Từ đó nâng cao hoạt động, cắt giảm chi phí, ... cho công ty.

b. Tìm kiếm nguồn hàng và quản lý sản phẩm.

- Phát triển chiến lược mua bán toàn cầu.
- Chuyên môn trong phân loại và tìm kiếm nhà cung ứng.
- Quản lý hợp đồng và hiệu suất nhà cung ứng.

⇒ Nâng cao hiệu quả hoạt động và cắt giảm chi phí bằng cách tận dụng tối đa khả năng thu mua và quan hệ với các nhà cung ứng.

c. Dịch vụ thu hồi sản phẩm.

- Lập kế hoạch và điều phối.
- Thực hiện Logistics.
- Báo cáo.

⇒ DHL đảm bảo với khách hàng doanh nghiệp trong việc giải quyết thu hồi sản phẩm.

d. Hỗ trợ doanh nghiệp.

- Hỗ trợ trước và sau bán hàng.
- Đánh giá, phân loại sắp xếp đưa ra những giải pháp thích hợp.
- Cơ sở hạ tầng mạng và an ninh tốt nhất.

⇒ DHL luôn xử lý chuyên nghiệp mọi thắc mắc và cung cấp dịch vụ và hậu mãi khách hàng doanh nghiệp.

