

UNITED PARCEL SERVICE (UPS) – CẠNH TRANH TOÀN CẦU VỚI HỆ THỐNG THÔNG TIN

United Parcel Service (UPS) được thành lập vào năm 1907 bởi hai nhà sáng lập là Jim Casey và Claude Ryan đến từ Seattle, Mỹ. UPS bắt đầu với hai chiếc xe đạp và một chiếc điện thoại hứa hẹn mang lại các “dịch vụ tốt nhất với giá thấp nhất” cho khách hàng. Với triết lý này, UPS đã thành công trong hơn 100 năm và trở thành công ty đóng gói và giao hàng lớn nhất cả trên mặt đất và trên không. UPS là một doanh nghiệp toàn cầu với hơn 408.000 nhân viên, 96.000 chiếc xe và là hãng hàng không lớn thứ chín trên thế giới. UPS chuyển phát hơn 15 triệu gói hàng và tài liệu mỗi ngày tại Mỹ và trên hơn 200 quốc gia và các vùng lãnh thổ khác nhau. UPS cũng dẫn đầu trong dịch vụ chuyển phát gói hàng nhỏ dù bị cạnh tranh gay gắt từ FedEx và Airborne Express bằng cách đầu tư mạnh vào công nghệ tiên tiến. UPS dành hơn 1 tỷ USD mỗi năm để duy trì dịch vụ khách hàng cao cấp trong khi vẫn giữ chi phí thấp và hợp lý hóa các hoạt động tổng thể của nó.

Tất cả bắt đầu với các nhãn quét mã vạch được gắn vào một gói hàng, trong đó có chứa thông tin chi tiết về người gửi, điểm đến và thời gian gói hàng sẽ đến. Khách hàng có thể tải về và in nhãn của riêng mình bằng cách sử dụng phần mềm đặc biệt được cung cấp bởi UPS hoặc bằng cách truy cập vào website của UPS. Trước khi gói hàng được đưa lên xe, thông tin từ các nhãn “thông minh” này được chuyển đến một trong các trung tâm máy tính của UPS ở Mahwah, New Jersey, hoặc Alpharetta, Georgia và gửi đến các trung tâm phân phối gần khu vực điểm đến cuối cùng của gói hàng. Người vận chuyển tại các trung tâm này tải về các dữ liệu của nhãn và sử dụng phần mềm đặc biệt để tạo ra các tuyến đường phân phối hiệu quả nhất cho mỗi lái xe phụ thuộc vào tình trạng giao thông, điều kiện thời tiết và vị trí của mỗi điểm đến. UPS ước tính rằng xe tải giao hàng sẽ tiết kiệm được 28 triệu dặm và chi ít hơn 3 triệu gallon nhiên liệu mỗi năm nhờ sử dụng công nghệ này. Để tăng thêm các khoản tiết kiệm chi phí và an toàn, người lái xe được đào tạo để sử dụng “340 Phương pháp” được phát triển bởi các kỹ sư công nghiệp để tối ưu hóa hiệu suất việc bốc vác và sắp xếp kiện hàng lên các kệ trong xe tải.

Hàng ngày, các tài xế của UPS sử dụng một máy tính cầm tay được gọi là một thiết bị thu nhận thông tin chuyển phát - DIAD), có thể truy cập vào một trong những mạng điện thoại di động không dây. Ngay sau khi các tài xế đăng nhập vào, tuyến đường của họ được tải lên trên máy tính cầm tay này. Các DIAD cũng tự động hóa chụp chữ ký của khách hàng và thông tin giao hàng. Thông tin gói hàng sau đó được truyền cho mạng máy tính của UPS lưu trữ và xử lý. Từ đó, các thông tin có thể được truy cập trên toàn thế giới để cung cấp các chứng thực giao hàng cho khách hàng hoặc để đáp ứng truy vấn của khách hàng. Điều này thường mất ít hơn 60 giây từ khi một tài xế của UPS nhấn phím “hoàn thành” trên một DIAD cho đến khi các thông tin mới có sẵn trên website.

Thông qua hệ thống theo dõi gói hàng tự động, UPS có thể giám sát và thậm chí tái định tuyến đường các gói hàng trong suốt quá trình giao hàng. Tại các điểm khác nhau dọc theo tuyến đường từ người gửi đến người nhận, các thiết bị quét mã vạch vận chuyển thông tin trên nhãn bao bì và cung cấp dữ liệu về tiến độ của gói hàng vào máy tính trung tâm. Đại diện dịch vụ khách hàng có thể kiểm tra tình trạng của bất kỳ gói hàng nào từ máy tính để bàn kết nối với các máy tính trung tâm và đáp ứng ngay các yêu cầu từ khách hàng. Khách

hàng UPS cũng có thể truy cập thông tin này từ website của UPS sử dụng máy tính cá nhân hoặc điện thoại di động.

Bất cứ ai sử dụng dịch vụ đều có thể truy cập vào các website UPS để kiểm tra các tuyến đường giao hàng, tính toán giá cước vận chuyển, xác định thời gian quá cảnh, in nhãn, thời gian đóng gói và theo dõi gói hàng. Các dữ liệu thu thập được tại website của UPS được truyền tới máy tính trung tâm UPS và sau đó gửi đến cho khách hàng sau khi xử lý. UPS cũng cung cấp các công cụ cho phép khách hàng, như Cisco Systems, nhúng chức năng UPS theo dõi và tính toán chi phí vào các website của riêng của họ để họ có thể theo dõi các lô hàng mà không cần vào website của UPS.

Một hệ thống dựa trên nền tảng web là Post Sales Order Management System (OMS) để quản lý dịch vụ đặt hàng toàn cầu và hàng tồn kho cho các doanh nghiệp. Hệ thống này cho phép các doanh nghiệp thiết bị điện tử công nghệ cao, hàng không vũ trụ, thiết bị y tế và các doanh nghiệp khác ở bất cứ đâu trên thế giới nhanh chóng đánh giá hàng tồn kho của họ, xác định chiến lược định tuyến tối ưu nhất để đáp ứng nhu cầu khách hàng, đặt hàng trực tuyến và theo dõi các bộ phận từ kho hàng đến cùng người sử dụng. E-mail tự động hoặc tính năng fax giữ thông tin khách hàng của mỗi mốc vận chuyển và có thể cung cấp thông báo về bất kỳ thay đổi lịch bay cho hãng hàng không thương mại chở các bộ phận của họ. Một khi đơn đặt hàng được hoàn thành, các công ty có thể in tài liệu như nhãn và hóa đơn bằng nhiều ngôn ngữ.

UPS hiện đang ngày càng phát triển hơn trở thành chuyên gia trong quản lý mạng lưới phân phối toàn cầu của mình để quản lý hậu cần và hoạt động chuỗi cung ứng cho các công ty khác. UPS tạo ra hệ thống “Giải pháp chuỗi cung ứng UPS” (UPS Supply Chain Solutions) cung cấp một gói dịch vụ hoàn chỉnh cho các công ty muốn tiết kiệm chi phí để xây dựng hoàn thiện hệ thống và cơ sở hạ tầng của mình. Dịch vụ này bao gồm thiết kế và quản lý chuỗi cung ứng, giao nhận hàng hóa, môi giới hải quan, dịch vụ mail, vận tải đa phương tiện và các dịch vụ tài chính, ngoài ra còn có dịch vụ hậu cần.

Servalite, East Moline, Illinois, nhà sản xuất ốc vít, bán 40.000 sản phẩm khác nhau cho các cửa hàng phân cứng. Công ty đã phải sử dụng nhiều kho hàng để cung cấp hàng hóa đáp ứng giao hàng trong thời gian hai ngày trên toàn quốc. UPS tạo ra một kế hoạch hậu cần mới cho Servalite giúp giảm thời gian vận chuyển hàng hóa quá cảnh và củng cố hàng tồn kho. Nhờ những cải tiến này, Servalite đã có thể đảm bảo giao hàng kéo dài hai ngày của mình trong khi hàng tồn kho và chi phí tồn kho thấp nhất.

CÂU HỎI THẢO LUẬN

1. Xác định yếu tố đầu vào, quá trình xử lý và kết quả đầu ra của Hệ thống theo dõi gói hàng của UPS?
2. Những công nghệ nào được sử dụng bởi UPS? Các công nghệ này có liên quan như thế nào đến chiến lược kinh doanh của UPS?
3. Mục tiêu kinh doanh chiến lược mà HTTT cung cấp cho UPS là gì?
4. Xác định các thành phần tổ chức, quản lý và công nghệ của Hệ thống theo dõi gói hàng của UPS.
5. Điều gì sẽ xảy ra nếu UPS không sử dụng HTTT?